

Библиотека  
ТЕМАТСКИ ЗБОРНИЦИ

Књига 22

Одржавање конференције  
„Нове речи на друштвеним медијима“  
подржало је  
Министарство науке, технолошког развоја и иновација  
и Министарство културе Републике Србије



# НОВЕ РЕЧИ НА ДРУШТВЕНИМ МЕДИЈИМА

Зборник радова

*Приредили:*

Ивана Лазих Коњик

Дејан Ајдачић

Филолошко друштво „Речи“ – „Алма“  
Београд, 2025



## САДРЖАЈ

<i>Уводна реч</i> .....	7–7
Стана Ристић: <i>Нека запажања о најновијим речима у српском језику</i> .....	9–28
Amela Šehović: <i>Novi(ji) anglicizmi iz oblasti društvenih mreža</i> .....	29–52
Николче Мицкоски: <i>Неологизми на македонските ИКТ-форуми</i> .....	53–64
Ђорђе Оташевић: <i>Нови феминативи у српском јавном дискурсу (на примеру форума Крстарица)</i> .....	65–78
Ивана Лазић Коњик: <i>Лексикографија у дигиталној ери: интернет и друштвени медији као извори нових речи</i> .....	79–106
Светлана Слијепчевић Бјеливук: <i>Дневна доза погрешних уверења о новим речима</i> .....	107–119
Бојана Томић: <i>Нове речи у словенским језицима на друштвеним медијима – лексика парфимерства</i> .....	120–141
Милица Божић Синчук: <i>Кулинарска лексика у речницима нових речи</i> .....	142–158
Мија Michelizza: <i>O slovarskih vsebinah na družbenih omrežjih – poišči me v slovarju!</i> .....	159–174
Горан Милашин: <i>Индивидуализми на друштвеним мрежама у свјетлу мултимодалности</i> .....	175–198



## УВОДНА РЕЧ

Зборник садржи део радова са међународне конференције „Нове речи на друштвеним медијима“ одржане 13. новембра 2024. године у Универзитетској библиотеци „Светозар Марковић“ у Београду, у организацији Филолошког друштва „Речи“ и полугодишњака „Новоречје“. У раду конференције учествовали су филолози из академских установа Македоније, Босне и Херцеговине, Бугарске, Републике Српске, Словеније и Србије. Конференцију је подржало Министарство културе Републике Србије.

*Ивана Лазић Коњик и Дејан Ајдачић*



УДК 811.163.41'373.43:316.774''19/20''  
811.163.41'373.43:[81'373.6+81'38]''19/20''

*Стана Ристић\**

(Институт за српски језик САНУ, Београд)

## **НЕКА ЗАПАЖАЊА О НАЈНОВИЈИМ РЕЧИМА У СРПСКОМ ЈЕЗИКУ**

У раду ће бити изнета запажања о системским појавама и процесима у области неологије српског језика на основу резултате наших истраживања неологизама у два синхрона пресека њиховог развоја. Краткорочни пресек стања ограниченог броја неологизама из језика медија у последње две-три године сагледан је на фону наших ранијих системских неолошких истраживања, заснованим на много већем узорку и дугорочнијем пресеку претходног периода од три деценије (последње деценије 20. и прва деценија 21. века) и објављеним у нашој монографији 2012. год. Дат је преглед порекла, тематских и творбених карактеристика најновијих неологизама, запажен је њихов утицај на (де)стабилизацију лексичке и функционално-стилске норме и истакнут је значај ванлингвистичких фактора на увођење нових речи у српски језик.

*Кључне речи:* најновији неологизми, језик медија, системске појаве у неологији, српски језик.

### Увод

У раду ћемо представити резултате наших истраживања неологизама у два синхрона пресека њиховог развоја. У

---

\* [ristic.stana@gmail.com](mailto:ristic.stana@gmail.com); ORCID: 0000-0003-1646-3192.

најновијем прегледу ограниченог броја нових речи<sup>1</sup> из језика медија у последње две-три године овог века указаћемо на тенденције развоја и промена у лексичком систему српског језика, као и на нормативне и функционално-стилске ефекте тих промена<sup>2</sup>, које су карактеристичне за одређени микропериод.<sup>3</sup> Анализа ограниченог броја нових речи спроведена је на фону наших ранијих неолошких истраживања, у пресеку претходног дугорочнијег стања од три деценије (последње деценије 20. и прва деценија 21. века) на много већем узорку, објављеним у монографији 2012. године. Зато ћемо у првом делу рада укратко представити системске резултате ових истраживања.

Развој неологизама у периоду краја 20. и прве деценије 21. века

1.1. У оба ова наша истраживања запажене су сличне системске појаве у српској неологији. Међутим, истраживање и системност тих појава у поменутој монографији остварени су применом актуелних теоријско-медодолошких неолошких приступа (исп. Поликарпов и др., Сларевская) и засведочени су репрезентативнијим емпиријским материјалом. Наиме, имали смо у виду препоруку да би се за реално

---

<sup>1</sup> Под појмом нове речи подразумевамо неологизаме, околинализаме и потенцијалну лексику, занемарујући овом приликом њихов статус у корпусу нових речи, иначе веома важан за неографска истраживања и неографију (исп. Поликарпов и др. 2008: 395–397), као и статус неолошких жаргонизма и разговорне лексике (исп. Сларевская 2008: 443–446).

<sup>2</sup> О функционално-стилској и нормативној раслојености лексике српског језика и о лексичкој норми в. Ристић 2006.

<sup>3</sup> У питању је краткорочни синхрони пресек који, како је до сада утврђено, својом динамиком одражава историјски развој језика у области неологије (неодериватологије и неолексикографије) (исп. Поликарпов и др. 2008: 392–426).

сагледавање системских појава у неологији и неодеривацији, морало применити више методолошких поступака: 1) преглед и продуктивност творбених модела и типова, 2) одређивање односа између творбених форманата и врсте речи, 3) одређивање односа између творбених форманата и њихових основа,<sup>4</sup> 4) ексцерпирање грађе из текстова одређеног периода језичког развоја за који се претпоставља пораст нове лексике и 5) формирање емпиријске базе података (Поликарпов и др. 2008: 393–394).<sup>5</sup> У складу са овим захтевима наше претходно истраживање спроведено је на великом броју изабраних примера из ондашњег електронског корпуса нових речи Ђ. Оташевића, који је ексцерпиран из око 600 извора књижевних, научних и публицистичких текстова, као и неколико десетина наслова периодике.

1.2. На основу анализе наведеног материјала запажено је да се лексички фонд српског језика претходног периода од 30 година (последње две деценије 20. и прве деценије овог века), богатио на више начина: увођењем нових речи за нове реалије и појмове из различитих области (нпр. *банкомат*, *ваучеризација*, *хакер*, *хакерски*, *хаковати*, *причаоница*, *радараци*); позајмљивањем речи и творбених форманата из

---

<sup>4</sup> Наведени однос регулисан је одређеном законитошћу, јер твореница преузима од основне речи највиши степен њеног апстрактног значења и започиње сопствену семантичку еволуцију са вишег степена апстрактности у односу на основну реч, па зато у самом почетку мора имати већи сопствени творбени потенцијал за образовање речи, а мањи потенцијал предметног категоријалног значења од њене основе (Поликарпов и др. 2008: 407).

<sup>5</sup> Због ограниченог узорка и других методолошких и техничких ограничења, у нашем истраживању применили смо само три аспекта: 1) преглед и продуктивност творбених модела и типова (Ристић 2012: 9–19; 34–64); 2) однос између творбених форманата и врсте речи (20–33) и 3) однос између творбених форманата и њихових основа (само у процесу апелативизације) (65–73), али допуњен нормативним и функционалностилским аспектима.

других језика, активирањем домаћих творбених модела и типова, а у мањем обиму и променом значења речи. Интензивно се одвијао процес жаргонизације, изразито у творбеном типу композиције, и то у виду сложеница и полусложеница, са префиксоидима и префиксима страног и домаћег порекла. Продуктивност одређених творбених типова појачана је процесима хибридизације, што се испољавало у приливу бројних твореница у отвореним низовима, са домаћим и страним формантима.<sup>6</sup> У префиксалној творби учили смо иновације у продуктивности и конкуренцији префикса домаћег и страног порекла, и то у семантичком пољу негације и супротности префикса *не-*, *против-*, *назови-*, *надри-*; *анти-*, *контра-*, *квази-* и *псеудо-*, а у семантичком пољу квантитета префикса типа: *високо-*, *велико-*, *средње-*, *полу-*; *мега-*, *мулти-*, *ултра-*, *хипер-*, продуктивних у процесима интензификације и деинтензификације. У семантичком пољу квантитета нове речи су показале не само повећан број сложеница продуктивних творбених типова са препозитивним конституентима

---

<sup>6</sup> У настајању нових речи продуктивни су бројни префикси и префиксоиди, па су настајали отворени низови нових речи, примери типа: *а-* (*аисторијски*, *аисторизам*, *анормалност*, *акомунист*, *анационалан*, *асексуалан*), *анти-* (*огромно творбено гнездо*), *алко-* (*алко-бизнис*, *алко-бизнисмен*, *алко-мафија*), *аеро-*, *авио-*, *агро-*, *аква-*, *арт-*, *архи-*, *ауто-*, *без-/с-* (*бездоман*, *бездомност*, *беспилотан*, *беспроблемски*, *бестелесно*), *био-*, *ван-* (*ванакцијашки*, *ванболнички*), *велико-* (*великобирографија*, *великобоишњство*, *великопотрошач*), *видео-*, *високо-*, *више-*, *де-*, *евро-*, *еко-*, *електро-*, *енерго-*, *етно-*, *идејно-*, *кратко-*, *мало-*, *мега-*, *међу-*, *изван-*, *једно-*, *југо-*, *квази-*, *контра-*, *мулти-*, *над-*, *нарко-*, *наци-*, *не-*, *нео-*, *неуро-*, *ниско-*, *ново-*, *од-*, *опште-*, *полу-* (*полубиће*, *полубуржуј*, *полувештица*, *полудебил*, *полудрагуљ*, *полузапослен*, *полуземљакиња*, *полујак*, *полулик*, *полулопчић*, *полуреч*, *полуреченица*, *полусветски*, *полустакло*, *получизма*), *порно-*, *пост-*, *пра-* (*прарођак*, *прасеоба*, *прасуштина*, *праутицај*), *прво-*, *пред-*, *пре-*, *про-*, *против-*, *прото-*, *псеудо-*, *психо-*, *радио-*, *раз-*, *само-*, *све-*, *хипер-*, *социо-*, *средње-*, *супер-*, *ТВ-*, *транс-* и *ултра-*.

домаћег порекла типа: *велико-*, *високо-*, *ниско-*, *полу-*, *пре-* и *средње-*, него и нагли пораст броја са страним творбеним контитуентима типа: *мега-*, *ултра-*, *мулти-*, *хипер-* и др. У односу на досадашње стање у конкуренцији домаћих форманата: *пре-* и *високо-* и страних *мега-*, *мулти-*, *ултра-*, *хипер-* за исказивање интензификације преовлађују творенице са страним формантима у придевским и прилошким сложеницама, које су експресивно маркиране и које са домаћим основама обезбеђују себи место у лексичком систему српског језика. Напореда са творбеним процесом интензификације, у приливу нових речи одвијао се и процеси деинтензификације, различитих видова ублажавања садржаја основне речи, еуфемизације, међу којим је истакнута творбена продуктивност префиксоидних деинтензификатора *полу-* и *средње-*, који означавају неодређени, прелазни степен у ублажавању значења основне речи (Ристић 2012: 34–64). Префиксали овог типа представљају најбројнији инвентар за исказивање друштвене и личне неизвесности која се у нашој реалности до данас непрекидно појачава.<sup>7</sup> Иначе, на појачане процесе творбе у овом сегменту квантификације утицали су и други ванлингвистички фактори и потреба квантитативног вредновања у многим сферама, као резултат наглог развоја у областима науке, економије, политике, финансија, масовне културе, спорта, музике, естраде, моде, реклама, информационих система и др.

1.3. Показали смо да у афиксалној деривацији развој српске лексике прати уједначено појачавање процеса мутације (евидентно у сталном порасту броја деривата ималаца занимања, вршилаца радње и носилаца особина), процеса

---

<sup>7</sup> У то смо се лично уверили на основу огромног броја префиксоида са формантом *полу-* у обрађеној грађи у Речнику САНУ, јер не постоје ни семантичка ни граматичка ограничења у његовој спојивости са свим типовима лексике.

модификације (активирање моције у сфери женских занимања и проширивање деминуције на нове групе именица, као и померање њихове стилске маркираности са позитивног на негативни пол вредносне скале), те процеса транспозиције (стални пораст броја апстрактних именица и продуктивности њихових творбених типова, као и повећање броја глаголских именица), чиме се, уз различите видове језичког стварања, континуирано одржавао процес интелектуализације језика.<sup>8</sup> Запажене су изведенице са суфиксима страног порекла, типа: *-фоб(ија)* (*акрофобија*, *албанофоб*, *албанофобија*), *-филија*, који су показали тенденцију веће продуктивности у виду деривационих гнезда и појачаног процеса хибридизације, за разлику од суфикс *-оидан* (*амебоидан*, *аристократоидан*, *брзоидан*, *кретеноидан*), који је дао ограничн број деривата, а чија је непродуктивност запажена и у најновијем приливу нових речи (исп. Драгићевић 2020: 129–139). У деривацији именица евидентна је појачана експресивизација<sup>9</sup> код свих именичких категорија, осим код именица које означавају ствари, предмете.

1.4. Велики број творбених неологизама, од којих су многи и стилски маркирани, показује да се језичко грађење преко лексике одвија напореда са језичким стварањем у процесима интелектуализације, експресивизације и жаргонизације језика, који последњих деценија 20. века теку паралелно и без оштрих граница. Међусобно приближавање наведе-

---

<sup>8</sup> Неодериватолошка истраживања показују категоријално-семантичке закономерности творбених процеса, од којих се истичу следеће: много већи број преименовања, другостепене номинације од нових знаковних јединица; веће развијање категоријално-граматичких компонента (синтаксичка деривација, транспозиција) и категоријално-лексичких компонента (модификација) код новонасталих имена у односу на њихове основе (исп. Поликарпов и др. 2008: 405–406).

<sup>9</sup> О процесу експресивизације и о експресивној лексици у српском језику в. Ристић 2004.

них удаљених развојних процеса јавља се као последица урбанизације језика, што се у развоју српске лексике и језика манифестује у многим аспектима лексичких, социолингвистичких, културолошких и функционалностилских иновација. Употреба постојећих творбених типова и модела не само са домаћим него и са страним формантима показује градилачке потенцијале и асимилативну снагу српског језика, која као непресушно врело стимулише индивидуалну креативност носилаца српског језика у домену творбе. Показало се да они, као инвентивне језичке личности српског језика, активно суделују како у језичком грађењу тако и у језичком стварању, и то не само као песници, књижевници и представници престижних идиома него и као представници свих других језичких идиома.

Преглед краткорочног стања најновијих неологизмама

2.0. Материјал за нашу анализу најновијих неологизама није обиман, обухвата око 120 нових речи сакупљених за рубрику „Нове речи“, коју редовно ажурирају сарадници у оквиру пројекта Филолошког друштва „Речи“, покренутог на страници сајта овог удружења <https://www.rec1.org.rs/category/nove-reci/>, преузимајући их из језика актуелних медија.<sup>10</sup> Увид у ову проблематику, а и број примера у анализи,

---

<sup>10</sup> Користан и занимљив приказ часописа *Новоречје* дао је Пјотр Мироха (2021), истичући значај аутора окупљених око њега у изучавању неологизама не само у српском језику него и у другим словенским језицима. Осим тематике радова, П. Мироха се осврнуо и на неке актуелне проблеме у овој области, као што су неуједначена терминологија и концепција у приступу неолошким феноменима, јер се у радовима, углавном емпиријског карактера, више представља неолошка грађа са различитих аспеката, него што се дају предлози и дискутује у вези са решавања наведених проблема. Аутор је истакао да је вредност овог часописа и томе што следи дугу традицију истраживања неологизама у србистици.

проширили смо и прегледом радова објављених у 8 бројева електронског часописа „Новоречје“ који издаје наведено Удружење, као и прегледом спискова из сталне рубрике „Грађа за речник нових речи“ овог часописа.

2.1 На основу сумарног прегледа нових речи утврдили смо да су у питању углавном називи за нове реалије из различитих стручних и друштвених области, и то у највећем броју англицизми, или жаргонизми, уведени током назначеног кратког периода у условима глобализације и интернационализације, које и даље прате нагли технолошки, економски и политички развој српског друштва. Многе речи нису познате већини говрника, па ни мени, али су значајно присутне у језику корисника нових технологија, дигиталне интернет-комуникације и друштвених мрежа, као и пратилаца других актуелних медија и јавног дискурса. Тако ће неке од њих постати део активног језичког фонда корисника наведених иновација.

2.2. За лексичку надградњу у области неологије и у овом случају, као и у претходном периоду, најпродуктивнији су процеси позајмљивања речи и/или творбених форманата из енглеског језика, нешто мање активирање домаћих творбених модела и типова, док се јавља и извешан број иновација у домену промене значења речи: *сценарио, изолационизам, релаксација* (у време короне), *децентрализација, блок, рударити, копати, (дигитални), новчаник, фарма* (у лексци јадарита и криптовалута) (исп. Лазић Коњик 2021: 19–28). Лексичке иновације, иако разматране на ограниченом узорку, указују на актуелне појаве не само у језику него и у ванјезичким областима српског друштва: политичке, социолошке, медицинске, гастролошке, туристичке, пословне, еколошке и др. Тако, највећи број нових речи припада општем лексичком фонду, а указују на следеће тематске области:

**Политичке појаве:** *бот, брегзит, спиновање, узбуњивање, мајданизација, скринејџер, изборни инжењеринг, изборни кринци, капиларни гласови;*

**Социјалне појаве:** *тим-билдинг* (едукативна, рекреативна или забавна, заједничка активност за запослене у истој компанији); *топла соба за бебе* и синоними: *беби-бокс, бејби-бокс, бокс за бебе, кутија за бебе, кутија за нежељене бебе, сандучић за бебе* са значењем „инкубатор уграђен у зид болнице, социјалне установе или зграду верске организације, намењен за анонимно остављање нежељених беба како би држава преузела бригу о њима или их дала на усвајање“; *менструално сиромаштво*; затим речи које означавају нове видове дискриминације и мобинга у друштвеним мрежама: *ејџист(а), гаслајт* и деривати: *гаслајтинг, гаслајтовати, гаслајтер, бодишејминг* и деривати: *бодишејмер, бодишејмовати, фотобомбинг*; или генерацијско разврставање у складу са технолошко-дигиталним иновацијама: *миленијалци* и синоними: *миленијумци, генерација ипсилон, ехо-бумери, ипсилон генерација, миленијалси, миленијум генерација, миленијумска генерација, Петар Пан генерација* „особе рођене од раних 80-их година 20. века до средине или краја 90-их и које су одрастале почетком 21. века“; *генерација алфа* и синоними: *генерација А, генерација зед, генерација Z, интернет генерација, нет генерација, плуралисти, плуралси, постмиленијалци, постмиленијум генерација, постмиленијумска генерација, постмиленијумци, цензери, цен-зи* „особе рођене између 1996. (или 1997) и 2009. године“;

**Економија и пословање:** *криптовалута, блокчејн, блокчејн технологија, криптоберза, стартап, стартап компанија* и фиг. назив *једнорог*; *грађевинска мафија, аутсорсинг, хедхантинг, дигитални номад, стичрајтер* „особа која се бави писањем говора за друга лица (обично за политичаре), писац говора“;

**Књижевност, филм, телевизија:** *фановска проза, фан-фикција, фандом, фан-арт, бинџочинг, приквел, сиквел, спојлер, кринџ филм;*

**Квазинаука:** са примерима префиксала домаћег порекла: *равно-*: *равноземаљац* у значењу „присталица средњовековног схватања које се у 21. веку раширило путем друштвених мрежа, да Земља није округла већ је равна плоча“ и деривати: *равноземљашки, равноземаљство, равноземљаштво, равноземљаши, равноземљашица*; као и префиксала *шупљо-*: *шупљоземљаши* „присталица схватања које се у 21. веку раширило путем друштвених мрежа да је Земља шупља и да у њеној унутрашњости живе ванземаљци“;

**Нови уређаји:** *таг, педометар, снуз* и гл. *снузовати, дифузор, ајнед, ајфон, таблет, паметни телефон;*

**Замена за пушење:** *снус, паф, електронска цигарета, е-циг, е-цигарета, е-течност, вејп, вејпинг, вејповање, вејпер, вејперка, вејперски, вејповати, вејперски језик или вејп језик;*

**Мода:** *фејд (фризура), fade frizura, fade cut; џепаре, џепарке, џепарице, карго панталоне;*

И др.: *хак/хек, лајфхак / лајфхек* „једноставно решење, корисна идеја“; *хук* „део песме у популарној музици који се обично понавља, рефрен“; *(родна) бинарност, небинарност, бинаран, небинаран; тротинеташи, тротинетист(а), тротинеџија.*

Осим неадаптираних англицизама и хибридних твореница у наведеним називима су присутни домаћи типови творбе, нарочито у области политичких и социјалних појава.

Посебно смо издвојили неке области које су најподложније иновацијама и припадају специјалној или струковној лексици:

**Рачунарство и друштвене мреже:** *четбот, рилс, тријалог, метаверзум, метаверзум платформа, ВР, ви-ар „скраћеница за виртуелну стварност“: ВР технологија, ВР наочаре, ВР каџига, ВР уређај, (ВР) хедсет; стохастички папагај, халуцинација, халуцинирати, инфлуенсер, блог,лајк и дислајк, јутјубер, твит, ха штаг, фоловер, скајповати, шеровати, селфи, фотошоповати, трол „особа која намерно омета комуникацију преко интернета“ и троловати. У овој групи преовлађују неадаптирани англицизми и хибрдни обично двочлани називи: *стохастички папагај* и називи са скраћеницом *ВР*. Са становишта именованја нових појава у овој области занимљива је појава преузимања термина, интернационализама из области медицине: *халуцинација* и *халицинирати*;*

**Медицина, психологија, поремећаји:** *сатиосексуалац* „соба коју код других особа сексуално привлачи интелигенција“ и деривати: *сепсиосексуалка, сепсиоселсуалност; кринџ* „трансфер блама“, нпр.: *било ми је баш кринџ, понаша се кроз кринџ*, а затим и у наведеним синтагматским називима из филма и политике: *кринџ филм, изборни кринџ*; или *тридемија* „епидемија три различита вируса“; *болест икс, акушерско насиље*; називи из области поремећаја узрокованих претераном употребом дигиталних уређаја: *екранизам, екранизација, дигитални аутизам, дигитални детокс, бинивочинг* „(опсесивно) гледање више епизода неке од телевизијских серија у низу“ и деривати: *бинцовање, бинивочер, бинџер, бинџерица, бинџерка, бинџерски, бинџовати; скринџер* „млађа особа која пуно времена проводи користећи мобилни телефон, таблет, рачунар и сл.“ и терапије у овој области: *библиотерапија, библиотерапеут, библиотерапеуткиња, библиотерапеутски*;

**Козметика:** *бакучиол* и *бакучиол уље, бакучиол крема, бакучиол серум, ретинол* и *ретинол серум, ретинол крема,*

*кератин, серум* и међу овим неадаптираним наологизмима лепа домаћа изведеница *умивалица*;

**Гастрономија, храна, исхрана:** *крафин, ганаши и ганаж, меренг и маренг, лава колач, лава кејк, лимунана, лубенада, малинада, след, ганг, стартер; пермакултура* „узгајање и производња здраве хране“; *дијетолог, дијетолошкиња, дијетотерапија*; плусложенице и сложрнице са префиксоидима страног порекла, *фуд-*: *фуд-блог, фуд-блогер, фуд-блогерка, фуди* „који се односи на храну, на припремање хране и уживање у финој, квалитетној храни“; *гастро-*: *гастропонуда, гастроводич, гастротрестивал, гастроексперт, гастроиндустрија, гастроблог, гастроблогер, гастроблогерка, гастротрестивал, гастроексперт, гастроиндустрија, гастробар, гастронаб* и *гастро наб* и др., или у двочланим називима: *гастро укус, гастро дневник, гастро специјалитети*;

**Туризам:** *гастротуризам* или *гастрономски туризам, гастротуриста, гастропонуда, гастроводич, гастромана; туризмофобија* „одбојност локалних становника према масовном туризму у својој средини“;

**Екологија, клима:** *густнадо, нанопластика, метеоаларм; течно дрво, суперћелија, суперћелијски*: ~ *олуја, ~ непогода, ~ облак, ~ процес, топлотно острво, сејање облака*. У овој области за именовање нових појава употребљава се домаћи или одомаћени лексички потенцијали у виду сложеница или двочланих назива, што се, можда, може објаснити приврежнијим односом еколошко-климатских стручњака према српском језику.

**Спортски жаргон:** углавном неологизми за екстремне спортове: *кајтсурфинг, маунтинбординг, скајрајнинг, бодибординг, вејкбординг, парасејлинг, скајбол, флорбол*; и фиг. употреба у виду промене значења речи: *кромпир* – „у тенису сет добијен без изгубљеног гема“ и *метла* – „низ узастопних победа једног тима (обично у кошарци), који

елиминише противника из даљег такмичња, декласирање противника“.

Отворени низови са страним префиксоидима: *гастро-* и *фуд-* попуњени су великим бројем назива и увелико одражавају појачани и омасовљени хедонизам наших савременика, који се прелива и у актуелну област туризма. Нове речи из ових области већ представљају део активног лексичког фонда љубитеља хране и туризма, док ће нове речи из области екологије, економије, пословања и назива за нове уређаје углавном задржати статус специјалне струковне лексике и професионализама. Називи из области рачунарства и друштвених медија освајају све већи број корисника нових технологија, тако да већ увелико представљају активни фонд у њиховој свакодневној комуникацији. Међутим, наш ограничени материјал не показује интензивни и инвентивни процес жаргонизације<sup>11</sup>, што је била изражена карактеристика нове лексике претодног периода (исп. Ристић 2012). Чак и околионализми у спортском жаргону: *кромпир* и *метла* са промењеним основним значењем наведених речи остављају бледи утисак покушаја експресивизације и жаргонизације.

2.3. У краткорочном пресеку стања нове лексике потврђена је континуирана продуктивност страних форманата, углавном неадаптираних англицизама како у префиксалима тако и у сложеницама, који се у рејим случајевима везују и за домаће основе, те у мањој мери подржавају досадашњи континуитет хибридизације. Овакво стање утиче на дестабилизацију лексичке и функционално-стилске норме. Евидентно је да у конкуренцији између домаћих и страних форманата у префиксалима и сложеницама преовлађују страни форманти, нпр. префикса *анти-* над дома-

---

<sup>11</sup> О процесима жаргонизације и о жаргону у српском језику в. Бугарски 2006.

ћим *не*<sup>12</sup> и *против*-, али у апелативизацији се потврђује продуктивност домаћих префикса *не*-, *после*-, *пре*-, *пред*- и *над*-: *невучићевац*, *невучићевски*, *послевучићевски*, *превучићевски*, *предвучићевски*; *надглавни*, као и у наведеним примерима са домаћим прфиксоидима *равно*- и *шупљо*-: *шупљоземљац*, *равноземаљац*. Домаћи форманти активирани су и у хибридном твореницама са домаћим или одомаћеним основама, у сложеницама типа: *библиотерапија*, *библиотерапеут*, *тријалог*, *педометар*, као и у фиг. називу *једнорог*. У деривацији се реализују продуктивни домаћи суфикси типа: *мајданизација*, *екранизација*, па и у виду варијантних деривата и њихове конкурентности: *екранизам*, *екранизација*; *цепаре*, *цепарке* и *цепарице*; *тротинеташ*, *тротинетиста*, *тротинетија*, а нарочито у великом броју твореница изведених од антропонима у процесу деантропонимизације, апелативизаци-

---

<sup>12</sup> У нашем претходном истраживању у представљању семантичког поља форманта *не*- у домену лексичке негације запазили смо и истакли бројчану и креативну предност домаћег форманта *не*- над страним префиксом *анти*- у многим, а нарочито у именичким префиксалима типа: *недемократа*, *нејеврејин*, *некомуниста*, *немајстор*, *немасон*, *непеча-рош*, *непитање*, *нерус*, *неспортиста*, *нечлан*, *неватромет*, *нелампцион*, *нешкола*, *небивање*, *немржња*, *нехраброст*, *неживот*, *не-Невена* и др. (Ристић 2012: 35–42). Иначе, на основу нашег досадашњег истраживања партикуле *не* и префикса *не*- у домену лексичке негације у различитим периодима развоја савременог српског језика могао би се успоставити „модел животног циклуса овог језичког знака“, у чијој основи лежи представа о најважнијим етапама динамике његовог развоја као и могућност прогнозирања његове улоге у даљем развоју у српском језику (Ристић 2004а: 147–158; 2004б: 99–110; 2008: 521–528; 2009а; 2009б: 27–41 и 2012: 34–49). О теоријском значају појма „модел животног циклуса знака“ („модель жизненного цикла знака“) и о његовој примени у неодериватолошким истраживањима и прогнозирању развоја језичких јединица у језичком систему, почев од семантике, па затим преко других језичких нивоа: морфемских, лексичких, фразеолошких в. Поликарпов и др. 2008: 397–403.

је.<sup>13</sup> У синтагматским називима чувају се домаћи и одомаћени елементи: *кутија за бебе, кутија за нежељене бебе, сандучић за бебе, топлоотно острво, сејање облака, течно дрво, дигитални номад, капиларни гласови, грађевинска мафија, менструално сиромаштво, акушерско насиље, изборни инжењеринг, електронска цигарета, е-течност, генерација алфа, карго панталоне, фановска проза, болест икс, вејперски језик и вејп језик.*

### Закључна разматрања

3.1. Као и у ранијим периодима и у овом најновијем показало се да на увођење нових речи пресудно утичу ванлингвистички фактори како би се попуниле празнине у именовану нових реалија, и то не само у домену нових струка и занимања него и ширем друштвеном домену, ради задовољавања нових потреба ширих друштвених слојева у сферама гастрономије, туризма, козметике, омасовљење дигиталне технологије, ширег активизма у сферама екологије, економије, политике, финансија, масовне културе, спорта и др.<sup>14</sup> Тематска разнородност најновијих српских неологизама, поред осталог, указује на омасовљене и појачане матери-

---

<sup>13</sup> Значајној теми апелативизације посвећен је читав један број часописа Новоречје (бр. 8, 2023) са радовима еминентних српских и славистичких аутора. Углавном су разматрани творбени деантропоними са основама имена, презимена и надимака, па поред великог броја примера разматраних са различитих аспеката, изведени су општи закључци из ове области. Поменућемо само занимљива запажања изнета у радовима неких српских лингвиста: И. Лазић Коњик, С. Новокмета, В. Миљковића и Ђ. Оташевића, који је у овом броју представио творбене аспекте бројних апелатива изведених од презимена руског председника Путина, док је у занимљивом раду у другом броју часописа анализирао и апелативе засноване на презименима Вучић и Ђилас (Оташевић 2020).

<sup>14</sup> О узроцима и факторима појављивања нових речи у језику в. Поликарпов и др. 2008: 403-404.

јалне потребе припадника савременог друштва и задовољење комфора како у слободном и радном времену (туризам, пословна комуникација) тако и у приватној сфери (козметика, гастрономија, туризам, па и у приватној комуникацији преко бројних портала), а у јавној сфери на подизање еколошке свести о незагађеној природи и здравијем животу, као и масовније прихватање дигиталних и техничких иновација, а све ради остваривања бољих општеживотних и еколошких услова. И најновији неологизми континуирано прате политику родне равноправности и феминистичког покрета, што смо се уверили прегледом рубрике „Грађа за речник нових речи“ из часописа Новоречје на основу огромног броја феминизама, углавном у сфери занимања и звања, али у нашем претходном истраживању потврђен је и већи број креативних неолошких феминизама у сфери носилаца особина, поступака и активности<sup>15</sup>, што се јавило као секундарна појава планског и усмереног мовирања у сфери занимања и звања.

3.2. Анализа ограниченог броја неологизама, који се употребљавају у језику медија, показала је примарну улогу позајмљивања и творбе у именовању нових актуелних по-

---

<sup>15</sup> О традиционалној заснованости овог творбеног типа у сфери носилаца особина, стања и поступака показаном на дијахроном плану в. Ристић 2004: 149–185 и синхроном плану: *гастајбатеркиње, забавњаче, народњакиње, пеџачице, левичарке, маштарке, френдице*, а могу парирати особама мушког пола и по неким пороцима и лошим особинама, као, нпр.: *фалсификаторке, фрајерице, факирке, сифилистичарке* и др. Ова група именица осим формалне сличности са претходном, одликује се стилском маркираношћу са негативном конотацијом, па се јављају примери типа: *говораца, огаоваруша, бављеница, оближвачица, превезуша, постеларка, рађатељка и фафлачица* (Ристић 2012: 13–14). Њима се придружују и најновије адаптиране неолошке позајмљенице са елементима српског етнокултуролошког и националног обележја, тзв. англокализација, типа: *фенсерка, флертуша, герла, силиконка, фетуља* (Ајдачић, Матић 2020: 37–39).

треба, као и то да у најновијем развоју српске лексике доминира језичко грађења над малобројним примерима језичког стварања, карактеристичним увођењем отворених творбених низова са страним префиксоидима *гастро-* и *фуд-*, који се попуњавају потенцијалном лексиком; затим употребом сложеница, полусложеница, суфиксалних и префиксално-суфиксалних твореница. Творбени нелогизми налазе своје најјаче упориште у језику медија и социолеката (у свим врстама жаргона), а временом у непрекидном раслојавању лексике могу постати и део општег лексичког фонда, углавном преко професионалних жаргона, професиолеката (исп. Ћорић 2008: 150–151). Стичемо утисак да се у језику медија у други план потискује процес језичког стварања, који се реализује променом значења речи, семантичком деривацијом, или увођењем нових значења у виду разних видова креативне употребе језика у домену номинације. Процеси језичког стварања незнатно су реализовани у нашем материјалу у виду фигуративне употребе неологизама. Занемаривање језичког стварања у дискурсу медија, како показује наш материјал, испољава се у слабијем интензитету експресивизације, интензификације, деинтензификације, као и других аспеката личног, субјективног односа према реалијама из спољашњег света, па изостаје увид континуитета у стварању речи субјективне оцене: деминутива и хипокористика или аугментатива и пејоратива.

3.3. Преглед веома ограниченог броја најновијих неологизама из језика медија, осим истакнутих појединачних појавних карактеристика, ипак указује на тенденције одржавања континуитета системских процеса и појава у области неологије, као што су: 1) увођење туђица и позајмљеница из страних језика, углавном англицизама, њихову већу или мању адаптацију, што представља тенденцију системског подржавања уравнотеженог стања у стабилизацији лексичке и

функционалностирске норме српског језика преко хибридних твореница; 2) системско непрекидно попуњавање лексичког фонда активирањем домаћих творбених модела и типова у деривацији, префиксацији, композицији и комбинованој префиксално-суфиксалној творби; 3) допуњавање и проширивање актуелних тематских области новом лексиком; 4) системско регистровање актуелних ванјезичких појава у многим областима: техничко-дигиталним, здравствено-медицинским, еколошким, климатским, друштвено-политичким, социјалним, културолошким и др.

## ЛИТЕРАТУРА

- Ајдачић, Дејан, Матић Маја 2020. Називи жена – германизми са семантичким отклоном у српском језику, *Новоречје*, 3, 39–49.
- Драгићевић, Рајна 2020. Неке тенденције у творби речи у савременом српском језику. *Новоречје*, 2, 29–139.
- Лазић Коњик, Ивана 2021. Англобализми и други неологизми у најновијем периоду развоја српског језика. *Новоречје*, 4, 19–28.
- Мироха, Пјотр 2021. Делатност часописа Новоречје у оквиру српских и польских истраживања неологизама. *Новоречје*, 4, 186–197.
- Оташевић, Ђорђе 2020. Творба деантропонимних политичких неологизама (од презимена Вучић и Ђилас). *Новоречје*, 2, 9–36.
- Поликарпов А. А., Кукушина О. В., Токтонов А. Г. 2008. Проверка теоретически предсказанных неодериватологических закономерностей данными русской корпусной неодериватографии. У: М. И. Чернышева (ред.), *Теория и история славянской лексикографии*, Научные материалы к XIV съезду славистов. Москва, 392–426.

- Ристић Стана 2004а. *Експресивна лексика у српском језику (теоријске основе и нормативно-културолошки аспекти)*. Београд: Институт за српски језик САНУ.
- Ристић Стана 2004б. Још нека запажања о негацији и негираним именицама. *Научни састанак слависта у Вукове дане*, 33/1, 99–110.
- Ристић, Стана 2006. *Раслојеност лексике српског језика и лексичка норма*. Београд: Институт за српски језик САНУ.
- Ристић, Стана 2008. Речи са негацијом у дијалекатском речнику Загарача. *Зборник Института за српски језик САНУ 1*. Београд: Институт за српски језик САНУ, 521–528.
- Ристић, Стана 2009а. *Модификација значења и лексички модификатори у српском језику*. Београд: Институт за српски језик САНУ.
- Ристић, Стана 2009б. Неке најновије појаве у развоју лексике српског језика (на примеру твореница са префиксима *не-* и *анти-*). *Научни састанак слависта у Вукове дане*, 38/1, 27–41.
- Ристић, Стана 2012. *О речима у српском језику. Творбено и лексикографско-лексиколошки аспекти*. Београд: Институт за српски језик САНУ.
- Ћорић, Божо 2008. *Творба именица у српском језику*. Београд: Друштво за српски језик и књижевност Србије.
- Bugarški, Ranko 2006. *Žargon, Lingvistička studija*, Друго, прерађено и проширено издање, Београд: Библиотека XX век.

*Stana Ristić*

Institute for the Serbian Language of the Serbian Academy of Sciences and Arts

## SOME OBSERVATIONS ON THE LATEST WORDS IN THE SERBIAN LANGUAGE

### Summary

The paper presents observations on systemic phenomena and processes in the field of neology in the Serbian language, based on the results of our research on neologisms across two synchronic cross-sections of their development. A short-term cross-section of a limited number of neologisms from media language over the past two to three years is analyzed in the context of our previous systemic neological research, which was based on a much larger sample and a longer-term cross-section of the preceding three decades (the last decade of the 20th century and the first decade of the 21st century) and published in our 2012 monograph. This analysis of a limited number of recent media neologisms, conducted with reference to the systemic results of our earlier research, enabled us to determine the origins, thematic and derivational characteristics of the latest media neologisms, their impact on the (de)stabilization of lexical and functional-stylistic norms, and the significance of extralinguistic factors in introducing new words into the Serbian language.

*Keywords:* latest neologisms, media language, systemic phenomena in neology, Serbian language.

УДК 811.163.4'373.43.45=111(497.6):004.774.1'20"  
811.163.4(497.6):811.111:[311.212'20"

*Amela Šehović\**

(Univerzitet u Sarajevu, Filozofski fakultet)

## **NOVI(JI) ANGLICIZMI IZ OBLASTI DRUŠTVENIH MREŽA**

Predmet rada je analiza novi(ji)h anglicizama koji su karakteristični za društvene mreže (Facebook, Instagram, Twitter). Cilj istraživanja je utvrditi da li se i u kojoj mjeri ovi anglicizmi adaptiraju u jeziku primaocu (bosanski), s posebnim akcentom na razgovorni jezik imajući u vidu da su oni rijetko sastavni dio standardnog jezika. Za potrebe istraživanja urađena je anketa među izvornim govornicima bosanskog jezika o korištenju određenih anglicizama iz oblasti društvenih mreža. Ova je anketa ukazala na nesumnjiv utjecaj engleskog jezika na jezik primalac (bosanski), ali i vitalnost bosanskog jezika u kontekstu načina na koji prima posuđenice.

*Ključne riječi:* anglicizmi, društveni mediji, društvena mreža, neologizmi, bosanski jezik, posuđenice.

### Uvod: o medijima i društvenim mrežama

Mediji se definiraju kao različite tehnologije koje omogućavaju ljudsku interakciju i učestvuju u oblikovanju modernih društava (Bilić 2020), a njihova uloga u tome sagledavana je iz različitih perspektiva. No, jedno od najistaknutijih opažanja o njihovoj ulozi u ljudskom životu jeste sociologa M. McLuhana

---

\* amela.sehovic@ff.unsa.ba; ORCID: 0000-0003-4667-7052.

(2008: 24), koji je medije uporedio sa zatvorom bez zidova za njihove korisnike.

Termin društveni mediji se odnosi na internetske tehnologije, platforme i usluge koje korisnicima omogućavaju više načina komunikacije (jedan–na–jedan, jedan–prema–mnogima i mnogi–prema–mnogima) kao i mogućnosti kreiranja sadržaja i njihovog dijeljenja putem interneta (Haramija i Njavro 2022: 52).

Najpopularniji oblik društvenih medija su društvene mreže (engl. social networking services), čiji se nastanak i razvoj može situirati u Sjedinjene Američke Države 1990-ih godina, a među prvim društvenim mrežama koje su se pojavile u komunikacijskom prostoru su: SixDegrees.com, AsianAvenue, Black-Planet, LiveJournal (Grbavac i Grbavac 2014: 208). Ove su mreže u vrijeme nastanka bile namijenjene užem krugu korisnika, no od 21. vijeka one svakodnevno povećavaju broj korisnika a nastaju i nove te je tako 2002. nastao Friendster, 2003. MySpace i LinkedIn, 2004. Facebook, 2006. Twitter, 2009. Pinterest, 2012. Google+ itd. Također, od 2010. godine društvene mreže se počinju kreirati i u drugim zemljama, npr. u Kini (Haramija i Najvro 2022: 53, prema Shah 2016). Ovakav bum društvenih mreža bio bi teško zamisliv da se njima služe samo pojedinci u privatne svrhe, nego je on posljedica i činjenice da društvene mreže služe za marketinške svrhe (tj. za različite promocije i oglašavanja robnih marki i proizvoda ali i organizacija).

Dakle, društvene mreže čine sastavni dio naše svakodnevnice, ali je istovremeno i oblikuju na način da se „svako neposredno proživljeno iskustvo, prerađuje (se) i posreduje putem društvenih aplikacija da bi se ponovno zadobilo kao u *cameri obscuri* – karikatura gdje se ‘ja’ zamjenjuje vlastitim virtualnim simulakrumom” (Zelić 2019: 55). Naime, vrijednost bilo kakvih iskustava određena je njihovim kodiranjem u virtuelni svijet, što je osnovna pretpostavka za zadovoljenje potrebe za društvenom afirmacijom.

Pored toga, *differentia specifica* komunikacije na društvenim mrežama u odnosu na druge vidove ljudske komunikacije jest da ona nije dominantno verbalna, nego „uključuje i upotrebu emotikona, *emojija*, *hashtagova* i poveznica, podjelu drugih objava, označavanje osoba i institucija te objavljivanje fotografija i videozapisa” (Šegvić i Polić 2024: 4018).

U našem radu fokus je na društvenim mrežama Facebook, Instagram i Twitter<sup>1</sup>, koje su najzastupljenije u Bosni i Hercegovini (ali i svijetu<sup>2</sup>). U BiH je potvrđeno 1.401.520 korisnika Facebooka, što je 30,53% od ukupne populacije zemlje (radiosarajevo.ba) i 130.000 korisnika Instagrama (n1info.ba). Na osnovu ličnog iskustva, možemo ustanoviti da je Facebook društvena mreža kojom se primarno služe odrasli sredovječni i stariji korisnici, dok je udio mlađe populacije (naročito one ispod 18 godina) znatno manji budući da se ova populacija dominantno služi Instagramom a u posljednje vrijeme i Twitterom (X). Format objava na Facebooku i Twitteru je često tekstualni, dok se na Instagramu informacije prvenstveno prenose vizuelno – putem slike ili videozapisa, a samim tim ove se mreže razlikuju i u stepenu zastupljenosti bilo kakvih leksema, pa tako i anglicizama.

## Neologizmi i anglicizmi

Anglicizmi iz oblasti društvenih mreža pripadaju neološkom sloju leksike, a neologizmom se općenito smatra „nova riječ, novo značenje neke, već postojeće riječi, ali također posuđe-

---

<sup>1</sup> U radu se koristi ovaj naziv jer je i dalje rasprostranjeniji u odnosu na zvanični naziv navedene društvene mreže – X.

<sup>2</sup> Podaci iz 2021. godine ukazuju na 2,27 milijardi ljudi koji aktivno koriste Facebook na mjesečnoj bazi, milijardu ljudi koji aktivno koriste Instagram na mjesečnoj bazi i 187 miliona koji aktivno koriste Twitter na dnevnoj bazi (balkans.aljazeera.net). Čak su dati podaci o korisnicima prema spolu: Facebook koristi 56% muškaraca i 44% žena, Instagram 57% muškaraca i 43% žena, a Twitter 68% muškaraca i 32% žena.

nica (ne samo iz stranoga jezika nego i iz žargona pojedinih društvenih skupina); napokon i riječ koja je ponovo oživjela” (Mounin 1974: 229–230, prema: Muhvić-Dimanovski 2005: 3). U radu se nećemo baviti brojnim podjelama neologizama (up. Muhvić-Dimanovski 2005; Mikić Čolić 2021; Šehović 2022), ali ćemo istaći da veliki broj neologizama čine posuđenice, koje se dijele na denotativne i konotativne (Muhvić-Dimanovski 2005: 7). Denotativnim neologizmima se imenuju nove pojave, pojmovi i predmeti za koje ne postoji odgovarajuća domaća riječ, što implicira da se njima popunjavaju lakune u jeziku primaocu. Sa druge strane, „druga grupa neologizama – konotativni – obuhvata riječi za koje postoji bliskoznačnica, ali ona ne ispunjava potrebu za društvenim prestižom, identifikacijom sa određenom grupom, stilom života i sl.” (Šehović 2022: 290) kao ni za individualnom emotivno-ekspresivnom i stilskom kreativnošću u upotrebi jezika.

U svim savremenim jezicima najbrojnije posuđenice su one iz engleskog jezika, koji je *lingua franca*<sup>3</sup> našeg doba, a na što ukazuje i činjenica da se na njemu odvija 75% korespondencije u svijetu i razmjenjuje više od 80% kompjuterskih informacija (Edwards 1994: 41, prema: Пипер 2003: 23). Pored toga, osobe mlađe<sup>4</sup> i srednje dobi engleski jezik smatraju više dodatnim nego stranim jezikom (v. Bugarski 2005: 124), što dovoljno

---

<sup>3</sup> U anketi koju sam provela 2019. godine, više informanata je dalo prednost engleskom jeziku nad maternjim i u semantičkom i u tvorbenom aspektu te na planu zvučnosti leksema, a neki su istakli da riječi iz engleskog jezika koriste kada zaborave riječ na bosanskom ili je se ne mogu sjetiti. Ipak, najveći broj informanata (45%) naveo je da anglicizme koristi zbog njihove veće ekspresivnosti, 28% radi popune lakuna u maternjem jeziku a 25% je kao razlog upotrebe navelo jezičku ekonomiju – činjenicu da se riječju na engleskom može iskazati ono za što bi na maternjem jeziku trebalo više riječi.

<sup>4</sup> A. Mikić Čolić primjećuje da „mlađi govornici ‘žive’ s najvitalnijim dominirajućim kulturnim, civilizacijskim i političkim događajima” (Mikić Čolić 2021: 129), koji mahom dolaze iz zapadnih kultura.

govori o značaju koji on ima u savremenoj kulturi<sup>5</sup>. U tom kontekstu, povećana upotreba anglicizama može se istovremeno smatrati i pojavom i trendom zajedničkim za sva moderna društva.

Anglicizmi, prema jednom tumačenju, predstavljaju „sve one posuđenice za koje možemo utvrditi da im je *izvorni jezik* (source language) engleski i da označuju predmete i pojmove engleskog porijekla, koji su sastavni dio života, materijalne i duhovne kulture Engleske ili Amerike” (Filipović 1986: 192) i „adaptirani su prema sustavu jezika primaoca” (Isto: 193). T. Prčić et al., pak, utvrđuju da se anglicizmom smatraju „reči i njihovi potencijalni delovi, tj. afiksi, koji su iz engleskog jezika preuzeti u srpski, dostigli su bar delimičnu integraciju u njegov sistem... i spadaju u opšti, svakodnevni, neterminološki vokabular srpskog jezika” (Prčić et al. 2021: 11), iako etimološki mogu biti i germanskog, francuskog, latinskog ili starogrčkog porijekla, ali je važno da su „u srpski preuzeti u obliku i pridruženom mu značenju koje imaju u engleskom...”<sup>6</sup> (Isto: 12). Ovo tumačenje pojma ‘anglicizam’ smatramo primjerenijim za lekseme iz oblasti društvenih mreža – naime, ove su lekseme u jezike primaoca preuzete iz engleskog jezika, a u tom procesu izvorna etimologija nije relevantna.

---

<sup>5</sup> I. Vlajković (2010: 193) čak iznosi zapažanje da je „englesko-srpski hibrid već postao neotuđivo obeležje potkulture novih, bilingvalnih generacija i da one nisu voljne ili ne vide razlog zbog kojeg bi trebalo da ga se odreknu”. Takvog je stava i D. Dugina (2016: 28), koji tvrdi da se „govornici hrvatskog jezika (se) danas koriste anglizmima iz praktičnih razloga, a ne iz snobizma kao što navode neki puristi”.

<sup>6</sup> U ovom se rječniku uvodi i distinkcija anglicizam – inglišizam (Prčić et al. 2021: 11–12).

O novi(ji)m anglicizmima u leksikološkim monografijama objavljenim u novom mileniju

U našem radu fokusiramo se na neološke anglicizme, koji su posljednjih nekoliko decenija predmet brojnih lingvističkih istraživanja, a taj interes ne jenjava ni u današnje doba. Uostalom, to ni ne čudi u svjetlu činjenice da „otprilike 40% novih riječi pripada kategoriji posuđenica iz engleskoga” (Muhvić-Dimanovski 2005: 40), zbog čega neki autori koriste i termin angloneologizmi (Isto, rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr, Šehović 2022: 346).

U nemogućnosti da se pobroje svi radovi ove tematike, a kamoli da se ukratko opišu, u radu su predstavljene isključivo leksikološke monografije koje se bave neologizmima (Mihaljević 2003; Muhvić-Dimanovski 2005; Оташевић 2008; Mikić Čolić 2021) kao i one u kojima su neologizmi jedan od više predmeta proučavanja (Šehović 2009a; Драгићевић 2018; Ljevo-Ovčina 2021).

Tako M. Mihaljević u knjizi *Kako se na hrvatskome kaže WWW?* (2003) obrađuje hrvatsku računarsku terminologiju i već na samom početku utvrđuje da je „prvi susret s novim računalnim pojmom gotovo (je) uvijek preko engleskog naziva” (11). Također, autorica konstatira i da je uvođenje interneta razlog pojave mnogo novih naziva, a zauzima pristup prema kojem „anglizme općenito pa tako i anglizme u računalnome nazivlju treba kad god je to moguće zamijeniti odgovarajućim hrvatskim nazivim” (13). U skladu s tim, autorica ističe prednosti zamjene izraza iz engleskog jezika hrvatskim nazivima, te npr. za *computer man*, i pored već postojeće lekseme *kompjuteruš/kompjutoraš*, predlaže izraz *računalac* (64). Takvi primjeri pokazuju da je autoričin pristup anglicizmima puristički i preskriptivan.

V. Muhvić-Dimanovski u monografiji *Neologizmi: problemi teorije i primjene* (2005) primarno proučava neologizme. Među posuđenicama posebno analizira anglizme – angloneolo-

gizme (40–44), za koje utvrđuje da imaju dominantno mjesto u rječnicima novih riječi, što je „odraz stvarne jezične situacije, a nikako permisivnoga stava leksikografa” (41) budući da je privilegiran položaj anglicizama u odnosu na lekseme drugoga porijekla primjetan od kraja Drugog svjetskog rata naovamo. Kao posebno važan faktor u posredovanju utjecaja engleskog jezika na druge jezike svijeta V. Muhvić-Dimanovski ističe medije, u kojima se, prema njenom mišljenju, „forsira uporaba anglizama” (42). Autorica zatim navodi neke od frekventnijih angloneologizama: *wellness*, *downloadirati*, *prepaid* kartica i sl. (44) te spominje jedini hrvatski rječnik novih riječi, u kojem preko 80% natuknica čine anglicizmi (Isto).

Neologizmima u hrvatskom jeziku u istoimenoj monografiji (2021) bavi se i A. Mikić Čolić, koja na vrlo opsežan način – tvorbeno-semantički i leksikološki – analizira ovaj sloj leksike u hrvatskom jeziku. Jezičkim posuđivanjem – različitim razlozima i učincima – posvećena je manja cjelina ove knjige (102–112) te se tako navodi da je prestiž razlog posuđivanja sljedećih anglicizama u hrvatski jezički sistem: *stage*, *loser*, *make-up*, *shortcut*, *sound...* (103). Za razliku od drugih autora koji su se bavili ovom temom, A. Mikić Čolić uvodi i temu jezičkog nacionalizma, što je „mehanizam koji u jeziku regulira prihvaćanje i prilagođavanje inojezičnih elemenata” (Mikić Čolić 2021: 103). Osim toga, ona ukratko predstavlja *Teoriju jezika u kontaktu* (1986) R. Filipovića, u kojoj se tematizira fenomen jezičkog posuđivanja iz ugla engleskog jezika kao jezika davaoca, ali ne navodi primjere iz knjige nego samo teorijske postavke. U knjizi A. Mikić Čolić anglicizmi su, u najvećem broju primjera, glagolski: *guglati*, *fajlati*, *logirati*, *tvitati*, *lajkati*, *bekapirati* (152–156), a iako, prema riječima autorice, „glagolski neologizmi nisu skloni prefiksaciji i sufiksaciji” (157), pronađeni su primjeri sativnog i totivnog značenja nekih glagolskih neologizama, od kojih su anglicizmi samo totivnog značenja: *tvitnuti*, *polajkati*, *pobekapirati* (Isto). Autorica se bavi i polusloženicama u rječni-

cima, dnevnim novinama i časopisima i napominje da je uglavnom riječ o posuđenicama koje su preuzete iz engleskoga jezika – u prvom dijelu: *web-stranica*, *top-tema*, ili kompletno: *e-mail* (216). Općenito, A. Mikić Čolić uviđa značaj posuđenica u bogaćenju leksičkog fonda jezika, ali pozitivno vrednuje i njihov utjecaj na tvorbeni sistem jezika primaoca (239), što je disonantno u poređenju sa evaluacijom tog fenomena kod drugih kroa-tist(ic)a.

Đ. Otašević se bavi novim riječima i njihovim značenjima u istoimenoj monografiji (2008) i već na samom početku upozorava na naglo povećanje broja novih riječi i značenja, za što kao primjer navodi francuski jezik, čija se leksika u 20. vijeku obnavlja svakih deset godina za 25% (11). Neologizmi se definiraju primjenom različitih kriterija te se ukazuje na zahtjevnost toga zadatka (36–41). Iako autor konstatira da je „najveћи broj novih речи у савременом стандардном српском језику настао (је) коришћењем домаћих творбених средстава”, ipak i on uočava da je „доминантан извор попуњавања речника новим речима позајмљивање, првенствено из енглеског језика” (42). No, autor u Zaključku, na temelju dvaju rječnika novih riječi (Otašević 1999, Nedić 1983), osporava ovu tvrdnju navodeći da je rječnička građa zaista pokazala veliko prisustvo pozajmljenica iz engleskog, naročito u oblasti kompjuterske terminologije, ali da je znatno više imenica sa slavenskim sufiksom *-ost* (175).

O neologizmima se govori i u jednoj manjoj cjelini u monografiji o srpskoj leksici u prošlosti i danas (Dragičević 2018: 237–247). Autorica navodi kriterije za klasifikaciju neke lekseme kao neologizma, načine njihove podjele kod različitih autora i glavne tokove promjena u leksičkom fondu slavenskih i drugih jezika. R. Dragičević utvrđuje da najveći broj novih leksema u srpski jezik dolazi iz engleskog jezika (209, 248), čiji utjecaj raste nakon Drugog svjetskog rata (195), a ista je pojava zabilježena i u drugim jezicima, zbog čega „периферија лексичког си-

стема многих језика почиње да личи једна на другу” (209). Strane riječi koje se u cjelovitom obliku pozajmljuju iz engleskog jezika označavaju „појаве које у савременом свету привлаче пажњу грађана, а односе се на урбани живот, нове медије, производе нових технологија” (259). Те riječi i u engleskom jeziku i u jezicima primaocima spadaju u razgovorni stil, a kao primjer navodi se leksema *selfie*, која се данас све више шири i stapa sa drugim riječima (294). R. Dragičević zaključuje da „речнике нових речи различитих словенских језика испуњава велики проценат истих неологизама – углавном интернационализама пореклом из енглеског језика” (247), kakvi su sljedeći: *ajlajner*, *autfit*, *bedž*, *bend* (240) itd. No, u zaključku ova autorica iskazuje puristički stav prema kojem je potrebna „odbrana” od engleske leksike (295).

U monografiji *Govor grada Sarajeva i razgovorni bosanski jezik* (2009) u dijelu pod naslovom „Leksika razgovornog bosanskog jezika”<sup>7</sup> (111–308) A. Šehović analizira neologizme, kojima je posvećena istoimena cjelina (135–142). Autorica postavlja pitanje kriterija na temelju kojih se neka leksema klasificira kao neologizam te vrši podjelu neologizama u tri grupe: značenjski neologizmi, formalni neologizmi i formalni i značenjski neologizmi (136). U sve tri grupe su zabilježene posuđenice: *adresa*, *generacija*, *miš*, *prozor*; *ekstra* – ‘odličan, izvanredan’, *luk* – ‘izgled’, *printer*, *toner*. Ipak, A. Šehović uočava i pojavu domaćih ekvivalenata za posuđenice iz engleskog jezika: *ulaz* (engl. *input*), *izlaz* (engl. *output*) i sl. Na kraju, ukazuje se na važnost neologizama za bogaćenje leksičkog fonda jednog jezika i zahtijeva utemeljena procjena opravdanosti njihova ulaska u rječnik nekog jezika a ne *a priori* odbijanje (142).

---

<sup>7</sup> Istraživanje leksike analizirane u ovom dijelu knjige obavljeno je 1998. godine, zbog čega su mnoge etikete pojedinih leksema danas već zastarjele, naročito u dijelu knjige koji se bavi neologizmima i žargonizmima.

Monografija A. Ljevo-Ovčine *Jezik bosanskohercegovačke i ruske štampe 2008–2011*. (2021) ne bavi se samo publicističkim stilom dvaju slavenskih jezika, nego, u jednom dijelu, i neologizmima. Autorica napominje da jezik novina oslikava nove tendencije u jezicima, među kojima i procese neologizacije i posuđivanja riječi (26), a to potvrđuje i činjenica da novinski tekstovi „predstavljaju jednu od osnovnih baza nastanka i istovremeno širenja tvorbenih, leksičkih i frazeoloških neologizama iz različitih oblasti društvenog života...” (167). A. Ljevo-Ovčina naglašava teškoće u određivanju kriterija za definiranje neke riječi kao neologizma i ukazuje na kolebanja između sinonimične upotrebe sintagme nova riječ i termina neologizam. Posebnu pažnju ova autorica posvećuje tvorbi neologizama te ističe povećanu produktivnost slaganja. Novotvorenice koje nastaju slaganjem, a odnose se na leksičku kondenzaciju čiji je rezultat juktapozicija (slaganje riječi) nastale su posljednjih decenija pod utjecajem engleskog jezika: *internet prodavnica, e-usluga, doping kontrola* (194, 200), ali A. Ljevo-Ovčina napominje da je ovoga bilo i ranije, samo su tada turski (*karavansaraj*) i njemački jezik (*štihproba*) utjecali na ovu pojavu (199).

Osim toga, veliki broj neologizama iz oblasti tehnologije i ekonomije posuđuje se iz engleskog jezika, a putem štampe oni ulazi u širu upotrebu (200). Ovu temu autorica razrađuje u poglavlju „Leksičko-semantičke promjene u bosanskom i ruskom jeziku” (242–319), a njegov centralni dio čini analiza anglicizama (244–273), koje autorica dijeli na direktne i prilagođene (255–256). Njima su označene pojave i pojmovi iz informatike, politike i vlasti, administracije: *impičment, lobirati* (260), ali i pojmovi iz domena sporta: *kickboxing, snowboarding* (265); zabave, filma i muzike: *rap, hip-hop* (266); gastronomije: *cheeseburger, fishburger* (266) itd. Svi navedeni primjeri primarno imaju nominativnu funkciju (267). Na kraju, na temelju rječnika bosanskog jezika, autorica zaključuje da je „prisutan (je) određ-

ni oprez prema uključivanju ovog sloja neologizama u standardni bosanski jezik” (270).

Iz svega navedenog proizlazi da svi autori i autorice ovih monografija uočavaju utjecaj engleskog jezika na savremeni bosanski, hrvatski i srpski jezik, ali se njihov pristup tom utjecaju razlikuje – on varira od izrazito purističkog do vrlo liberalnog, otvorenog i prijemčivog za lekseme stranog porijekla, pa tako i anglicizme.

### Anglicizmi iz oblasti društvenih mreža: korpus i istraživačka metodologija

U našem radu analiziramo isključivo nov(ij)e anglicizme iz oblasti društvenih mreža (Facebook, Instagram i Twitter) budući da u radu ovog obima nije moguće provesti proučavanje svih anglicizama koji se pojavljuju na spomenutim društvenim mrežama. No, i ovaj suženi izbor novi(ji)h anglicizama je dovoljno brojan.<sup>8</sup>

U odabiru leksema koje se odnose na društvene mreže kao izvori korišteni su rječnici anglicizama i vlastito sociokulturno znanje, djelimično proisteklo i iz korištenja društvenih mreža. Na temelju toga izrađeni su anketni listići, a anketa je provedena među studentima i studenticama filoloških odsjeka (prvi ciklus studija, studiji bosanskog, hrvatskog i srpskog jezika, te italijanskog, francuskog i perzijskog jezika) na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu, što podrazumijeva da su informanti mladi ljudi u dobi od 19 do 25 godina. Ukupan broj informanata je 50, a od toga je njih 36 ženskog spola, 14 muškog, i svi su govornici bosanskog jezika.

Informantima nisu postavljana nikakva pitanja, ni otvorenog ni zatvorenog tipa, nego je od njih traženo da od nekoliko

---

<sup>8</sup> Up. sličan zaključak G. Milašina (2016: 176) u radu koji se bavi jezikom Twittera.

ponuđenih leksema podvuku jednu ili više njih koje koriste u govoru i pisanju. Nisu traženi nikakvi dodatni komentari ni objašnjenja za odabrane lekseme, ali je u svakom nizu leksema ponuđena i opcija da informanti unesu dodatnu leksemu koja nije navedena a oni je koriste u istom ili bliskom značenju. Osim toga, informantima je skrenuta pažnja na to da podvlače samo primjere (jedan ili više njih) koje zaista koriste budući da je cilj istraživanja i utvrditi stvarnu stopu upotrebe određenih leksema, odnosno one koje su frekventnije u jezičkoj upotrebi. Smatrali smo da je za potrebe ovoga rada anketa u takvoj formi sasvim podesan istraživački alat.

S obzirom na temu rada, prva leksema u nizu leksema istog ili bliskog značenja je iz engleskog jezika. Izuzetak je napravljen u nekoliko slučajeva: kod glagola tipa *log in*, *log off*, koji se ne upotrebljavaju u izvornom obliku nego samo u prilagođenom: (*u*)*logovati se*, *odlogovati se*; glagolskih prefiksala poput *odblokirati*, *ishejtati* i sl.; imenica za korisnike društvenih mreža koje kao takve ne postoje u engleskom jeziku: *facebookovac*, *fejsbukovac*, *twiteraš*, *tviteraš*; mocijskih imenica koje kao takve ne postoje u engleskom jeziku: *influencerka*, *influenserka* i sl. čiji se parnjak u muškom rodu koristi u izvornoj: *influencer* i prilagođenoj formi: *influenser*; te pridjeva *instagramičan* i *instagramljiv*, koji su navedeni u jednom nizu, što podrazumijeva da je informantima dat izbor između jednog i drugog. Također, u nekim slučajevima ponuđene su i frekventne skraćenicе, npr.: FB, fb, Ig, CF, cf i sl., ali i tri sintagme: Close Friends, Friend Request i News Feed. Broj leksema u jednom nizu nije uvijek isti, nego je određen brojem pojava u razgovornom bosanskom jeziku.

Na taj način, dat je tabelarni popis leksema (i sintagmi) koje se u radu navode abecednim redom iako u anketi nije primijenjen taj redoslijed i uz svaku od njih navodi se broj pojavljivanja u anketnim listićima bez obzira na to da li se one pojavljuju kao jedini izbor informanta ili ravnopravno uz još neku(e)

leksemu(e): **avatar** (7), profilna slika (39), profilka (1), profilna (3); **ban** (10), banovati (31), zabraniti nekome pristup svom sadržaju (7); **block**, blokirati (46), blockirati (1), staviti na block (2); **caption** (20), kepsn (12), kratak opis fotografije na društvenoj mreži (10), opis (3); **close friends** (27), CF/cf (13), bliski prijatelji (25); **cover** (18), kaver (12), naslovna fotografija nečijeg profila na društvenoj mreži (16); **engagement** (15), interakcija<sup>9</sup> (27); **Facebook** (25), Fejsbuk (20), Face, Fejs (2), FB (9), Fb/fb (2); **facebookovac** (9), fejsbukovac (22); **facebookovati** (2), fejsbukovati (6), fejsbučiti (13), provoditi vrijeme prateći sadržaje na Facebooku (15); **facebookovka** (6), fejsbukovka (24); **fave**, faveati (5), fejavati (12), fejavovati (12); **fave** (18), fejav (18); **favorites** (17), fejavriti (4), favoriti (26), najdraži (omiljeni) (13), fav (1); **feeds** (20), feedovi (16), fidovi (14); **follow** (12), folov (9), (za)pratiti (43), zaprat; **follower** (12), folover (24), pratilac/pratitelj (27); **friend**, friendati (4), friendovati (3), friendati (10), friendovati (8), biti s kim prijatelj na društvenoj mreži (16); **friend request** (10), friend rikvest (2), zahtjev za prijateljstvo (42); **gifs** (10), gifovi (38), animirane slike (1); **hashtag** (18), hešteg (30), riječ(i) kojima prethodi znak #; **hate** (9), hateati (4), hateovati (2), hejtati (29), hejtovati (3), kritikovati (6); **hater** (9), hejter (35), kritičar (7); **haterica**, haterka, hejterica (8), hejterka (30), kritičarka (4); **hide**, hideati (10), hideovati, hajdati (15), hajdovati (5), onemogućiti uvid u vlastite informacije na društvenoj mreži (8), sakriti (3); **highlights** (29), highlighti (13), istaknuto<sup>10</sup> (8); **influencer** (13), influencer<sup>11</sup> (34); **influencerica** (4), influencerka (5), influencersica (13), influencerserka (29); **Instagram** (35), Insta (18), IG (14), Ig (2); **instagra-**

---

<sup>9</sup> U razgovornom bosanskom jeziku ovaj se anglicizam prevodi kao *interakcija*, iako je uobičajeni prijevod ove imenice *angažman*.

<sup>10</sup> Ovaj se anglicizam češće prevodi kao *vrhunac*, ali na društvenim mrežama on ima značenje nečega što je istaknuto da se primijeti.

<sup>11</sup> U hrvatskom se jeziku predlaže *utjecajnik* kao zamjena za ovu leksemu.

**mičan** (22), instagramljiv (6); **invite** (20), invajt (14), poziv (17); **invite**, inviteati (10), inviteovati, invajtati (15), invajtovati (4), pozvati (18); **ishejtati** (18), ishejtovati (9), iskritikovati; **layout** (20), izgled (25); **like** (11), lajk (36); **like**, likeati, likeovati, lajkati (34), lajkovati (12); **meme** (16), mim (20), memovi (21), šaljivi sadržaji (na internetu) (2); **mention** (20), menšn (11), menšati (1), menšovati, menšnovati (10), spomenuti (4); **mention**, menš (5), spominjanje (35); **mute** (33), muteati (9), muteovati, m(j)utati (33), m(j)utovati (20), m(j)utirati (9), utišati (12), staviti na mute (2), isključiti primanje objava korisnika društvene mreže bez njegova znanja; **mutuals** (6), zajednički prijatelji (35); **notification** (3), notifikacija (35), obavještenje/obavijest (21); **odblokirati** (47), odblockirati; **odlogovati se** (14), odjaviti se (31); **password** (17), pasvord (8), šifra (25); **petfluencer** (8), petfluenser (15); **pin**, pinovati (29), istaknuti (11); **poblokirati** (34), poblockirati (1); **post** (11), objava (41); **post**, postati (2), postirati, postovati (2), objaviti/objavljivati (41), okačiti (1); **prank** (15), prenk (26); **prank**, prankati (2), prankovati (9), prenkati (5), prenkovati (29); **profil** (35), nalog (6); **quote** (22), quoteati (3), quoteovati, kvotati (9), kvotovati (2), citirati (2); **quote**, kvot (5), citat (36); **reels** (25), reelovi (11), rils (12), rilovi (5); **remove** (14), removeati (4), rimuvati (14), ukloniti (odstraniti, izbrisati) iz liste prijatelja (16); **reply** (24), replyati (12), riplajati (4), odgovoriti na već postojeću objavu, komentar i sl. (11); **repost** (22), repostati (18), ripostati (11), postaviti na svom profilu nečiji ranije objavljeni ili proslijeđeni post (1); **request**, requestati (koga) (7), rikvestati (koga) (8), poslati zahtjev za prijateljstvo (37); **restrict**, restrictati (5), restriktati (19), ristriktati, ograničiti pristup vlastitim sadržajima (21); **retweet** (20), retvit (7), ritvit (5); **retweet**, retweetati (1), retweetovati (17), retvitati, retvitovati (9), ritvitati (2), ritvitovati (3); **save** (19), saveati (6), saveovati, sejvati (17), sejvovati, spasiti (10); **screenshot** (20), skrinšot (21), snimak ekrana (8), SS (2); **screenshot**, screenshotati (11), screenshotovati (2), skrinšo-

tati (14), skrinšotovati (12), skrinati (2), skrinovati (2); **search** (16), searchati (10), searchovati, srčati (1), srčovati<sup>12</sup> (4), pretraživati (33); **selfie** (16), selfi (32); **shame**, shameati (8), shameovati (5), šejmati (10), šejmovati (9), poniziti (1); **share**, shareati (9), shareovati (1), šerati (13), šerovati (4), serati (2), dijeliti (30); **sharing** (14), šering (10), šer (3), dijeljenje (32); **stalk**, stalkati (30), stalkirati, stalkovati (13), uhoditi<sup>13</sup> na društvenim mrežama (ob. simpatiju) (9); **story** (25), stori (19), priča (6); **tag**, tagovati (30), tagirati, označiti (22); **tag** (28), oznaka (13), etiketa (1); **timeline** (23), tajmlajn (12); **trend**, trendati (13), trendovati (16); **troll** (19), trol (21); **troll**, trollati (1), trollovi (20), trolati (9), trolovi (20); **tweet**, tweetati (4), tweetovati (12), tvitati (8), tvitovati (15); **tweets** (13), tweetovi (13), tvits, tvitovi (17); **tweetup** (11), tvitap (10); **twiteraš** (16), tviteraš (20); **twiterašica** (13), tviterašica (15); **Twitter** (39), Tviter (1), Tviterko, Tviterica (1); **(u)logovati se** (23), prijaviti/prijavljivati se (26); **unfriend** (2), unfriendati, unfriendovati (1), anfriend, anfriendati (1), anfriendovati (2), otpratiti (39), prestati pratiti (6).

### Anglicizmi iz oblasti društvenih mreža: analiza

Na temelju prethodno navedenog popisa leksema, uočavamo da su među njima najzastupljenije imenice i glagoli, što je i očekivano budući da se posuđenicama imenuju nove pojave i pojmovi, a onda te riječi služe za bogaćenje leksičkog fonda novim leksemama.

Najfrekventnije lekseme u svakom pojedinom nizu leksema su sljedeće: banovati (31), blokirati (46), caption (20), cover (18), interakcija (27), Facebook (25), fejsbukovac (22), fejsbu-

---

<sup>12</sup> U bosanskom supstandardu je *srčovati* i *srčati*, dok je u SRNA-i *serčovati* (498), a *srčovati* je označeno kao neprihvatljiv oblik (498).

<sup>13</sup> U bosanskom supstandardu realizira se ovo značenje, dok je u SRNA-i zabilježeno uobičajeno značenje 'opsesivno proganjati neku osobu...' (548).

kovka (24), fejevati (12) i fejevovati (12), fave (18) i fejev (18), favoriti (26), feeds (20), (za)pratiti (43), pratilac/pratitelj<sup>14</sup> (27), gifovi (38), hešteg (30), hejtati (29), hejter (35), hejterka (30), hajdati (15), highlights (29), influencer (34), influencerka (29), Instagram (35), instagamičan (22), invite (20), pozvati (18), ishejtati (18), izgled (25), lajk (36), lajkati (34), memovi (21) i mimovi (20), mention (20), spominjanje (35), mute (33) i m(j)utati (33), zajednički prijatelji (35), notifikacija (35), odblokirati (47), odjaviti se (31), šifra (25), petfluenser (15), pinovati (29), poblokirati (34), objava (41), objaviti/objavljivati (41), prenk (26), prenkovati (29), profil (35), quote (22), citat (36), reels (25), reply (24), repost (22), retweet (20), retweetovati (17), save<sup>15</sup> (19), skrinšot (21) i screenshot (20), skrinšotati<sup>16</sup> (14), pretraživati (33), selfi (32), šejmati (10) i šejmovati (9), dijeliti (30), dijeljenje (32), stalkati (30), story (25), tagovati (30), tag (28), timeline (23), trendovati (16), trol (21), trollovati (20) i trolovati (20), tvitovati (15), tvitovi (17), tweetup (11) i tvitap (10), tviteraš (20), tviterašica (15), Twitter (39), prijaviti/prijavljivati se (26), otpratiti (39).

Kada govorimo isključivo o ovim najfrekventnijim leksemama iz svakog niza, poželjno je ustanoviti koliko među njima ima leksema u izvornoj formi, koliko u adaptiranoj formi i, naročito važno, koliko su zastupljeni domaći ekvivalenti<sup>17</sup>. Korisnici društvenih mreža tako u izvornoj formi koriste sljedeće lekseme: Facebook (25), Instagram (35), Twitter (39) – imena društvenih mreža, caption (20), cover (18), fave (18), feeds (20), highlights (29), invite (20), mention (20), mute (33), quote (22), reels (25), reply (24), repost (22), retweet (20), save (19), scre-

---

<sup>14</sup> Leksema *folover* ima 24 korisnika.

<sup>15</sup> Leksema *sejvati* ima 17 korisnika.

<sup>16</sup> Leksema *skrinšotovati* ima 12 korisnika.

<sup>17</sup> Misli se na lekseme koje su odranije općeprihvaćene u bosanskom jeziku te njihovo izvorno porijeklo ovdje nije relevantno.

enshot (20), story (25), tag (28), timeline (23), tweetup (11), te sintagmu close friends (27). Ako se uzme u obzir da je ponuđeno 85 nizova leksema, onda ovih 19 najfrekventnijih leksema (bez naziva društvenih mreža) i jedna sintagma nije zabrinjavajući rezultat, pogotovo kada se ima u vidu da su brojne lekseme prilagođene sistemu bosanskog jezika i na fonološkom i na morfološkom planu: banovati (31), blokirati (46), fejsbukovac (22), fejsbukovka (24), fejvati (12) i fejvovati (12), fejv (18), favoriti (26), gifovi (38), hešteg (30), hejtati (29), hejter (35), hejterka (30), hajdati (15), influencer (34), influencerka (29), instagramičan (22), ishejtati (18), lajk (36), lajkati (34), mimovi (20), m(j)utati (33), petfluenser (15), pinovati (29), prenk (26), prenkovati (29), skrinšot (21), skrinšotati (14), selfi (32), stalkati (30), šejmati (10) i šejmovati (9), tagovati (30), trendovati (16), trol (21), trolovati (20), tvitovati (15), tvitovi (17), tvitap (10), tviteraš (20), tviterašica (15). Imajući u vidu da je riječ o leksēmama iz razgovornog jezika, ne čudi da je među njima dosta glagola koji su izvedeni direktno od engleske riječi, kakvi su npr. *banovati*, *hajdati*, *m(j)utati*, *pinovati*, *stalkati*, *šejmati*, *šejmovati*. Osim toga, iako „glagolski neologizmi nisu skloni prefiksaciji” (Mikić Čolić 2021: 157), zabilježen je prefiksali totalnog značenja *ishejtati* i njegova manje frekventna varijanta *ishejtvovati* te prefiksali *odlogovati se* i *ulogovati se*, koji su ipak u jezičkoj upotrebi manje zastupljeni nego njihovi ekvivalenti *odjaviti se* i *prijaviti se*.

Domaći ekvivalenti za izvorne anglicizme su sljedeće lekseme: interakcija (27) (: engagement), (za)pratiti (43) (: follow), pratilac/pratitelj (27) (: follower), pozvati (18) (: invite), izgled (25) (: layout), odblokirati (47) (: unblock), odjaviti se (31) (: log out), poblokirati<sup>18</sup> (34) (: block), spominjanje (35) (: mention), notifikacija (35) (: notification), šifra (25) (: password), objava (41) (: post), objaviti/objavljivati (41) (: post), pretraživa-

---

<sup>18</sup> Ovaj je glagol stilski sniženo markiran.

ti (33) (: search), profil (35) (: profile), citat (36) (: quote), dijeliti (30) (: share), dijeljenje (32) (: sharing), prijaviti se/prijavljivati se (26) (: log in), otpratiti (39) (: unfollow); sintagme: profilna slika (39) (: profile picture), zahtjev za prijateljstvo (42) (: friend request), zajednički prijatelji (35) (: mutuals) i višечlane konstrukcije: provoditi vrijeme prateći sadržaje na Facebooku (15) (: spend time on Facebook), biti s kim prijatelj na društvenoj mreži (16) (: be friend with whom on a social network), ukloniti (odstraniti, izbrisati)<sup>19</sup> iz liste prijatelja (16) (: remove from friends list), poslati zahtjev za prijateljstvo (37) (: send friend request), ograničiti čiji pristup vlastitim sadržajima (na društvenoj mreži) (21) (: restrict access to somebody).

Ukoliko se prate lekseme iz jednog niza koje imaju najviše aktivnih pojedinačnih pojava, to su sljedeće: Facebook (25), Fejsbuk (20), Fejs (2), FB (9), Fb/fb (2); favorites (17), fejeviti (4), favoriti (26), najdraži (omiljeni) (13), fav (1); friendati (4), friendovati (3), frendati (10), frendovati (8), biti s kim prijatelj na društvenoj mreži (16); hate (9), hateati (4), hateovati (2), hejtati (29), hejtovati (3), kritikovati (6); hideati (10), hajdati (15), hajdovati (5), onemogućiti uvid u vlastite informacije na društvenoj mreži (8), sakriti (3); mention (20), menšn (11), menšati (1), menšnovati (10), spomenuti (4); mute (33), muteati (9), m(j)utati (33), m(j)utovati (20), m(j)utirati (9), utišati (12), staviti na mute (2); quote (22), quoteati (3), kvotati (9), kvotovati (2), citirati (2); retweetati (1), retweetovati (17), retvitovati (9), ritvitati (2), ritvitovati (3); screenshotati (11), screenshotovati (2), skrinšotati (14), skrinšotovati (12), skrinati (2), skrinovati (2); search (16), searchati (10), srčati (1), srčovati (4), pretraživati (33); shameati (8), shameovati (5), šejmati (10), šejmovati (9), poniziti (1); shareati (9), shareovati (1), šerati (13), šerovati (4), serati (2), dijeliti (30); unfriend (2), unfriendovati (1), anfriendati (1), anfriendovati (2), otpratiti (39), prestati pratiti (6). Ime dru-

---

<sup>19</sup> Lekseme *remove* i *rimovati* imaju po 14 korisnika.

štvene mreže Facebook očekivano se našlo na ovoj listi, a ne iznenađuje ni pojava ustaljene lekseme *favoriti*, uz još neke njene varijante, no činjenica da su svi ostali primjeri glagoli<sup>20</sup> ukazuje na to da put njihove integracije u bosanski jezik još nije završen ali i da se u bliskoj budućnosti može očekivati dominacija jedne lekseme, kao što je to već slučaj s primjerima *pretraživati*, *dijeliti*, pa čak i sa supstandardnim *otpratiti* u značenju ‘prekinuti s kim prijateljstvo na društvenoj mreži’.

Što se tiče ortografije analiziranih anglicizama, ona je „vrlo (je) različita – od izvorne do posve prilagođene” (Muhvić-Dimanovski 2005: 7), na što ukazuje i A. Šehović (2009b: 126) u radu koji se zasniva na korpusu bosanskog jezika. Pored toga, A. Šehović u jednom kasnijem istraživanju (2022: 232) ukazuje i na miješani način pisanja ovih leksema u informatičkoj literaturi i na forumima, a ovakav način pisanja potvrđuju i brojni primjeri iz našeg korpusa<sup>21</sup>: *blockirati*, *facebookovati*, *friendati*, *friendovati*, *hateati*, *hateovati*, *hideati*, *inviteati*, *muteati*, *poblockirati*, *prankati*, *prankovati*, *quoteati*, *removeati*, *replyati*, *repostati*, *requestati*, *restrictati*, *retweetati*, *retweetovati*, *saveati*, *screenshotati*, *screenshotovati*, *searchati*, *shameati*, *shameovati*, *shareati*, *shareovati*, *trollati*, *trollovati*, *tweetati*, *tweetovati*, *unfriendovati*; *facebookovac*, *facebookovka*, *feedovi*, *haterica*, *haterka*, *highlighti*, *influencerica*, *influencerka*, *reelovi*, *tweetovi*, a zabilježeni su i *twiteraš* i *twiterašica*, primjeri u kojima se zadržava izvorni suglasnik w, dok se dva ista suglasnika (t) iz Twitter svede na jedan.

Među navedenim primjerima s mješovitim načinom pisanja, glagola je primjetno više, a ovi se glagoli od glagola u standardnom jeziku razlikuju po tome što je njihova morfološka

---

<sup>20</sup> U ranijem istraživanju glagolskih anglicizama u bosanskom jeziku, A. Šehović je utvrdila veliki broj onih koji su adaptirani sufiksom *-ira-* (v. Šehović 2019: 233), no ovo istraživanje ne podupire taj zaključak.

<sup>21</sup> Navedeni su samo primjeri za koje imamo potvrde.

adaptacija izvršena bez prethodne transfonemizacije posuđene riječi.

Analiza anketnih listića općenito je pokazala da isti korisnik društvene mreže istovremeno koristi npr. leksemu *like* ali glagol *lajkovati* ili imenicu *invite* ali glagol *pozvati*, što ukazuje na nestabilnost u upotrebi novi(ji)h anglicizama.

Pored toga, analiza je pokazala da neke od leksema koje pripadaju žargonu društvenih mreža imaju svoje bosanske ekvivalente, i to brojnije i frekventnije što je njihova upotreba duža. To potvrđuju primjeri već ustaljenih glagola kakvi su: *dijeliti* (: share), *objaviti/objavljivati* (: post), *odjaviti se* (: log out), *pozvati* (: invite), *pretraživati* (: search), *prijaviti se/prijavljivati se* (: log in), a među njima neki su i supstandardni: *otpratiti* (: unfriend), *(za)pratiti* (: follow), no i oni potvrđuju tu tendenciju. Glagol *označiti* (: tag) sve je ustaljeniji.

Od imenica frekventne su *citati* (: quote), *dijeljenje* (: sharing), *notifikacija* (: notification), *objava* (: post), a sve su frekventnije *izgled* (: layout), *obavještenje/obavijest* (: notification), *poziv* (: invite), *spominjanje* (: mention), *šifra* (: password) te imenska sintagma *zajednički prijatelji* (: mutuals).

Činjenica da su nekad dominantni anglicizmi zamijenjeni domaćim ekvivalentima, poput npr. imenice *post* i glagola *postati* i *postovati*, koji su i danas prisutni, ali neuporedivo manje: *post* (11): *objava* (41); *postati* (2), *postovati* (2) : *objaviti/objavljivati* (41) i *okačiti* (1), ukazuje na vitalnost bosanskog jezika, zbog čega se strah od dominacije engleskog jezika i njegovog utjecaja na strukturu jezika pokazuje neopravdanim.

Uostalom, čak su u nekoliko slučajeva potvrđeni frekventniji višečlani ekvivalenti naspram jednočlanih leksema: ‘poslati zahtjev za prijateljstvo’ (37) dominira nad supstandardnim jednočlanim glagolima *requestati* (koga) (7) i *riquestati* (koga) (8); ‘biti s kim prijatelj na društvenoj mreži’ (16) nad jednočlanim pojavnicama *friendati* (4), *friendovati* (3), *frendati* (10), *frendovati* (8); ‘ukloniti (odstraniti, izbrisati) iz liste prijatelja’ (16) nad

*remove* (14), *removeati* (4), *rimuvati* (14); ‘ograničiti čiji pristup vlastitim sadržajima’ (21) nad *restrictati* (5) i *restriktati* (19). Sve su ove jednočlane lekseme supstandardne, ali i pored toga što je jedna od važnijih odlika svakodnevne komunikacije jezička ekonomičnost, one nisu dobile primat u jezičkoj upotrebi.

### Umjesto zaključka

Šta nam ova analiza pokazuje? Iako provedena na ograničenom uzorku od 50 informanata, isključivo studenata i studentica filoloških odsjeka, smatramo da njeni rezultati ukazuju na neopravdan strah od prekomjernog utjecaja engleskog jezika na maternji. Naime, mnogi anglicizmi zamijenjeni su domaćim ekvivalentima, brojni su adaptirani prema morfološkom sistemu bosanskog jezika, a neki su čak proširili kontekst upotrebe, npr., „leksema *hejter* prvenstveno se odnosi na osobu koja na društvenim mrežama daje negativne komentare o kome ili čemu, ali u razgovornom jeziku ona sve češće označava osobu koja u svakodnevnom životnim situacijama pokazuje netrpeljivost i animozitet prema drugoj osobi” (Šehović 2022: 290). Sve to pokazuje vitalnost bosanskog jezika, u kojem su posuđenice, generalno govoreći, dobro došli gosti jer obogaćuju njegovu leksiku. Uostalom, „paralelna uporaba posuđenice i domaće zamjene ne dovodi do istoznačnosti u jeziku, već do paralelne uporabe dvaju izraza koji se stilski, funkcionalno i(li) značenjski raslojavaju te omogućavaju preciznije izražavanje<sup>22</sup> i slobodu osobna izbora” (Drljača Margić 2011: 56), što je zaključak s kojim se možemo složiti<sup>23</sup>.

---

<sup>22</sup> V. Ристић 2006: 150.

<sup>23</sup> Na sličnom je fonu i zaključak A. Šehović (2009b).

## ELEKTRONSKI IZVORI

- <https://balkans.aljazeera.net/interactives/2021/11/21/infografika-koristi-drustvene-mreze>) [21. 11. 2021, pristupljeno 14. 10. 2024]
- <https://n1info.ba/magazin/nauka/a64316-broj-korisnika-instagram-a-u-bih> [9. 10. 2015, pristupljeno 14. 10. 2024]
- <https://radiosarajevo.ba/magazin/tech/srbijanaca-najvise-stanovnika-bih-najmanje> [16. 2. 2013, pristupljeno 14. 10. 2024]
- <http://rjecnik.neologizam.ffzg.unizg.hr/> [pristupljeno 9. 11. 2024]

## LITERATURA

- Bilić, Petar 2020. *Sociologija medija. Rutine, tehnologija i moć*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Bugarski, Ranko 2005. *Jezik i kultura*. Beograd: Čigoja štampa.
- Drljača Margić, Branka 2011. Leksički paralelizam: je li opravdano govoriti o nepotrebnim posuđenicama (engleskoga podrijetla)? *Fluminensia* 23/1, 53–66.
- Dugina, Daniel 2016. Hrvatski purizam i tvorba riječi u raljama interneta. U: B. Tošović i A. Wonisch (Hg.) *Jugendsprache im Internet*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač, 17–31.
- Filipović, Rudolf 1986. *Teorija jezika u kontaktu*. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti i Školska knjiga.
- Grbavac, Jacinta, Vitomir Grbavac 2014. Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. *Media, culture and public relations* 5(2), 206–219.
- Haramija, Predrag, Mato Njavro 2022. Društvene mreže i društvena odgovornost. *Obnovljeni Život* 78/1, 51–66.
- Ljevo-Ovčina, Amela 2021. *Jezik bosanskohercegovačke i ruske štampе 2008–2011*. Šlapsk Sp. Z.o.o. Wydawnictwo Naukowe.
- McLuhan, Marshal 2008. *Razumijevanje medija: mediji kao čovjekovi proizvođači*. Zagreb: Golden marketing-Tehnička knjiga.

- Mihaljević, Milica 2003. *Kako se na hrvatskome kaže WWW?* Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Mikić Čolić, Ana 2021. *Neologizmi u hrvatskome jeziku*. Osijek: Filozofski fakultet.
- Muhvić-Dimanovski, Vesna 2005. *Neologizmi: problemi teorije i primjene*. Zagreb: FF press i Zavod za lingvistiku.
- Prčić, Tvrtko, Jasmina Dražić, Mira Milić i sar. 2021. *Srpski rečnik novijih anglicizama*. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Šegvić, Branka, Iva Polić 2024. Analiza internetskog diskursa u objavama članova Vlade na Facebooku. *In Medias Res* 13(24), 4017–4036.
- Šehović, Amela 2009a. Leksika razgovornog bosanskog jezika. U: S. Halilović, I. Tanović, A. Šehović. *Govor grada Sarajeva i razgovorni bosanski jezik*. Sarajevo: Slavistički komitet, 111–308.
- Šehović, Amela 2009b. Mjesto i funkcija anglicizama u savremenom bosanskom jeziku. *Pismo* 1, 122–138.
- Šehović, Amela 2019. Anglicizmi – motivatori u tvorbi glagolskih izvedenica u savremenom bosanskom jeziku. U: M. Kardaš i E. Mešanović-Meša (ur.) *Bosanskohercegovački slavistički kongres II* (knjiga 1). Sarajevo: Slavistički komitet, 229–242.
- Šehović, Amela 2022. Leksika u časopisima za mlade. U: E. Durmišević i A. Ljevo-Ovčina (ur.) *Bosanskohercegovački slavistički kongres III* (knjiga 1). Sarajevo: Slavistički komitet, 285–302.
- Vlajković, Ivana 2010. Uticaj engleskog jezika na srpski na planu pravopisa, leksike i gramatike u komunikaciji na Fejsbuku. *Komunikacija i kultura online* 1/1, 183–196. [<https://komunikacijaiikultura.org/index.php/kk/article/view/216/171>] pristupljeno 7. 11. 2024.
- Zelić, Marija 2019. Emotikoni – Prema kiborgizaciji društva?. *Kroatologija* 10/2, 47–63.
- Драгићевић, Рајна 2018. *Српска лексика у прошлости и данас*. Нови Сад: Магица српска.
- Милашин, Горан 2016. Језик Твитера из стилистичког угла. U: B. Tošović i A. Wonisch (Hg.) *Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil*. Graz: Institut für Slawistik der Karl-Fran-

zens-Universität Graz und Kommission für Stilistik beim Internationalen Slawistenkomitee, 163–193.

Оташевић, Ђорђе 2008. *Нове речи и значења у савременом стандардном српском језику: лингвистички аспект*. Београд: Алма.

Пипер, Предраг 2003. *Српски између великих и малих језика*. Београд: Београдска књига.

Ристић, Стана 2006. *Раслојеност лексице српског језика и лексичка норма*. Београд: Институт за српски језик САНУ.

*Amela Šehović*

University of Sarajevo, Faculty of Philosophy

## NEW(ER) ANGLICISMS IN THE FIELD OF SOCIAL MEDIA

### Summary

The subject of this paper is the analysis of new(er) Anglicisms that characterize social networks like Facebook, Instagram, or Twitter. This research aims to determine whether and to what extent these Anglicisms are adapted into the recipient language (Bosnian), with a special emphasis on conversational language, given that they are rarely part of the standard language. For the research, a survey was conducted among native speakers of the Bosnian language on using certain Anglicisms from social media. The survey highlighted the undeniable influence of the English language on the recipient language (Bosnian) and the vitality of the Bosnian language in how it incorporates loanwords.

*Keywords:* Anglicisms, social media, social networks, neologisms, Bosnian language, loanwords.

УДК 811.163.3'26'373.43:004.773.7  
811.163.3'373.43=811.1/.9:003.034/.5:[004.773.7

*Николче Мицкоски\**

(Лексикографски центар „Георги Старделов“, МАНУ;  
Универзитет Св. Кирил и Методиј, Филолошки факултет  
„Блаже Конески“, Скопје)

## НЕОЛОГИЗМИ НА МАКЕДОНСКИТЕ ИКТ-ФОРУМИ

Во оваа статија се анализираат новите зборови што ги воведуваат корисниците на македонските ИКТ-форуми со фокус на нивната соодветност и придржување кон нормите на македонскиот јазик. Целта е да се истражи дали новите зборови се соодветно создадени во рамките на македонските јазични принципи или се само транслитерирани и транскрибирани термини како заемки од други јазици. Во статијата се разгледува потребата од воведување нови зборови во јазикот, како и принципите и критериумите според кои се одвива овој процес. Во неа се дадени и примери за соодветни нови зборови, како и за проблеми предизвикани од несоодветни користење термини. Резултатите од анализата покажуваат дека често предност им се дава на транслитерираниите или транскрибираниите зборови, дури и кога во македонскиот јазик веќе постојат и се прифатени соодветни преводни еквиваленти.

*Клучни зборови:* неологизми, нови зборови, форуми, македонски јазик, терминологија, информатички и комуникациски технологии, ИКТ.

---

\* nmickoski@manu.edu.mk; nmickoski@flf.ukim.edu.mk; ORCID  
0000-0003-4929-0507.

## 1. Потреба од воведување нови зборови во јазикот

1.1. Јазикот е динамична категорија што постојано еволуира и се приспособува на културните, технолошките и општествените промени, но и на потребите на неговите говорители. А кога говорителите ќе се соочат со некој концепт за којшто не можат да најдат соодветен термин за да го означат, тогаш настанува нов збор, односно неологизам. Создавањето нови зборови не е обичен процес при којшто говорителите на јазикот измислуваат или одредуваат некој збор по случаен избор за да го означат новиот концепт, туку сложен процес што се раководи според одредени принципи дефинирани според јазичните, општествените и културните норми. Тука доаѓа до израз креативниот гениј на терминологиот, односно на создавачот на новиот збор. Новосоздадените зборови денес се нарекуваат неологизми или едноставно нови зборови, но во македонскиот јазик, поетот Гане Тодоровски, во песната *Јавна исповед 1987 или: во едно зборосокривалиштите старовремски наречено песна* објавена во збирката *Неволицы, неверици, несоници* (Тодоровски, 1987), новите зборови ги нарекува „збороноворожденчиња“, што претставува сложенка составена од именките „збор“ и „новорожденчиња“. Овој неологизам не фатил корен во македонскиот јазик и воопшто не се користи.

1.2. Создавањето нови зборови станува неопходно кога постојниот лексички фонд на еден јазик не содржи зборови што можат соодветно да ги опишат новите концепти што се појавуваат. Според Кристал (Crystal, 2001), приспособливоста на јазикот на околностите што се променуваат ја обезбедува неговата релевантност и корисност. Во јазиците се внесуваат нови зборови за да се држи чекор со напредокот во технологијата, науката и културата. На пример, со појавата на компјутерите, се појави потреба да се дефинираат

нови концепти за коишто во тој момент не постоеле соодветни термини. Покрај оваа основна потреба, новите зборови ги дефинираат и креативните луѓе, како што се писателите и поетите. На пример, во поезијата, Ацо Шопов го создава новиот збор „небиднина“ со значење на непостоење, празнина, а Коле Чашуле го создава зборот „црнила“ (така и ја именува својата драма „Црнила“ во којашто раскажува за убиството на македонскиот револуционер Ѓорче Петров) со значење на несреќа, страдање.

## 2. Принципи и критериуми за воведување нови зборови

2.1. Познатиот македонски лингвист Блаже Конески (Конески, 1946) поставува неколку релевантни прашања во врска со новите зборови и дава соодветни одговори. Првото негово прашање е дали јазикот ни е навистина сиромашен со зборови за означување на одредени концепти или ние не го познаваме доволно.

2.2. На второто прашање што и колку да се земе од меѓународната лексика и од сродните јазици, Конески одговара дека мора да бидеме свесни дека не треба механички да прифаќаме зборови од туѓите јазици, туку треба да го развиваме сопствениот јазик со наши зборови кои се темелат на зборовите од народниот јазик.

2.3. На третото прашање како да го збогатиме нашиот речник, односно како да воведеме нови зборови, тој вели дека треба да се искористи секој збор што веќе постои во јазикот. Според Конески:

„во народните говори и во усната литература ќе се најдат не само зборови врзани за конкретни предмети, туку и зборови што носат апстрактно значење или што можат многу арно да се издигнат до значењето на научни термини. Важноста на ваквите зборови е уште поголема со тоа што

тие, искристализирани во самиот народен говор, можат да послужат како убави обрасци за понатамошното јазично творештво во вистински народен дух.“ (Конески 1946: 39).

2.4. Како начини на образување нови термини, неологизми, во македонскиот јазик се среќаваат деривација, образување сложени термини и создавање скратени форми (кратки форми, скратени термини или скратеници, иницијализми, акроними), а примери за секој од овие начини ќе бидат дадени подолу во овој труд. Зборообразување со деривацијата се врши со додавање на еден или повеќе морфолошки елементи или афикси на коренот на зборот (префикс, суфикс или префикс и суфикс). Сложени термини се образуваат со комбинирање две или повеќе лексички основи за да се добие нова форма со два или повеќе корена, но означува еден концепт. Според степенот на срастеноста и начинот на поврзувањето на компонентите на сложениот збор, се изделуваат три типа сложени зборови: сложенки, срастенки и зборовни состави (составенки) (Конески 2003: 75). Од ортографски аспект, лексичките основи, односно компонентите од кои е составен сложениот термин можат да бидат поврзани со црточка, да се пишуваат слеано или пак воопшто да не се поврзани, односно да има празно место помеѓу нив. Скратените форми како начин на зборообразување се користат за да се олесни користењето на некои термини чие ортографско претставување е релативно долго што го отежнува нивното користење и прифаќање од страна на корисниците. Скратените форми може да се поделат во следните категории: кратки форми, скратени термини, скратувања (абревијации) и скратеници (акроними).

2.5. Кога се образуваат нови зборови врз основа на зборови што веќе постојат во јазикот, покрај трите горенаведени начини кои се користат за образување неологизми, се применуваат и проширувањето на значенското поле на постојни зборови од општата лексика, семантичкиот пренос

на термини од некоја друга област и заемките од други термилошки области. При проширувањето на значенското поле на постојни зборови од општата лексика, се зема еден термин од општата лексика и се специјализира, односно, му се доделува една конкретна дефиниција според концептот што го означува и терминот станува дел од специјализирана термилошка област. Кај заемките од други термилошки области, веќе постоен термин во специјализирана термилошка област се користи за да означи друг концепт во друга термилошка област и на тој начин терминот означува повеќе концепти од различни термилошки области. При семантичкиот пренос на термини, постоен термин во одредена специјализирана термилошка област се користи за да означи друг концепт со логичко проширување. Терминот којшто означува еден одреден концепт и се однесува на конкретен објект може да го прошири своето значење и да означува апстрактни објекти, проширен дел што означува една целина (Jarvis, Pavlenko 2010: 73). Конверзијата, што претставува промена на синтаксичката категорија, односно на граматичката функција на еден термин, многу ретко се користи во македонскиот јазик.

### 3. Анализа

3.1. За потребите на овој труд, беше направена анализа на содржините што се објавуваат на македонските ИКТ-форуми што се достапни во рамките на веб-корпусот CLAS-SLA-web.mk. Беа анализирани три форуми и тоа forum.it.mk, elektrotehnika.mk и elektronika.mk. Анализата покажа дека на овие форуми има малку нови зборови, неологизми, што се навистина нови, а поголем дел од новите зборови се квазинеологизми, односно зборови што се добиени со транслитерација или транскрипција на англиските термини.

### 3.2. Нови зборови:

- „виросан“ (именка) со значење заразен со вирус. Се добива со деривација на заемката од терминологијата област на биологијата и медицината, кога на именката „вирус“ ќе се додаде суфиксот -ан. Во македонскиот јазик постои терминот „заразен“, што може да се користи како именка и како придавка, а постои и терминот „инфициран“, што може да се користи како именка и како придавка, но тие се поопшти термини. Се користи и придавката „вирусен“, но таа се однесува на нешто што е предизвикано од вирус.
- „вметок“ (именка) и „вметоци“ (множинска форма) со значење на нешто што е вметнато. Потекнува од српскиот збор „уметак“. Во македонскиот јазик постојат „вметне“ (глагол), „вметнување“ (глаголска именка) и „вметнато“ (придавка), но не постои термин кога треба да се објективизира, односно да се именува тоа што е вметнат. Именката „додаток“ се користи како замена за „вметок“, но нејзиното значење е многу поопшто.
- „упогони“ (глагол) со значење на ставање нешто во функција, да се почне со негово користење. Овој термин треба да се приспособи на македонскиот јазик и соодветниот термин ќе биде „впогони“.
- „релјефирање“ (глаголска именка) со значење да се создаде релјеф (како преводен еквивалент за англискиот термин “emboss”). Во македонскиот јазик постои терминот „гравирање“ (глаголска именка) со значење на врежување букви и цртежи во метал (како преводен еквивалент за “engrave”).
- „рударење“ (глаголска именка) како преводен еквивалент за “mining” што најчесто се среќава како локација „податочно рударење“ како преводен еквивалент за “data mining”. Сепак, со овој нов термин

може да се појави проблем кога треба се употреби неговата глаголска форма „рудари“ (според принципот на продуктивност) што ја претставува множинската форма од именката „рудар“.

- „басест“ (придавка) со значење на звук богат со бас.

3.3. Покрај новите зборови што може да го најдат своето место и да почнат да се употребуваат во македонскиот јазик, анализата откри нови зборови што се добиени со транслитерација или транскрипција на англиските зборови. Вака добиените зборови претставуваат квазинеологизми и најчесто се несоодветни за користење бидејќи за нив постојат посоодветни зборови во македонската лексика. Во првата колона од табелата подолу е даден преглед на откриените транслитерирани или транскрибирани зборови, а во втората се наведени соодветните зборови од македонскиот јазик што треба да се користат за да го означат конкретниот концепт.

транслитериран или транскрибиран збор	правилен македонски збор
акаунт	сметка
аплоадира/уплоадира	поставува
баниран	забранет
датацентри	податочни центри
драјвер	двигател
едитира	уредува
инсулатор	изолатор
конекција	поврзување
лимитира	ограничува
линк	врска
малвер	злонамерен софтвер
пост / постира	објава / објавува
рутер	насочувач

сајт	веб-локација
смартфон	паметен телефон
сорс код	изворен код
стринг	низа
темплејт	шаблон
фајл	датотека

Интересно е да се забележи дека голем дел од овие транслитерирани или транскрибирани зборови се среќаваат само во областа на информатичките и комуникациските технологии. Ако истите англиски зборови треба да се преведат на македонски јазик во некоја друга термилошка област, тие нема да се транслитерираат или да се транскрибираат, туку ќе бидат преведени соодветно. Така, „едитира“ (од англискиот збор “edit”) ќе биде „уредува“, „инсулатор“ (од англискиот збор “insulator” ќе биде „изолатор“), „конекција“ (од англискиот збор “connection”) ќе биде „поврзување“, „лимитира“ (од англискиот збор “limit”) ќе биде „ограничува“, „линк“ (од англискиот збор “link”) ќе биде „врска“ итн.

#### 4. Проблеми со несоодветни термини

4.1. Обидот за користење несоодветен термин за означување одреден концепт може да предизвика проблем кај корисниците. Во Поимникот на македонски зборови од областа на информатичката технологија е воведен терминот „џице“ како преводен еквивалент на англискиот термин “gadget” за да се значи мал, корисен и украсен уред. На македонските ИКТ-форуми што се предмет на оваа анализа, терминот „џице“ се среќава 13 пати, од кои 12 пати со значење на мал уред. Првичното значење на „џице“ е „нешто убаво, убави ситни предмети, убава играчка“ (ТРМЈ том VI 2014) и овој термин што потекнува од турскиот јазик беше избран по аналогијата на мал предмет. Изборот на „џице“

наиде на лавина критики кај корисниците и речиси и да не се користи со ова значење во македонскиот јазик.

4.2. Уште еден пример за несоодветен термин е примерот со дефинирање на концептот на „процес на вметнување датотека во електронска порака“. Корисниците на македонските ИКТ-форуми што се предмет на оваа анализа 261 пат го користат терминот „прикачување“ чиешто основно значење е „да закачи, спои, сврзе еден предмет со друг на соодветен начин“ (ТРМЈ том IV 2008). Од овој термин може да се изведе глагол што ќе го означи концептот на „давање наредба за вметнување на датотеката во електронската порака“ и изведениот термин би бил „прикачи“. Но, кога од терминот треба да се изведе именка што ќе го означува концептот на „датотека што е вметната во електронска порака“, тогаш, преку процесот на зборообразување, изведениот термин би бил „прикачка“ што се коси со принципот на соодветност. Затоа, соодветниот термин што е дефиниран во Поимникот и се користи во македонскиот јазик е „приложување“ од којшто може да се изведат глаголот „приложи“ и именката „прилог“.

4.3. Последниот пример за несоодветен термин е терминот „сајбер“ како преводен еквивалент за англискиот термин “cyber”. Според етимологијата, терминот „кибер“ потекнува од старогрчкиот збор *κυβερνᾶν* што значи „кормиларење, управување“. Изворниот изговор на овој збор е „кибернан“, односно првата буква е буквата „к“ што е задржано во „кибернетика“ и слични изведени зборови. Според правилото 111 од нормативниот Правопис на македонскиот јазик (страница 60), соодветен термин е „кибер“ и во Правописот е внесен терминот „кибербезбедност“. Исто така, во нормативниот Толковен речник на македонскиот јазик (ТРМЈ том II 2005) е внесен терминот „кибернетика“ заедно со термините што се изведени од него. Терминот „кибер“ се

користи и во повеќе словенски јазици во рамките на ЕУ, како што се словенечки, хрватски, бугарски, чешки. Сепак, корисниците на македонските ИКТ-форуми што се предмет на оваа анализа терминот „кибер“ го користат само 10 пати, а терминот „сајбер“ 58 пати.

## 5. Заклучок

Може да се заклучи дека корисниците на форумите за информатички и комуникациски технологии повеќе тежнеат да користат транслитерирани или транскрибирани зборови, наместо соодветни преводни еквиваленти што веќе постојат и се прифатени во македонскиот јазик. Треба да се подигне свеста меѓу корисниците за значењето на терминологијата. Денес секој може да ги користи социјалните мрежи за да воведне некој нов термин и да ја промовира неговата употреба. Но, секој корисник мора да биде свесен дека тоа носи и голема одговорност. На професионалните корисници од одредена област, конкретно во овој случај од областа на информатичките и комуникациските технологии, им е сосема нормално да ги користат овие англицизми. Сепак, мора да се има предвид дека терминологијата од областа на информатичките и комуникациските технологии не се користи само од мал круг на луѓе, туку ја користат сите и дека таа мора да биде разбирлива за сите. Само така ќе можеме да кажеме дека зборуваме на ист јазик и дека се разбираме меѓу себе.

## ИЗВОРИ И ЛИТЕРАТУРА

Конески, Блаже 1946. Белешки за речникот на нашиот јазик во *Нов ден*, II, бр. 7–8, Скопје, 35–50.

- Конески, Кирил 2003. *Зборообразувањето во современиот македонски јазик*. Скопје: Филолошки факултет „Блаже Конески“.
- Конески, Кирил (гл. редактор) 2005. *Толковен речник на македонскиот јазик, том II (З-К)*. Скопје: Институт за македонски јазик „Крсте Мисирков“.
- Конески, Кирил (гл. редактор) 2008. *Толковен речник на македонскиот јазик, том IV (П)*. Скопје: Институт за македонски јазик „Крсте Мисирков“.
- Кирил Конески (гл. редактор.) 2014. *Толковен речник на македонскиот јазик, Том VI (Т–Ш)*. Скопје: Институт за македонски јазик „Крсте Мисирков“.
- Поимник на македонски зборови од областа на информатичката технологија*. Скопје: Министерство за информатичко општество, 2009.
- Тодоровски, Гане 1987. Јавна исповед 1987 или: во едно збороскривалиште старовремски наречено песна во *Неволицы, неверици, несоници*. Скопје: Македонска книга.
- Цветковски, Живко и др. 2017. *Правопис на македонскиот литературен јазик (второ издание)*. Скопје: Институт за македонски јазик „Крсте Мисирков“ – Скопје и Култура АД – Скопје.
- Crystal, David 2001. *Language and the Internet*. Cambridge University Press.
- Jarvis, Scott; Aneta Pavlenko 2010. *Crosslinguistic Influence in Language and Cognition*. New York and London: Routledge.
- Ljubešić, Nikola; Peter Rupnik and Taja Kuzman. 2024. *Macedonian web corpus CLASSLA-web.mk 1.0*, Slovenian language resource repository CLARIN.SI, ISSN 2820-4042, <http://hdl.handle.net/11356/1932>.

*Nikolche Mickoski*

Lexicographic Centre — Georgi Stardelovl, Macedonian Academy of Sciences and Arts; Ss. Cyril and Methodius University, Blaže Koneski Faculty of Philology, Skopje

## NEOLOGISMS IN MACEDONIAN ICT FORUMS

### Summary

This paper examines the introduction of new words by users of Macedonian ICT forums, focusing on their suitability and adherence to the norms of the Macedonian language. The study investigates whether these neologisms are appropriately created within the framework of Macedonian linguistic principles or if they are merely transliterated or transcribed terms borrowed from other languages. It explores the necessity of introducing new words into a language and discusses the principles and criteria that guide this process. The analysis includes examples of both effective neologisms and challenges associated with the use of inappropriate terms. The findings reveal that transliterated and transcribed terms often dominate, even when suitable Macedonian translation equivalents already exist and are in use.

*Keywords:* neologisms, new words, forums, Macedonian language, terminology, information and communication technologies, ICT.

УДК 811.163.41'373'43.45-055.2:004.773.7:[316.772.4  
811.163.41'373'43.45:81'374.2'373.43.45:[81'42

*Ђорђе Оташевић\**

(Институт за српски језик САНУ, Београд)

## **НОВИЈИ ФЕМИНАТИВИ У СРПСКОМ ЈАВНОМ ДИСКУРСУ (НА ПРИМЕРУ ФОРУМА КРСТАРИЦА)\*\***

У раду се анализирају феминативи који се срећу у порукама на форуму Крстарица. Пошто је број порука на овом форуму изузетно велики, анализирани су само феминативи који почињу словима А и Б забележени у четири наша речника нових речи. Одређује се однос корисника овог форума према феминативима. Испитује се на које се све начине означавају занимања која обављају жене, звања и титуле које жене имају и слично.

*Кључне речи:* феминативи, интернет, форум Крстарица, српски јавни дискурс.

### 1. Термин *феминатив*

Термини *феминатив* (*феминитив*, *фемининатив*, *феминимум*)<sup>1</sup> у словенској лингвистици имају различита значе-

---

\* djordjeotasevic@yahoo.com; ORCID: 0009-0004-7192-4777.

\*\* Истраживање спроведено уз подршку Фонда за науку Републике Србије, 7750183, Јавни дискурс у Републици Србији – PDRS / This research was supported by the Science Fund of the Republic of Serbia, #GRANT 7750183, Public Discourse in the Republic of Serbia - PDRS.

ња (в. Архангелска 2022, Вайнбендер, Иванникова 2018, Иљасова, Пугачева 2022, Markežić 2019, Оташевић 2008, Резуненко 2023, Смирнова 2020, Стрелњикова 2019, Нуде-šek, Мihaljević 2019 и др.). Овде се користе за означавање особе женског рода која је:

- (1) носитељка својства садржаног у основи,
- (2) носитељка датог занимања,
- (3) носитељка дате титуле, звања,
- (4) припадница одређене организације или групе,
- (5) житељка краја, државе, места или планете садржане у основи,
- (6) припадница одређене нације, народа, етничке групе,
- (7) вршитељка дате активности.

Некада раширено значење „супруга лица у основи“ (*адвокатица* = адвокатава супруга) данас је изузетно ретко, а код средње и млађе генерације и не постоји (Оташевић 2020: 43, уп. и Оташевић 2008а: 124–127).

## 2. Циљ рада

У раду се анализирају феминативи који се срећу у порукама на форуму Крстарица (<https://forum.krstarica.com/>). Пошто је број порука на овом форуму изузетно велики (на почетној страни пише да порука има више од четрдесет пет милиона), анализирани су само феминативи који почињу словима *A* и *B* забележени у четири наша речника нових речи (Ćirilov 1982, Клајн 1992, Vasić, Prčić, Nejgebauer 2001, Оташевић 2008б).

Одређује се однос корисника овог форума према феминативима. Испитује се на које се све начине означавају занимања која обављају жене, звања и титуле које жене имају и друго.

---

<sup>1</sup> У руском језику користе се термини *феминатив* и *феминитив*.

### 3. Феминативи на форуму Крстарица

Од педесет три феминатива која почињу словима *А* и *Б* забележена у четири наша речника нових речи (Ћirilov 1982, Клајн 1992, Vasić, Prčić, Nejgebauer 2001, Оташевић 2008б) на форуму Крстарица среће се педесет феминатива.

**аболиционисткиња** (4)<sup>2</sup> // Мене ne smara, pošto sam filmski od-rasla uz kauboje, indijance<sup>3</sup>, Kunta Kintea i onu seriju Sever i Jug, ako se tako zvala... još sam se kao klinka ložila na onu histeričnu abolicionistkinju (2013)<sup>4</sup>;

**Аборицанка** (4) // Nisam znao da su aboridžanke<sup>5</sup> tako zgodne (2024);

**Аборицинка** (4) // Ajde što su po keniji silovali, nego je i austrajlijski sas imao identične ispade sa aboridžinkama (2022);

**Авганистанка** (4) // Dozvoliti da avganistanke nose burke u švajcarskoj nema veze sa demokratijom i pravima (2024);

**агенткиња** (4) // Hoće li „demokratski” zapad sada da prizna gruzijskog Gnajda, tj ovu agentkinju francuske službe? (2024);

**агитаторка** (4) // 1996. на Музичкој академији у Београду магистарски концерт и одједном пред сам почетак излази једна од учесница и једно минут агитује против Милошевића и позива на протест који је био актуелан тих дана. Сви смо били изненађени, и публика и извођачи. Агитаторка је добила аплауз, међутим један од музичара је после ње иступио напред и рекао да он нема везе са оним што је она рекла (2019);

---

<sup>2</sup> Број у загради означава у којем је од четири речника нових речи забележен феминатив. Број 1 у загради означава речник Ј. Ћирилова, 2 – И. Клајна, 3 – В. Васић, Т. Прћића и В. Нејгебауер, 4 – Ђ. Оташевића.

<sup>3</sup> Правописне грешке у цитатима нису исправљане.

<sup>4</sup> У загради је наведена година када је порука објављена.

<sup>5</sup> У многим порукама писаним латиницом нису коришћени дијакритички знаци. У овде наведеним цитатима дијакритички знаци су дати.

- адвентисткиња** (4) // Имао сам један сличан случај са младом адвентисткињом тазе проповедницом, која је оптужила нас православце да заговарамо јерес предестинације, цитирајући све из Православне Библије и врхунски побијајући ту заблуду (2020);
- адвокаткиња\*** (4) // Харизматичне јужњакиње Џенифер Велч и Енци „Пампс“ Саливан, позната дизајнерка и адвокаткиња, ко-водителке хит-подкаста I've Had It којим су стекле су широку популарност међу јужњачким женама (2024);
- Азербејџанка** (4) // Ја се сећам неке Азербејџанке коју нисам могла да убедим да нисам Русиња и да не причам руски већ српски језик (2017);
- азиланткиња** (4) // Posle se neko пита зашто дође до terorističkog napada. Šutiraju trudnu azilantkinju, pale kampove, bacaju gas bombe, postavljaju mrtve svinjske glave na ogradи stacionara (2015);
- активистичка** (4) // Termin femicid skovala je Diana E.H. Russell, feministička aktivistica i sociologinja (2023);
- акционарка** (4) // Izjavila neka akcionarka C Marketa da su oko 200 puta pisali Koštunici i tražili da ih primi, nikad ih nije udostojio (2011);
- алијенка** (3) // Voleo bi da sretnem tako neku alijenku s takvim očima (2017);
- алхемичарка** (4) // I u drevnoj Indiji žene su proučavale prirodne nauke i filozofiju. U Vavilonu je živela Tapeti Belatikalim alhemičarka koja je razvila uspešnu proizvodnju parfema (2020);
- аматерка** (4) // Американке су аматерке у односу на Русиње (2023);
- амбасадорка** (4) // Нападнута амбасадорка Србије у Мадриду, Ђурић осудио напад и затражио пуну истрагу Министар спољних послова Марко Ђурић најоштрије је осудио физички напад на амбасадорку Србије у Шпанији Ирену Шарац, који се догодио данас поподне у Мадриду (2024);
- ампутирка** (4) // нема;

- Англосаксонка** (4) // Ne znam šta je ovde za šokiranje, normalno izgleda. Plus je anglosaksonka (2023);
- Андалужанка** (4) // Иначе ове двије Андалужанке су мој тип... волим тамну пут и црну косу (2014);
- анестетичарка** (4) // Када је стигао тражи да ми се да тотална анестезија само за преглед. Анестетичарка му каже да је глупо то радити чисто ради прегледа (2022);
- анкетарка** (4) // Anketa je bila obimna sa dosta pitanja. „Pao” sam na pitanju „šta nedostaje sugrađanima”. Мој одговор је био *Bliskost!* На шта је анкетарка експлодирала (2020);
- аноректичарка** (4) // Lucero je slatka baš su odabrali pravu glumicu za tu ulogu, nije neka mršavica ni anorektičarka, prava predstavница dama u ono vreme (2006);
- антиалкохоличарка** (4) // Da li je ovo dovoljno da jedna antialkoholičarka padne pod sto? Ако није, дајте још (2006);
- антикомунисткиња** (4) // Рођена и одрасла у Србији, била у Либеку, отишла у САД у Вашигтон да ради као новинар. Регановка, антикомунисткиња, најватренији борац против Путина и Русије (forum.krstarica.com, 10. 3. 2023);
- антологичарка** (4) // Najnovija knjiga prozaiсткиње i antologičарке Milke Knežević Ivašković, *Tango Macabre* (Tango smrti) bavi se, u srpskoj prozi, pomalo prečutanom temom: porodičnim nasiljem (2004);
- апсолвентица** (4) // Еј...usamljena melanholična apsolvence...aj ne spramuj lepu temu (2010);
- апсолвенткиња** (4) // Као млада апсолвенткиња, моја сестра је хтела да ради у СИЗ-у (2024);
- армирачица** (4) // Pa nisam ništa rekao za inženjerke na gradilištu, već o poslovima armiračice, tesарke, zidarke i fizičke radnice (2023);
- архиварка** (4) // Препознаје ли неко овога човека: Налази се у Библиотеци СЈОС Тамо нико од запослених, па ни из суседног ЈИМ, кустоскиња и архиварка, које су ми иначе крајње љубазно изишле у сусрет, и дале ми податке за већину осталих скулптура у њиховим просторијама, нису могле наћи податке (2015);

- архитектица** (2, 4) // Vidi, šta da pričam sa tobom koji kažeš pa dobro K district, bar ga je radila svetska arhitektica...može bog otac da ga radi, tu mu mesto nije (2024);
- архитекткиња** (4) // Ivon Farel i Šeli Meknamara iz Dablina dobitnice su Prickerove nagrade 2020, u svetu poznate kao „najveća počast u arhitekturi”. „Arhitektura bi se mogla opisati kao jedna od najkompleksnijih i najvažnijih kulturnih aktivnosti na planeti”, primećuje arhitektkinja Farel u reakciji na ovu vest (2021);
- аутостоперка** (2, 4) // Znaš onaj vic o autostoperki koja ustopira prvo profesora koji puno čita, pa studenta koji puno čita, pa šoferu koji ne čita uopšte? (2020);
- багеристкиња** (4) // Не постоји никакав закон који спречава жене да се баве плаћеним пословима. Штавише, постоје стимулативне мере за њихово запошљавање. Када је реч о послу жене су врло пробирљиве. Физички тешке послове избегавају. Када ћете видети жене багеристкиње? Аутомеханичарке? Електричарке? Столарке? Водоинсталатерке? Рударке? Зидарке? (2016);
- бандиткиња** (4) // То сам и ја хтео да кажем кад би moderatori imali sluha izbrisali bi temu a sve koji veličaju ovu banditkinju bi trebalo biti trajno banovani šta će tema o kriminalcima za kojima traga interpol na podforumu politika? (2015);
- бани-герл** (1) // нема;
- баптисткиња** (4) // Nisu imali neku protestantkinju, katolkinju, baptistkinju koja zna da peva ? Nego baš sataninu sledbenicu izabraše (2021);
- барменка** (4) // Odem do lokalnog kafića da poručim espresso, ima jedna barmenka sa asmr glasom i pokretima. Imam i bliže espresso, ali žrtvujem se još tih 20 metara samo da me uspa-va njen asmr glas (2024);
- басистица** (4) // Prvo je Andrew regrutirao svoju staru prijateljicu – basisticu Patriciju Morrison u novi sastav (2021);
- басисткиња** (4) // Ženskom bendu iz Beograda je potrebna basistkinja. Sviramo rock/glam rock, cilj je da radimo autorske, nekoliko autorskih je već u izradi. Imamo vokal, bubnjeve, gitaru i klavijature. Ukoliko biste svirali ili znate neku devojku koja bi se uklopila u priču, pišite (2024);

- баџачица диска** (4) // Volim mišićave devojke, ne kao istočnone-  
mačke bacačice diska, ali da ima snage u njoj, a ne ko one  
sitne, krhke (2013);
- баџачица копља** (4) // Ni dve nedelje od osvajanja srebrne meda-  
lje na Olimpijskim igrama u Tokiju, poljska bacačica koplja  
Maria Andrejczik stavila ju je na aukciju kako bi spasila ži-  
vot bebe (2021);
- бeбиситерка** (3, 4) // Pa deca mu porasla osamostalila se. Ne tre-  
ba mu više bebisiterka (2024);
- бeдуинка** (4) // Poslušaj ženu, Muslimanka i Beduinka, rođena i  
odrasla u Izraelu što kaže o svojoj domovini Izraelu (2024);
- бeзвезњакиња** (4) // Ženske likove, ako su imalo zanimljivije i  
energičnije, ili ubrzo ubiju, ili pretvore u neke bezveznjaki-  
nje i sporedne likove (2009);
- бeјбиситерка** (3, 4) // Ona bi sa tako slatkim i vedrim licem i tim  
nežnim i maznim glasićem recimo bila odlična za rad sa de-  
com, kao neki pedagog ili nešto, recimo bila bi sjajna bejbi-  
siterka (2022);
- бизнисменка** (3) // Nažalost iz Amerike stalno dolaze nekakve  
novotarske vjerske zajednice koje osnivaju biznismeni (i bi-  
znismenke) (2024);
- билдерица** (4) // Odakle tebi da je baba srazmerna bilderici  
(2017);
- билдерка** (2, 3, 4) // Ова поза је само за сликање, и на слици  
делује пренабилдовано. Плус што се пре сликања „на-  
пумпала”, па и направила, само за слику, контракцију  
мишића. Да само хода улицом, без напињања, без на-  
пумпаних мишића, без позе, била би само згодна риба  
са јаким дупетом, а не билдерка (2023);
- биоенергетичарка** (4) // Више пута сам рекао за енергетске ве-  
жбе које наравно ниси пробала. Могу одмах да те одведем  
код биоенергетичарке и да оsetиш да то није никаква имagina-  
ција, али не верујем ни да би то помогло tvом ограниченом  
уму (2024);
- блекерка** (4) // Perverznjakinjo jedna, slušaš Džeksona, načisto si  
zastranila, pa gde je nestala ona blekerka što sam je znao?  
(2019);

**бодибилдерка** (3, 4) // Nije ona bodibilderka, nego lifterka. Razlika je drastična (forum.krstarica.com, 27. 6. 2024);

**брејкденсерка** (4) // Sofia Boutella – najbolja brejkdenserka, по мом мишљењу, на свету.... а уз то и најлепша (2007);

**брицисткиња** (4) // нема.

На Крстарици нису употребљена три феминатива забележена у четири ексцерпирана речника: *ампутирка*, *банигерл* и *брицисткиња*. Разлог је, највероватније, врло мали број порука које говоре о областима у којима би ови феминативи могли да буду употребљени.

Уз феминатив *архитекткиња*, забележен у четири анализирана речника нових речи, на Крстарици се среће и варијанта *архитектиња*.

Poenta je da ce se preneti svaki twit osoba koje su navodno iz struke (pa su tako prenosili inzenjera GEODEZIJE koji je navodno ucestvovao na rekonstrukciji, zatim politicara Dasica koji jeste inzenjer gradjevine ali nije ni dana radio kao gradjevinski inzenjer, arhitektinje iz NS koju i ovde neko navodi a kojoj statika takodje nije struka, nekih navodnih gradjevinskih inzenjera sa twitera itd) (2024); Trazim arhitektinju ... Gde ima kurs arhitekture ??? (2021); koliko ta arhitektinja ima dece? (2013); moj prijatelj pukovnik je ozenjen sa diplomiranom arhitektinjom koja nema dana radnog staza-a bila jedna od najboljih studenata na fakultetu (2013).

Број порука у којима се среће овај облик је велик тако да највероватније није у питању грешка у куцању.

Уз феминатив *аноректичарка* на Крстарици се среће и облик *анорексичарка*.

Увек ми лепше изгледа буца од анорексичарке. Заправо, не волим екстреме, али ако је или-или, онда овако (2018); zato sto ta zena postoji i kupice takvu majicu i ima pravo na to kao i anoreksicarka (2021); Meni licno je ruzno oku kada vidim ovako neke sa kukovima i zadnjicom kao zadnji trap fice, ne kazem da treba da budu anoreksicarke (2017); Klečao je on bogme i onoj po-

remećenoj anoreksičarki Džoli (2015); A i nisi kompetentna, sve slike koje postavljias su anoreksicarke sa Vogue i Elle (2014).

#### 4. Начини именовања

Занимања која обављају жене, звања и титуле које жене имају и слично могуће је именовати на више начина:

(1) употреба именице мушког рода са строго граматичким слагањем: *професор је рекао, инжењер је рекао* (иако се ради о жени);

(2) употреба именице мушког рода са слагањем по смислу: *професор је рекла*;

(3) употреба именице мушког рода са речима *госпођа, госпођица, дама, другарица* и сл.: *госпођа професор је рекла*;

(4) употреба речи *жена* и именице мушког рода: *жена-професор*;

(5) употреба речи *жена* и именице женског рода: *жена билдерка*;

(6) употреба феминатива.

Први начин, када се ради о значењима феминатива на А и Б ексцерпираним из четири речника нових речи, на Крстарици се не среће (проверавани су мушки родни парњаци<sup>6</sup> наведених феминатива).

Ни други ни трећи начин на Крстарици нису коришћени.

Употреба речи *жена* и именице мушког рода среће се свега неколико пута:

Ипак, Џејмс Бонд је Џејмс Бонд и сви треба да се угледамо на Џејмс Бонда. Док у неком од наредних филмова Џејмс Бонд не постане црна *жена агент* (2021); *Žena-agent* која ми је порунjavala obrazac pre 2 godine je navela da nemam decu. A imala sam ih u tom trenutku. Kada je pokušala da ispravi tu gršku program joj nije dozvoljavio da se vrati korak unazad (2010);

---

<sup>6</sup> О терминима *родни парови* и *родни парњаци* в. Оташевић 2021.

*Žena advokat* deluje prodornije i ubedljivije, po meni (2009);

Nama je jedna *žena arhitekta* tražila 300e da uradi crtež kuhinje. Na moje pitanje koliko joj vremena treba je rekla dan-dva (2008).

У неколико реченица у којима се говори о женама које су се прве бавиле одређеним послом, среће се ова конструкција:

Ruska revolucionarka Aleksandra Kolontaj prva *žena ambasador* na svetu (2020); Жена која ме узнемирава годинама зове се Јелисавета Начић (1878–1955), прва *жена архитекта* у Србији, која је прокрчила пут Српкињама у овој, дотад, искључиво мушкој професији (2009).

На Крстарици је у једном случају употребљена и конструкција именица *жена* плус именица женског рода: *žena bilderka* (2022) [потпис испод слике].

## 5. Ставови о феминативима

У готово свим случајевима коришћење феминатива потпуно је неутрално.

Негативан став јавља се веома ретко:

Arhitektkinja koja je projektovala travu na plafonu / Danas je neumoljiv sa novim zakonom (2021); Naravno, čim je projektovala travu na plafonu zaslužuje da bude arhitektinja (2021); Ja organski ne podnosim ove što se pumpaju drogama, hormonima (pol nema veze, ali žene ipak uvek izgledaju gore) a tu je i ova bacačica (jbte izraz bacačica) diska (2016).

У својој докторској дисертацији, одбрањеној 1998. године, изнели смо мишљење да ће у блиској будућности феминативи бити готово једини, стилистички и семантички немаркирани начин именовања занимања која обављају жене, звања и титула које жене имају и слично:

Одсуство или појава ових именица зависи од друштвених околности, као и од особености деривационог система српског

језика. Задњих десетак година њихов број је толико порастао (и број различитих именица и њихова фреквенција) да је „критична маса” вероватно пређена па ће ускоро ово бити готово једини, стилистички и семантички немаркирани начин означавања „женских занимања” (ц. према Оташевић 2008: 129–130).

Ако би се судило на основу коришћења феминатива на форуму Крстарица и односу према њима, могло би се рећи да се ова претпоставка показала као тачна, једино што је од времена када је изречена до данас прошло више од четврт века. Такође, на основу порука на Крстарици може се претпоставити да већина њених корисника припада млађој и средњој генерацији. Особе које данас имају осамдесет и више година одрастале су у време када многе послове жене нису обављале, или је то било ретко, па је и њихово језичко осећање вероватно другачије.

## 6. Закључак

Од педесет три феминатива ексцерпирана из четири наша речника нових речи, на форуму Крстарица среће се њих педесет. У свега неколико случајева користи се конструкција *жена* плус именица мушког рода (*жена архитекта*, *жена адвокат*). У једном случају уз именицу *жена* употребљена је именица женског рода (*жена билдерка*). У готово свим случајевима коришћење феминатива је потпуно неутрално. Из овога се може закључити да је за особе које остављају поруке на форуму Крстарица коришћење феминатива готово једини, стилистички и семантички немаркирани начин именовања занимања која обављају жене, звања и титула које жене имају и слично.

## ЛИТЕРАТУРА

- Архангельська, Алла 2022. До проблем лексикографічної презентації фемінативів у тлумачних словниках української мови. *Studia z Filologii Polskiej i Słowiańskiej* 57, Article 2708. <https://doi.org/10.11649/sfps.2708>.
- Вайнбендер Я. Е., Иванникова А. А. 2018. Характеристика феминитивов : История возникновения термина. у: С. В. Заескова (ур.), *Гуманитарные науки : Студенческий научный форум : Электронный сборник статей по материалам X студенческой международной научно-практической конференции*. Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 92–95.
- Ильясова С. В., Пугачева Е. В. 2022. Феминитивность: от лексической к словообразовательной, *Филологический класс* 27/4, 54–66.
- Оташевић, Ђорђе 2008. *Нове речи и значења у савременом стандардном српском језику : Лингвистички аспект*. Београд: Алма.
- Оташевић, Ђорђе 2019. Семантичке дефиниције нових фемининума, *Новоречје : Научно-популарни неолошки часопис*, 1, Београд, 9–10.
- Оташевић, Ђорђе 2020. Фемининуми (феминативи) у речницима нових речи, *Новоречје : Научно-популарни неолошки часопис* 3, 43–66.
- Оташевић, Ђорђе 2021: Родни парови у речницима нових речи и секундарност феминатива, *Новоречје : Научно-популарни неолошки часопис* 4, 75–78.
- Резуненко И.В. 2023. Феминитивы в языке соцсетей: прагмалингвистический аспект. *Тенденции развития науки и образования* 94/1, 157–161.
- Смирнова Е. А. 2020. Феминативы: за и против. у: *Наука в XXI веке : инновационный потенциал развития : Сборник ста-*

*теј по материјалам II међународној научно-практичкој конференцији.* Уфа: Вестник науки, 185–190.

Стрелњикова, Н. Д. 2019. К вопросу о феминитивах, у: Е. Я. Тигаренко (ур.), *Русский язык в поликультурном мире : Сборник научных статей III Международного симпозиума, в 2-х томах.* Симферополь: Ариал, 294–302.

Hudeček Lana, Mihaljević Milica 2019. Hrvatsko mocijsko nazivlje. *Jezikoslovni zapiski* 25, 107–126.

Markežič, Tjaša 2019. *Feminativi v slovenskem jeziku: doktorska disertacija.* Maribor: Univerza v Mariboru, Filozofska fakulteta, 2019, 473 str. [<https://dk.um.si/Dokument.php?id=133396>]

## РЕЧНИЦИ

Клајн, Иван 1992. *Речник нових речи.* Нови Сад: Матица српска.

Оташевић, Ђорђе 2008б: *Речник нових и незабележених речи (сажето издање).* Београд: Алма.

Ćirilov, Jovan 1982. *Rečnik novih reči : Reči, izrazi i značenja nastali u srpskohrvatskom jeziku posle drugog svetskog rata.* Београд: Народна књига.

Vasić Vera, Prčić Tvrtko, Nejgebauer Gordana 2001: *Du yu spe-ak anglosrpski? : Rečnik novijih anglicizama.* Novi Sad: Zmaj.

*Джордже Оташевич*

Институт сербского языка Сербской академии наук и искусств,  
Белград

НОВЫЕ ФЕМИНАТИВЫ В СЕРБСКОМ ПУБЛИЧНОМ  
ДИСКУРСЕ  
(НА ПРИМЕРЕ ФОРУМА «КРСТАРИЦА»)

Резюме

В работе анализируются феминативы, встречающиеся в сообщениях на форуме «Крстарица». Поскольку количество сообщений на этом форуме чрезвычайно велико, были проанализированы только феминативы, начинающиеся с букв А и Б, зафиксированные в четырёх наших словарях новых слов.

Из пятидесяти трёх зафиксированных феминативов, на форуме «Крстарица» встречаются пятьдесят. В нескольких случаях используется конструкция *жена* плюс существительное мужского рода (*жена архитекта, жена адвокат*). В одном случае рядом с существительным *жена* использовано существительное женского рода (*жена билдерка*). В почти всех случаях использование феминативов совершенно нейтрально. Из этого можно заключить, что для пользователей, оставляющих сообщения на форуме «Крстарица», использование феминативов является почти единственным, стилистически и семантически немаркированным способом называния профессий, которыми занимаются женщины, званий и титулов, которые у них есть, и тому подобное.

*Ключевые слова:* феминативы, интернет, форум „Крстарица”, сербский публичный дискурс.

УДК 81'374:[004.738.5+316.774]  
811.163.41'373.43:[81'374.2'373.43:004]

*Ивана Лазих Коњик\**

(Институт за српски језик САНУ, Београд)

## **ЛЕКСИКОГРАФИЈА У ДИГИТАЛНОЈ ЕРИ: ИНТЕРНЕТ И ДРУШТВЕНИ МЕДИЈИ КАО ИЗВОРИ НОВИХ РЕЧИ\*\***

У раду се разматрају питања везана за концепт интернета и друштвених медија као лексикографског корпуса, узимајући у обзир хипотезу да интернет представља богат репозиторијум података који се успешно може користити у лексикографске сврхе. Описује се пракса новопокренутог пројекта израде онлајн речника неологизама српског језика (Нео21) који користи интернет као корпус за прикупљање, селекцију и документовање нових речи, као и у изради речничког чланка. Циљ овог речника је да корисницима омогући брз и једноставан приступ речничким подацима, пружајући најактуелније и поуздане информације и прецизна објашњења значења. У закључку се истиче да су интернет и друштвени медији важан и актуелан извор за праћење и документовање језичких промена, као и репрезентативан корпус за израду нових типова речника који би пратили развој језика у реалном времену.

*Кључне речи:* интернет, друштвени медији, лексикографски корпуси, речници нових речи, Нео21, лексикографија, српски језик.

---

\* ivana.konjik@isj.sanu.ac.rs; ORCID: 0000-0003-0840-0140

\*\* Овај рад је финансирало Министарство за науку, технолошки развој и иновације Републике Србије према уговору број 451-03-66/2024-03/ 200174 који је склопљен са Институтом за српски језик САНУ у Београду.

## Увод

1.0 Са појавом и развојем интернета и друштвених медија,<sup>1</sup> пред лексикографе су постављени нови изазови. С једне стране, традиционални медији, који своје садржаје објављују и на интернету, постали су лакше доступни за праћење и прикупљање језичких података, при чему поред текстова које садрже и штампана издања, уводе нов начин комуницирања са својим читаоцима путем блогова, коментара читалаца и сл. С друге стране, појава друштвених медија донела је праву револуцију у области писаног језика, стварајући нов језички варијетет који се, по својим граматичким и лексичким особинама, разликује како од конвенционалног писаног језика, тако и од говорног језика.

1.1 Слобода изражавања на друштвеним медијима, у блоговима, твитовима, објавама, коментарима и др., где припадници широке јавности у буквалном смислу могу да напишу шта год желе, довела је до бројних језичких иновација, посебно лексичких. Поред великог броја нових речи које свакодневно улазе у српски језик, најчешће из енгле-

---

<sup>1</sup> Термини *друштвени медији* и *друштвене мреже* се у српском језику користе као синоними да означе платформе које омогућавају корисницима да активно креирају и деле различите врсте садржаја (текстове, коментаре, слике, видео снимке, линкове и др.) и да се међусобно повезују и комуницирају једни са другима (Инстаграм, Фејсбук, Јутјуб, Твитер/Икс, Тикток и др.), с тим да је у свакодневној комуникацији у српском језику за ово значење уобичајенији други назив, *друштвене мреже*. У стручном регистру, посебно у енглеском језику, међутим, прави се одређена разлика између значења ова два термина. Термин *друштвени медији* односи се на саме платформе за креирање и дељење различитих садржаја, док се термин *друштвена мрежа* односи на апликацију која омогућава повезивање корисника у заједнице на овим платформама и њихову међусобну комуникацију (исп. Радивојевић 2024, Википедија: друштвени медији).

ског,<sup>2</sup> присутне су и разне друге лексичке новине, као што су скраћенице, акроними, сливенице, емотикони итд.

1.2 Истраживања показују висок проценат употребе неологизама на друштвеним мрежама (в. рад Šetka Čilić, Pić Plauc 2021, у којем су анализирани неологизми са четири друштвене мреже: Facebook, Twitter, Instagram и WhatsApp). Учестала појава неологизама делимично је последица чињенице да интернет и друштвени медији омогућавају брже усвајање нових речи од стране њихових корисника и њихово продирање у језичке идиоме ван друштвених мрежа.<sup>3</sup> Иако већина поменутих лексичких иновација није забележена у речницима, многе од њих су се укорениле у свакодневној језичкој употреби припадника ове медијске заједнице.

1.3 Прикупљање и записивање нових речи и израза са свим њиховим иновативним карактеристикама: фонетско-фонолошким, граматичким, творбеним и семантичким представља веома важан припремни процес за њихово укључивање у лексички фонд српског језика и њихово распоређивање у различите његове делове (основне или периферне) и употребно-вредносне позиције (потенцијалне речи, казионализми и неологизми), а даље за утврђивање њихове стабилне употребе и укључивање у референтан и ажуриран

---

<sup>2</sup> Проблем огромног и пребрзог уплива речи из енглеског језика за које немамо адекватну замену, више пута је разматран у литератури, а посебно у радовима Т. Прћића, в. нпр. Prčić 2019, 2023.

<sup>3</sup> Пре појаве интернета, појављивање нових речи се најбоље могло пратити на страницама штампе, јер су новине и часописи први извештавали о новим догађајима. Тако су ове речи брзо стизале до шире публике, чиме су се стабилизовала њихова значења у језику (Мжелскаја и Степанова 1983: 127, према Оташевић 2008: 11). Новине су и даље оптималан извор података о фреквентној употреби неологизама јер се објављују свакодневно и тако могу брже да прате промене у језику него други писани материјали (Creese 2017: 3).

речник савременог српског језика, који ће пружати свеобухватан увид у актуелан језички развој и његове промене.

## Традиционалне методе

2. Традиционалне методе прикупљања нових речи подразумевале су ручну ексцерпцију неологизама из писаних извора, штампаних публикација, новина и часописа, евентуално из телевизијских и радио емисија. Потом се вршила провера да ли су ове лексеме забележене у постојећим речницима општег типа, речницима нових речи, речницима страних речи и др. релевантним изворима (исп. Muhvić-Dimitanovski 2005: 109; Оташевић 2004р: Увод; Šipka 1998: 140).<sup>4</sup>

## Корпусна лингвистика

3.0 Развој рачунара и дигиталних технологија довео је до повећања капацитета за чување и обраду података. Педесетих и шездесетих година 20. века почиње да се развија корпусна лингвистика која снажан замах доживљава у последњим деценијама 20. века (Lenders 2013). Употреба рачунарске технологије омогућила је аутоматизовано саставља-

---

<sup>4</sup> Поред ових уобичајених метода, у традиционалном приступу ређе су заступљене методе спровођења анкета међу различитим групама говорника како би се открила заступљеност нових речи које се користе у одређеним социјалним групама или професијама. Разговори са појединцима који су у додиру са специфичним жаргоном или техничким језиком, такође могу бити драгоцени за идентификацију нових термина. Специјализовани извори, као што су научни радови и техничка документација, могу помоћи у проналажењу нових термина, нпр. у разним техничким и научним областима. Нови закони и прописи такође доносе нову политичку и друштвену терминологију која улази у стандардни језик. Научни радови, мастерске и докторске тезе и др., који се баве неолошким питањима, добар су извор нових речи (Lazić Konjik, Milenković 2020: 481).

ње и обрађивање великих текстуалних база, а у новије време, интернет и дигитални ресурси омогућили су стварање веома великих корпуса, који садрже милијарде речи (Fuentes-Olivera 2012: 52).

3.1 Крајем 20. века, паралелно са развојем корпусне лингвистике развијају се софтверски алати за лингвистичку анализу. Детекција нових речи почела је да се ослања на статистичке анализе и поређење са постојећим речницима. Унапређивање рачунарских програма омогућило је аутоматизованију анализу и издвајање потенцијално нових речи и израза из корпуса. Захваљујући развоју машинског учења и великих језичких модела развијени су софтверски алати који препознају нове лексеме на основу контекста и фреквенцијских анализа (као што је Sketch Engine<sup>5</sup>). Ови модели сада могу да идентификују нове речи и неологизме на основу њихове употребе у различитим контекстима на друштвеним мрежама, форумима, блогovima и другим онлајн изворима, омогућавајући лексикографима да брже прате и бележе језичке промене (нпр. NeoCrawler, алат који аутоматски прати и прикупља неологизме са интернета, Kerremans и др. 2102; исп. и Krek 2024). На тај начин се у лексикографски процес израде дигиталних речника осим лексикографа укључује низ других стручњака, као што су, корпусни лингвисти, рачунарски лингвисти, програмери, дизајнери, успостављају се стандарди и формати кодирања речника, као што су TEI Lex-0, ONTOLEX-LEMON, ISO LMF (Lexical Markup Framework) ISO 1951:2007, DMLEX (Klosa-Kückelhaus, Tiberius 2024: 65).

3.2 Друштвене мреже, као што су Јутјуб, Фејсбук, Твитер и Инстаграм, посебно су корисне за уочавање неологизма, јер омогућавају директан увид у језик који користи

---

<sup>5</sup> <https://www.sketchengine.eu/>

широка јавност. Корисници који креирају садржаје на овим платформама спонтано прихватају и стабилизују употребу језичких иновација кроз различите активности, репостовање, хештегове и друге сличне комуникативне праксе, што омогућава истраживачима да лакше идентификују актуелне језичке трендове. Употреба неологизама на платформама друштвених медија обично претходи њиховом ширењу у другим, традиционалним изворима и на вебу (Würschinger 2021), док њихово ширење у друге домене употребе може бити важан показатељ у процесу њихове конвенционализације (Würschinger i dr. 2016: 43).

Стање у српском језику

4. Иако постоје алати и методе који би се вероватно могли прилагодити за откривање нових речи у српском језику,<sup>6</sup> главни проблеми са којима се суочавају српски лексикографи у примени дигиталних алата и метода за праћење нових речи и ажурирање речника огледају се у неколико кључних фактора. Прво, то је недостатак ажурних корпуса. Постојећи корпуси српског језика не ажурирају се, због чега не одражавају у потпуности савремени језички развој, посебно када је реч о неологизмима који настају у домену друштвених мрежа и нових медија.<sup>7</sup> Друго, не постоји сарадња

---

<sup>6</sup> Језичким технологијама за српски језик бави се група истраживача окупљена око ЈеРТеха, Друштва за језичке ресурсе и технологије, в. <https://jerteh.rs/> и <https://jerteh.rs/index.php/resursi-i-alati/>

<sup>7</sup> Постоји неколико корпуса српског језика, најстарији је *Корпус савременог српског језика* Математичког факултета (2003) који обухвата приближно 23 милиона речи и (2013) са приближно 122 милиона речи (уз регистрацију доступни на <http://www.korpus.matf.bg.ac.rs/korpus/mainmenu.php>). У новије време - појавили су се слободно доступни веб корпуси: srWas (2016) настао повлачењем текстова са интернета 2014. са приближно 477 милиона речи (<https://www.clarin.si/repository/xmlui/handle/11356/1063>); PDRS (Se-84

између лексикографа и информатичара. Лексикографи нису обучени за рад са сложеним дигиталним алатима и технологијама које омогућавају екстракцију и анализу нових речи из великих текстуалних података. Овај недостатак сарадње успорава развој алата прилагођених специфичним потребама лексикографа и доводи до тога да се доступни алати недовољно користе. Процес идентификације нових речи по правилу се ослања искључиво на ручне методе које обављају лексикографи, које су споре и мање ефикасне. Треће, развој дигиталних корпуса, као и обука лексикографа за рад са новим алатима, захтевају стабилна улагања у инфраструктуру и људске ресурсе. Међутим, лексикографија у Србији нема довољно финансијске подршке да би могла пратити технолошке иновације на пољу обраде језика. Све су то разлози због којих се у српском језику у изради речника и даље прибегава ручним методама у изради корпуса и праћењу појаве нових речи, што показује кратка критичка анализа методо-

---

rbian Web) (2023) Института за српски језик САНУ са приближно 603 милиона речи (<http://hdl.handle.net/11356/1752>), настао повлачењем -текстова са интернета 2022. год.; Serbian web corpus CLASSLA-web.sr 1-0 (2024) са приближно 3 милијарде 343 милиона речи (-<http://hdl.handle.net/11356/1931>), настао повлачењем текстова са интернета 2021. и 2022. године. Такође постоји и корпус ЈерТеха (Друштва за језичке ресурсе и технологије) са преко 800 милиона речи који није -јавно доступан. Ови корпуси генерално су релевантни за праћење савремених лингвистичких промена. Најстарији корпуси, попут корпуса савременог српског језика Математичког факултета, мање су корисни за праћење (нај)новијих неологизама, јер се не ажурирају. Међутим, новији веб корпуси, попут PDRS и CLASSLA-web.sr, који представљају пресек актуелног стања за време у коме су настали, покривају актуелније изворе и боље одражавају трендове, па су релевантнији за анализу нових речи. Пошто се ни они не ажурирају, њихова значајност за праћење најновијих речи се смањује. Без могућности аутоматске екстракције нових речи, рад са таквим корпусима је мање ефикасан, будући да лексикографи морају „ручно“ тражити нове речи.

логије прикупљања нових речи рецентних речника нови(ји)х речи и англицизама, која следи.

Примери из праксе: Оташевић 2004, РНА, СРНА, РНРуСЈ, НЕО21

5.0 Досадашња пракса указује на недостатке у инфраструктури, сарадњи са информатичарима и технолошкој подршци. Примери наведених рецентнијих српских речника нови(ји)х речи и англицизама показују да је методологија прикупљања и анализе нових речи заснована превасходно на традиционалним методама и ручном раду лексикографа.<sup>8</sup>

5.1 *Велики речник нових и незабележених речи* Ђ. Оташевића (2004) (штампани речник) показује да је методологија прикупљања грађе за овај речник нових речи обухватила комбинацију ручног рада и аутоматизованих техника. Један део грађе сакупљан је у периоду од 1984. до 1997. године и заснивао се на делимичном ексцерпирању текстова из штампаних извора, часописа, дневних листова и књига. Овај ручни метод прикупљања подразумевао је пажљиво одабирање и издвајање нових речи из читаних материјала, што је изискивало велики труд и време. С друге стране, коришћене су и аутоматске методе у изради лексикографског корпуса. Коришћењем компјутерских програма, са интернета су преузети текстови који су претворени у облик погодан за лексикографску обраду. Ова техника омогућила је ефикасније и брже прикупљање и документовање нових речи, у поређењу са ручним сакупљањем. Укључена је и дигитализација кроз

---

<sup>8</sup> За неке речнике приметан је недостатак методолошких информација (нпр. РНА), због чега није сасвим јасно како су прикупљани подаци. Изузетак представља речник англицизама СРНА, за који је у објављеном приручнику *Практични лексикографски водич* јасно и детаљно наведена методологија рада.

скенирање целих књига значајних српских аутора и научника, чиме је проширена грађа доступна за анализу. Иако су примењене различите методе, примарни фокус остаје на ручном раду при сакупљању и одабиру коначних одредница за речник, упркос употреби аутоматизованих алата за прикупљање текста са интернета.

5.2 RNA (2001) (штампани речник) је такође заснован на традиционалним методама и садржи искључиво материјал из штампаних медија (дневних и недељних новина). То значи да се ослањао на ручно ексцерпирање, што је утицало на величину и разноликост корпуса. У то време, интернет је био у раној фази развоја, због чега није постојала могућност да се прате нове речи које настају на интернету или друштвеним мрежама.

5.3 SRNA (2021) (дигитализовани штампани речник)<sup>9</sup> је, с друге стране, користила дигиталне изворе: материјал онлајн медија и текстове са интернета, са информативних, образовних, забавних и других портала и вебсајтова, као и објаве на друштвеним мрежама, форумима и у блоговима на српском језику. Међутим, ни у изради СРНЕ није постојала сарадња са информатичарима. Прикупљање и обрада језичког материјала рађени су ручно, радом лексикографа (Прћић 2023: 31). Сарадници, који су за то били нарочито обучени, претраживали су интернет и прегледали (ишчитавали) и ексцерпирани примере са англицизмима. Т. Прћић наводи

---

<sup>9</sup> Под дигитализованим штампаним речником подразумевамо речник који је направљен као класична књига и који је објављен у ПДФ формату на интернету и доступан за преузимање. Такав речник не поседује интерактивне или динамичне функције, као што су претраживање и редовно ажурирање, па се не може сматрати правим онлајн речником, иако је у електронском формату. Овакви речници задржавају статичну форму (оригиналног) штампаног издања, иако су доступни корисницима путем интернета.

да је у процесу стварања корпуса за СРНА, у одабиру, испису и обради корпусног материјала, учествовало 10 обучених сарадника који су ексцерпцију вршили према писаном упутству о поступку ексцерпције материјала (Прћић 2023: 32).<sup>10</sup> За сам процес прикупљања лексема, илустративан је њихов коментар који се односи на методологију рада: „Поред тога, поједини сарадници правили су пописе англицизама с којима би се сусретали у разним ситуацијама у току дана – тако би се, најчешће у мобилни телефон, уносили лексеме које би се чуле у разговору с пријатељима, у јавном превозу, на телевизији и сл., или пак оне које би се училе на билбордима, натписима, рекламама, па чак и на етикетама производа. Када би се село за рачунар, лако би се, употребом Гугл-претраживача, пописани англицизми пронашли у контексту (у реченици, односно делу реченице), а потом унели у корпус, чиме би се допунио списак параграфа добијених регуларним путем – ишчитавањем текстова на интернету“ (Шафер и др. 2023: 86).

5.4 Методологија континуираног праћења и бележења нових речи и њиховог накнадног проверавања на интернету доследно је примењена и у РНРУСЈ (2022, 2023) (дигитализовани штампани речник). Аутори нису, како напомињу у Предговору речника, кренули од општег корпуса, него су саставили списак одредница из различитих извора: из новина, са телевизије, радија, друштвених мрежа, из књижевности, научне (неолошке) и научнопопуларне литературе, административних текстова, за које су затим тражили примере употребе на интернету. Ова методологија је добро осмишљена, али се и она у великој мери ослања на ручни рад,

---

<sup>10</sup> Процес ексцерпирања грађе за SRNA детаљно је представљен у раду *Прикупљање, одабир и обрада грађе за Српски речник новијих англицизама* (Шафер и др. 2023). У тексту се прецизно наводе извори који су кориштени, обухваћене тематске области и методологија рада.

због чега је примењени приступ веома захтеван у смислу времена и ресурса. Такође може довести до пропуштања нових речи које нису одмах препознате или које се појављују у мање уобичајеним контекстима. С друге стране, дигитализовани штампани формат речника ограничава могућност благовременог објављивања нових речи, јер захтева дуг процес припреме и објављивања, што често резултира кашњењем у одражавању актуелних језичких промена.

5.5 Слична методологија прикупљања нових лексема примењује се и у оквиру новопокренутог пројекта израде првог *онлајн речника* неологизама, који ће обухватати период 21. века, Нео21 (2024).<sup>11</sup> Непостојање ажурног корпуса, с једне стране, и нагли, свакодневни прилив нових речи, с друге, наметнули су потребу редовног праћења и прикупљања „најсвежијих“ речи које још нису ушле ни у корпусе ни у речнике српског језика. Четворочлана група сарадника на овом пројекту „лови“ нове речи које се појављују на интернету и друштвеним медијима, а затим их објашњавају и документују одговарајућим материјалом са интернета и на основу доступних рецентних корпуса српског језика, узимајући у обзир ширину распрострањености и фреквенцију употребе. Сарадња са информатичарима огледа се у развоју софтвера за онлајн речник. Ипак, ни у овом пројекту није било могуће коришћење дигиталног корпуса и аутоматског издвајања нових речи из претходно наведених разлога, због

---

<sup>11</sup> Грађа за овај речник објављује се у виду месечних прилога на сајту Филолошког друштва „Речи“ у рубрици Нове речи - <https://www.reci.org.rs/2024/02/22/rubrika-nove-rci/>, а у најскорије време појавиће се онлајн речник под називом Српски речник неологизама 21. века, за који је планирано да буде редовно ажуриран. У данашње време, како констатује Т. Прћић, речнике неологизама вреди реализовати само као онлајн издања због могућности брзог ажурирања у складу са савременим темпом живота. Периодично уношење нових одредница постаје неопходно због брзог појављивања нових речи (Prčić 2004: 251).

чега се прикупљање и даље заснива на ручном раду и сталном мониторингу дигиталних извора. Вреди нагласити да је извршена значајна методолошка измена у процесу прикупљања и одабира нових речи. За разлику од традиционалног лексикографског приступа који је захтевао припрему корпуса, овај приступ избегава ту фазу, чиме се значајно убрзава процес рада, а као примарни извор користи се интернет<sup>12</sup>.

5.6 Анализа претходних речника, поред тога што је показала да се методологија прикупљања нових речи у српском језику и даље углавном ослања на ручни рад, истовремено је указала на значај интернета и друштвених медија као кључних извора у савременом контексту за праћење језичких иновација и документовање најновијих лексичких појава у српском језику.

## Интернет као корпус

7.0 У савременој лексикографији подаци се више не прикупљају формирањем лексикографских корпуса у виду збирке ексцерпираних листића, намењене искључиво за израду речника, као што је то било у случају штампаних речника. Уместо тога, у лексикографском раду, све више се користе општи дигитални корпуси или веб корпуси, који омогућавају приступ много ширем и разноврснијем фонду језичких података и делимичну или потпуну аутоматизацију

---

<sup>12</sup> Иако је корпус од кључног значаја за лексикографију, постоје речници који га не користе, попут Викиречника и других краудсорсинг речника. Ови пројекти се ослањају на доприносе заједнице уместо на систематски сакупљене језичке податке, што је покренуло расправе међу истраживачима о томе да ли би корпус могао постати више препрека него предност у дигиталној ери. У овом контексту развијају се нове ручне методологије за прикупљање података са веба, које настоје да превазиђу ограничења традиционалног коришћења корпуса и прилагоде се специфичностима савременог дигиталног окружења (Creese 2017: 7–8).

послова. Ови корпуси се редовно ажурирају и обогаћују новим изворима, укључујући интернетске текстове и садржаје са друштвених медија, што омогућава лексикографима да, уз помоћ посебних софтверских алата за подршку лексикографским процесима, лакше прате брзе језичке промене и прикупљају актуелне примере употребе речи. Оваква пракса значајно унапређује процес израде речника, јер омогућава бржи и прецизнији увид у развој савременог језика и интеграцију нових речи и израза који одражавају актуелне тенденције у језичкој пракси.

7.1 Посебно место у формирању савремених корпуса има интернет.<sup>13</sup> Све чешће се израђују тзв. веб корпуси који су базирани на интернетским садржајима. Они обухватају текстове који су аутоматски екстраховани са интернета, укључујући блогове, форуме, друштвене мреже, новинске чланке и друге онлајн изворе. Стога пружају широк спектар језичких података из различитих контекста и регистара, омогућавајући приступ различитим стиловима и типовима језичке употребе. Такође омогућавају напредне лингвистичке анализе, укључујући претрагу, фреквенцијске анализе, колокације и друге методе лингвистичке анализе (исп. Benko 2017).

7.2 Проблем са веб корпусима, као и са свим другим корпусима, јесте што морају редовно да се ажурирају. Ако се не ажурирају редовно, не могу да прате динамичне језичке промене, посебно када је у питању појава нових речи. Идеално би било да се ажурирање врши на сваких 3 до 6 месеци, али се то у пракси ретко дешава. На пример, најновији српски веб корпус PDRS 1.0 након објављивања 2022. годи-

---

<sup>13</sup> Однос између лексикографије и интернета је двојак. Интернет није само добар извор лексикографских података него пружа и боље основе за израду и одржавање речника (Fuertes-Olivera 2012: 52).

не није обнављан новим подацима, па стога не бележи најновије речи које су се од тада појавиле и ушле у употребу.

7.3 Због ограничености статичних корпуса, у језицима у којима не постоје редовно ажурирани дигитални корпуси, лексикографи се ослањају на друге методе како би пратили и описивали језичке промене. У недостатку ажурираних корпуса, интернет и друштвене мреже постају основни и непосредни извор информација, служећи као својеврсни „динамички“ корпус који омогућава праћење актуелних језичких иновација у реалном времену.

## НЕО21

8.0 Нови српски онлајн речник неологизама (Нео21), на чијој изради ради четворочлани тим лексикографа из Института за српски језик САНУ,<sup>14</sup> представља пионирски подухват у модернизацији српске лексикографије, на жалост без институционалног финансирања. Овај пројекат је покренут као израз потребе за осавремењавањем српске неолошке лексикографије и прелазак на онлајн објављивање. Иако финансијска средства за рад нису обезбеђена, повод за отпочињање пројекта био је укључивање српског тима у међународну COST акцију ENEOLI, посвећену лексичким иновацијама,<sup>15</sup> као и ентузијазам и посвећеност лексикографског

---

<sup>14</sup> Чланови пројектног тима су лексикографи из Института за српски језик САНУ, сарадници на изради великог академијског *Речника српскохрватског књижевног и народног језика* САНУ, у различитим његовим фазама израде, од основне обраде речничког текста до редакције, др Вања Миљковић, др Слободан Новокмет, др Милица Божић Синчук и др Ивана Лазић Коњик, која је иницијатор и руководилац овог пројекта.

<sup>15</sup> У пројекту ENEOLI (<https://eneoli.eu/>) учествује истраживачки тим из Института за српски језик САНУ који чине др Ивана Лазић Коњик (МС), др Вања Миљковић и др Милица Божић Синчук.

тима који је уверен у његов дугорочни значај за развој лексикографије и праћење језичких промена.

8.1 Четворочлани тим лексикографа активно ради на праћењу нових лексичких појава и прикупљању материјала за израду онлајн речника неологизама 21. века. Пошто за сада не постоји могућност ослањања на аутоматизовану обраду података из дигиталних корпуса или интернета, осмишљена је нова методологија прикупљања података која комбинује позитивне резултате досадашње српске неолошке и неографске школе. Лексикографи **ручно** прикупљају податке из различитих **извора на вебу** путем Гуглове претраге: дигиталних медија, веб презентација и друштвених мрежа. Претражујемо цео веб како бисмо добили што више релевантних резултата.

8.2 Треба нагласити да природа лексике која се обрађује, као и усмереност речника ка корисницима, подразумевају тежњу да се значења нових речи или нова значења постојећих речи објасне на јасан и приступачан начин. Циљ је да их корисници не само разумеју, већ и да их могу правилно употребити у комуникацији. Овај захтев подразумева знање и ангажовање лексикографа, јер машине још увек нису у стању да препознају суптилне нијансе значења, нити да их екстрахују на довољно прецизан начин.

8.3 Други кључни циљ у изради новог речника је елиминисање тзв. ефекта информационог преоптерећења, познатијег као „Google ефекат“, што такође није могуће постићи аутоматизованим приступом. Овај ефекат се јавља када корисници, претражујући одређене појмове на интернету, добију превише података, што обично доводи до потешкоћа у проналажењу тачног одговора или одустајања од претраге. Улога лексикографа је да из обиља расположивих информација сажме само релевантно, пружајући корисницима

речника јасан, концизан и поуздан извор знања, у складу са лексикографским принципом „мање је више“ (Fuertes-Oliveira 2012: 60). На тај начин речници постају функционални алати који задовољавају корисничке потребе.

## Ограничења и предности интернета као извора

9.0 Ограничења, на која је указано у литератури, да је интернет с једне стране сувише велик и непрегледан, а са друге непоуздан извор због променљивог садржаја, што може довести до тога да примери касније не буду проверљиви (Nesselhauf, Biever 2007: 2–3, према Fuertes-Oliveira 2012: 53; Lüdeling, Evert and Baroni, 2007: 11, према Creese 2017: 60), превазилазе се у нашем раду систематичним навођењем изабраног целовитог примера уз прецизне податке о извору, укључујући линк и датум објављивања. Овакав приступ осигурава да, чак и ако пример постане непроверљив због промене садржаја на интернету, наведени подаци остају релевантно сведочанство, а сам пример се у том случају може упоредити са моделским примерима који се наводе у неким речницима. Овакав методолошки поступак омогућава нам да премостимо ограничења интернета као извора, истовремено задржавајући висок ниво поузданости и научне строгиости.

9.1 Интернет представља неформално и неструктурирано окружење у којем подаци нису организовани ни прилагођени за истраживачке потребе, што захтева знатан напор у филтрирању и организовању прикупљених података. Многи текстови на интернету садрже некавалитетне, ирелевантне или дуплиране податке (нпр. пренос агенцијских вести или истих текстова), што захтева додатну пажњу приликом селекције података. Различити нивои језичке правилности, од формалних до веома неформалних израза, такође утичу на квалитет прикупљених података и постављање критеријума

избора за укључивање у речник (нпр. словне, правописне, граматичке и др. грешке, нестандардна ортографија, неупотребљавање дијакритичких знакова, емоције изражене типографијом, понављањем знакова, употреба великих слова, емотикона и др., тзв. *language code switching*, замена језичког кода, најчешће српски/енглески у дискусијама, исп. и Benko 2017).

9.2 Иако претраживачи омогућавају релативно лако претраживање појединачних речи у потрази за примерима употребе, оно може бити веома отежано, нарочито када се реч поклапа са популарним именом или термином, што отежава проналажење релевантних примера. Још један изазов представља ефемерност многих израза на интернету који брзо нестају из употребе, због чега је потребан опрез приликом процене њихове трајне вредности. Поред тога, постављају се и етичка питања у вези са приватношћу и ауторским правима коришћења података с друштвених медија и других интернет платформи.<sup>16</sup>

9.3 Ипак, наша пракса је показала да интернет као извор пружа значајне предности у праћењу и бележењу језичких иновација, иако је временски и организационо захтеван и не може се у потпуности поредити са систематским радом

---

<sup>16</sup> Етичка питања у вези са приватношћу и ауторским правима приликом коришћења садржаја са друштвених медија су дискутована у европским оквирима, где су већ развијени одређени регулаторни механизми и смернице (в. нпр. Директиву о ауторским правима: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/qanda\\_21\\_2821/QANDA\\_21\\_2821\\_EN.pdf](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/document/print/en/qanda_21_2821/QANDA_21_2821_EN.pdf), приступљено 22.11.2024.). Међутим, у Србији ова питања још увек нису системски регулисана, што - оставља простор за будућа истраживања и формулисање националних политика.

на дигиталним корпусима.<sup>17</sup> Његова главна предност је брзина идентификовања нових речи и израза у реалном времену и економичност (Würschinger i dr. 2016: 35). Нове језичке појаве и тенденције (нпр. адаптација позајмљеница) могу се уочити раније. Показало се да друштвене мреже посебно представљају брз и поуздан извор нових речи и неформалних израза, одражавајући актуелне језичке промене. Интернет омогућава лак и брз приступ широком спектру текстова различитих стилова и регистара језика, од формалних чланака и блогова до неформалних коментара и мемова, што пружа лексикографима детаљнији увид у савремену језичку употребу. Такође, омогућава прецизно датирање језичких иновација, што је од великог значаја за истраживање динамике неологизама.<sup>18</sup> Интернет омогућава приступ не само језичким већ и енциклопедијским и прагматичким информацијама које су корисне за боље разумевање значења и употребе нових речи, као и стално ажурирање информација, чиме се обезбеђује релевантност и актуелност. Коначно, интернет као извор пружа обиман материјал за анализу у виду постова, твитова, блогова и других типова текстова, омогућавајући на тај начин богат корпус за израду речника који одражава динамику развоја савременог језика.

У процени степена устаљености неологизама и дефинисању њиховог значења користимо и квантитативне и ква-

---

<sup>17</sup> Истраживачи указују да је најбоља солуција обједињавање (највећег) традиционалног дигиталног корпуса са веб корпусом за одговарајући језик (в. Benko 2017).

<sup>18</sup> Треба напоменути да поуздане временске ознаке за веб документе нису увек доступне. У бројним случајевима постоји прецизан податак о постављању веб документа у виду целовитог датуме, док се у другим случајевима наводи само релативна ознака, нпр, пре годину дана. Поузданост гуглових временских ознака такође се може довести у питање (исп. Würschinger i dr. 2016: 37).

литативне методе, чиме се осигурава свеобухватан приступ анализи.

## Структура извора

10.0 У настојању да документујемо употребу нових речи, примарно се ослањамо на примере из медијског дискурса, укључујући сајтове новинских, телевизијских и радио кућа, кад год су такви примери доступни. Поред тога, користимо и садржаје са различитих веб сајтова, као што су корпоративне презентације, онлајн продавнице, странице државне управе, магацини, часописи, као и блогови, форуми, друштвене мреже и коментари корисника (в. табелу 1). Ова разноликост извора, уз примену дефинисаних критеријума селекције који обезбеђују поузданост и релевантност корпуса нових речи, омогућава свеобухватнију слику о употреби нових речи у различитим комуникационим контекстима.

10.1 Посебну пажњу посвећујемо квалитету и веродостојности извора. Искључујемо примере са сајтова са машински преведеним или генерисаним садржајем, као и дуплиране текстове који се појављују на различитим платформама. Такође, избегавамо употребу садржаја са сумњивих сајтова, попут спам и кликбејт страница,<sup>19</sup> јер често обилују

---

<sup>19</sup> *Спам странице* су сајтови чији је примарни циљ масовно привлачење корисника ради остваривања финансијске добити путем рекламе, а не пружање квалитетних или релевантних информација. Ови сајтови садрже некавалитетан, а понекад и аутоматски генерисан садржај који је дизајниран да садржи што више популарних кључних речи и тако привуче претраживаче. *Кликбејт странице* су веб странице које користе сензационалистичке, заводљиве или манипулативне наслове и слике како би привукле кликове. Циљ је да се корисници намаме да кликну на линк због привлачног наслова, али сам садржај не пружа дубљу или релевантну информацију. Ови извори се у лексикографском истраживању углавном избегавају, јер не пружају поуздан и објективан корпус примера за документовање језика.

неконвенционалним језичким конструкцијама и произвољно преведеним или аутоматски генерисаним речима које немају стабилну језичку употребу и нису погодни за укључивање у речник. Треба нагласити и то да у процени неологијама водимо рачуна о посебним типовима употребе (нпр. у наслову, поднаслову, у коментару), док употреба наводника, курзива или дефинисања речи у тексту по правилу сугерише њену неолошку природу. На тај начин одржавамо висок стандард селекције, осигуравајући да корпус речника представља аутентичне примере нових речи у савременом српском језику.

Табела 1: Структура извора за Нео21

<i>врста</i>	<i>Сајтови</i>
<b>информативни медији</b>	ТВ: <i>admin.rts.rs; b92.net; idjtv.nova.rs; k1info.rs; nova.rs; n1info.rs; pescanik.net; pink.rs; prva.rs; rts.rs; vasseljenska.net;</i> НОВИНЕ: <i>alo.rs; bbc.com; blic.rs; danas.rs; dnevnik.rs; espreso.co.rs; euronews.rs; informer.rs; mondo.rs; nedeljnik.rs; nin.rs; novimagazin.rs; novosti.rs; nsuzivo.rs; objektiv.rs; pecat.co.rs; srpskainfo.com; standard.rs; tanjug.rs; telegraf.rs; vreme.com; zoomue.rs; 24sedam.rs;</i>
<b>забавни медији (магазини,</b>	<i>magazin.politika.rs; elle.rs; lepotaizdravlje.rs;</i>

**часописи, водичи,  
савети и сл.):**

*zadovoljna.nova.rs; pcpress.rs;  
buro247.rs; noizz.rs;  
wannabemagazine.com;  
wanted.mondo.rs; gloria.rs;  
bizlife.rs; citymagazine.danas.rs;  
besnopile.rs; bebac.com;  
penzin.rs; zelenaucionica.com;  
amplitudemagazin.com;  
najzena.alo.rs; stil.kurir.rs;  
tegla.rs; beforeafter.rs;  
dvadesete.rs; web-mind.rs;  
galaksijanova.rs;  
muskimagazin.rs;  
velikeprice.com;  
forbes.n1info.rs;  
stvarukusa.mondo.rs;  
recepti.zena.blic.rs;  
nadlanu.com; kockicezivota.rs;  
luftika.rs; injournal.rs;  
avlija.org.rs; eleven11eleven.rs;  
biznis.rs; superzena.b92.net;  
maxbetsport.rs; make-up.rs;  
demetra.rs; ekleinika.telegraf.rs;  
tarzanija.com*

**личне презентације,  
блогови, рецепти**

*istokpavlovic.com; ninipanini.rs;  
oljka.rs; bonapeti.rs;  
palachinkablog.com;  
svetskiputnik.rs;  
marinastaste.com;  
samsvojkucar.com*

**државна управа  
пословне**

*kutak.suk.gov.rs;  
amss.org.rs; kliping.rs; rajac.rs;*

<b>презентације (фирми, удружења и сл.)</b>	<i>protekal.rs; play.google.com; tvojvideo.rs; dijalog.net; pekariposlasticar.rs; preradamesakodmarka.rs; smartlife.mondo.rs; frizerskialonstil.rs</i>
<b>ресторани</b>	<i>gastrobarpark.rs; fontanapub.rs; dobridim.rs; cafebarrestoran.rs; brodzeppelin.rs</i>
<b>продавнице</b>	<i>dm.rs; alexandar- cosmetics.com; vasiljev.rs; mojekrpice.rs; rs.iqos.com; vapeshop.rs; decathlon.rs; zastitnaoprema.rs; impulst.net; slatkadomacica.com; delfi.rs; urbanshop.rs; bershka.com; laguna.rs; alexandar- cosmetics.com; zara.com/rs/sr/</i>
<b>огласи</b>	<i>halooglasi.com; kupujemprodajem.com</i>
<b>школство, наука, култура, књижевност</b>	<i>kaobalerina.rs; doi.fil.bg.ac.rs; eckermann.org.rs;/ klima101.rs; reff.f.bg.ac.rs; raf.edu.rs; cpn.edu.rs; scindeks.ceon.rs; en.wikipedia.org; academia.edu; kulturkokoska.rs</i>
<b>остале презентације</b>	<i>izletijada.rs; rtanjskivrt.rs; rex.fondb92.org; planamedia.rs; gradsubotica.co.rs; energetskiportal.rs; vojvodina.travel</i>
<b>друштвене мреже</b>	<i>linkedin.com; instagram.com;</i>

	<i>x.com; facebook.com</i>
<b>форуми</b>	<i>ana.rs; e-cigserbia.com</i>
<b>корпуси</b>	<i>PDRS 1.0</i>

## Закључак

11.0 Наше досадашње искуство у изради речника неологизама показало је да интернет и друштвени медији могу бити значајан извор за лексикографско истраживање нових речи у српском језику. Иако се ослањамо на ручно праћење и обраду, у недостатку аутоматизованих система, успели смо да постигнемо задовољавајуће резултате. Стекли смо одређени увид у предности које нуди интернет као корпус у односу на традиционалне лексикографске корпусе, пре свега у погледу брзине приступа информацијама и разноврсности језичких примера. Међутим, искуство је истовремено указало на бројне изазове, као што су филтрирање неквалитетних или нерелевантних података или решавање етичких питања у вези са приватношћу и ауторским правима приликом коришћења садржаја са друштвених медија.

11.1 С обзиром на све већи утицај дигиталних медија на језик, овај приступ несумњиво представља важан и актуелан метод за праћење и документовање језичких промена. Даљи кораци нашег рада требало би да обухвате развој или прилагођавање алата за претраживање и селекцију језичких података за српски језик, као и аутоматизацију одређених корака у обради неологизама укључујући вештачку интелигенцију. То би значајно олакшало и убрзало процес, доприносећи поузданости и ажурности речника. Главни изазов је, међутим, како постићи овај ниво интеграције и развоја у садашњим условима, што захтева не само технолошку подршку већ и институционално финансирање, као и сарадњу

између лингвиста, информатичара и других стручњака. Стога апелујемо за подршку лексикографским пројектима, јер су инвестиције у лексикографске пројекте инвестиције у будућност језика.

## ЛИТЕРАТУРА

- Википедија, страна Друштвени медији [[https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Друштвени\\_медији](https://sr.wikipedia.org/sr-ec/Друштвени_медији)] приступљено 10.11.2024.
- Мжельская О. С., Степанова Е. И. 1983. Новейшие англицизмы в русском языке. У: Котелова Н. З. (ур.): *Новые слова и словари новых слов*. Москва. Стр. 125–139.
- Оташевић, Ђ. 2008. *Нове речи и значења у савременом стандардном српском језику. Лингвистички аспект*. Београд: Алма.
- Оташевић, Ђ. 2004. *Велики речник нових и незабележених речи 1*. Београд: Алма, 2004.
- Прћић, Т. 2023. Српски речник новијих англицизама: теоријско-методолошки и практични аспекти израде. У: Твртко Прћић, Јасмина Дражић (ур.), *Српски речник новијих англицизама од идеје до реализације. Практични лексикографски водич*. Филозофски факултет, 11–79.
- Радивојевић, С. 2024. Друштвени медији. *Етнолошко-антрополошки појмовник српске културе*. Ур. Б. Бановић. [<https://pojmovnik.rs/>] Приступљено 22.11.2024.
- РНРусЈ: Оташевић Ђ., М. Николић, В. Ђорђевић. *Речник нових речу у српском језику 1, 2*. Београд: Институт за српски језик САНУ, 2022, 2023.
- Шафер, М., А. Кардош Стојановић, М. Савић, М. Обрадовић 2023. Прикупљање, одабир и обрада грађе за Српски речник новијих англицизама. У: Т. Прћић, Ј. Дражић (ур.), *Српски речник новијих англицизама од идеје до реализације. Практични лексикографски водич*. Филозофски факултет, 81–100.

- Benko, V. 2017. Language Code Switching In Web Corpora. In: *RA-SLAN 2017: Recent Advances in Slavonic Natural Language Processing*. Ed. Aleš Horák, Pavel Rychlý, Adam Rambousek. Brno: Tribun EU, 97–105. [[https://www.juls.savba.sk/~vladob/papers/20171204\\_raslan\\_benko.pdf](https://www.juls.savba.sk/~vladob/papers/20171204_raslan_benko.pdf)] pristupljeno 10.11.2024.
- Creese, S. 2017. Lexicographical Explorations of Neologisms in the Digital Age. Tracking New Words Online. Doktorska disertacija, Coventry University [<https://pureportal.coventry.ac.uk/en/studentTheses/lexicographical-explorations-of-neologisms-in-the-digital-age-tra>] Pristupljeno 10.11.2024.
- Fuertes-Olivera, P. 2012. Lexicography and the Internet as a (Re-)source. In: *Lexicographica - International Annual for Lexicography*, 49–70. DOI: 10.1515/lexi.2012-0005
- Hundt, M., N. Nesselhauf, C. Biewer (eds.) 2007. Corpus Linguistics and the Web. *Language and Computers – Studies in Practical Linguistics*, 59.
- Kerremans, D., S. Stegmayr, H. Schmid 2012. The NeoCrawler: Identifying and retrieving neologisms from the internet and monitoring ongoing change. In: *Current Methods in Historical Semantics*. Hrsg. von Kathryn Allan und Justyna Robinson. Berlin: Mouton de Gruyter, 59–96.
- Klosa-Kückelhaus, A., C. Tiberius 2024. 3 The Lexicographic Process. In: Klosa Kückelhaus, Annette (Ed.): *Internet lexicography. An introduction*. Berlin/Boston: de Gruyter, pp. 61–96. (Lexicographica : series maior 164) DOI: <https://doi.org/10.1515/9783111233758> [[https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/12805/file/Klosa\\_Kueckelhaus\\_The\\_lexicographic\\_process\\_2024.pdf](https://ids-pub.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/12805/file/Klosa_Kueckelhaus_The_lexicographic_process_2024.pdf)] Pristupljeno 10.11.2024.
- Krek, S. (ed.) 2024. *Book of Abstracts of the Workshop Large Language Models and Lexicography* 8 October 2024 Cavtat, Croatia [[https://www.cjvt.si/wp-content/uploads/2024/10/LLM-Lex\\_2024\\_Book-of-Abstracts.pdf#page=34](https://www.cjvt.si/wp-content/uploads/2024/10/LLM-Lex_2024_Book-of-Abstracts.pdf#page=34)] Приступљено 10.11.2024.

- Lazić Konjik, I., A. Milenković 2020. The Development of the Open Dictionary of Contemporary Serbian Language Using Crowdsourcing Techniques. In: Zoe Gavrilidou, Maria Mitsiaki, Asimakis Fliatouras (Eds.). *Proceedings of XIX Euralex Congress: Lexicography for inclusion*. Vol. I, Democritus University of Thrace, 479–484.
- Lenders, W. 2013. Computational lexicography and corpus linguistics until ca. 1970/1980. in: Gouws, R. H., Heid, U., Schweickard, W., Wiegand, H. E. (eds.) *Dictionaries - An International Encyclopedia of Lexicography*. Supplementary Volume: Recent Developments with Focus on Electronic and Computational Lexicography. Berlin: De Gruyter Mouton.
- Lüdeling, A., Evert, S. and Baroni, M. 2007. Using Web Data for Linguistic Purposes. *Language and Computers – Studies in Practical Linguistics*, 59, 14–31.
- Muhvić-Dimanovski, V. 2005. *Neologizmi, problemi teorije i primjene*. Zagreb: Filozofski fakultet, Zavod za lingvistiku.
- Prčić, T. 2019. *Engleski u srpskom*. Treće, elektronsko, izdanje. Novi Sad: Filozofski fakultet. [<https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2019/978-86-6065-512-9>] Pristupljeno 22.11.2024.
- Prčić, T. 2023. *Srpski sa engleskim. Osnove kontaktno-kontrastivne lingvistike*. Prvo, elektronsko, izdanje. Novi Sad: Filozofski fakultet. [<https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2023/978-86-6065-784-0>] Pristupljeno 22.11.2024.
- RNA: Vasić, V., T. Prčić, G. Nejgebauer. *Rečnik novijih anglicizama*. Novi Sad: Zmaj.
- SRNA: Prčić, T., J. Dračić, M. Milić i dr. *Srpski rečnik novijih anglicizama*. Prvo, elektronsko, izdanje. Novi Sad, Filozofski fakultet, 2021. [<https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sites/default/files/db/books/978-86-6065-636-2.pdf>] Pristupljeno 10.11.2024.
- Šetka Čilić, I., J. Ilić Plauc 2021. Today's Usage of Neologisms in Social Media Communication. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 6 (1 (14)): 115–140. DOI: 10.51558/2490-3647.2021.6.1.115

- Šipka, D. (1998). *Osnovi leksikologije i srodnih disciplina*. Novi Sad: Matica srpska.
- Würschinger, Q. 2021. Social Networks of Lexical Innovation. Investigating the Social Dynamics of Diffusion of Neologisms on Twitter. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 4. doi: 10.3389/frai.2021.648583 [https://www.frontiersin.org/journals/artificial-intelligence/articles/10.3389/frai.2021.648583/full] Pristupljeno 10.11.2024.
- Würschinger, Q., M. Fazleh Elahi, D, Zhekova, H. Schmid 2016. Using the Web and Social Media as Corpora for Monitoring the Spread of Neologisms. The case of rapefugee, rapeugee, and rapeugee. Paul Cook, Stefan Evert, Roland Schäfer, Egon Stemle (eds.), *Proceedings of the 10th Web as Corpus Workshop*, 35–43. [https://aclanthology.org/W16-2605/] Pristupljeno 10.11.2024.

*Ivana Lazić Konjik*

Institute for the Serbian Language of the Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade

## LEXICOGRAPHY IN THE DIGITAL ERA: INTERNET AND SOCIAL MEDIA AS SOURCES OF NEW WORDS

### Summary

This paper examines the concept of the internet and social media as lexicographic corpora, considering the hypothesis that the internet serves as a rich repository of data that can be effectively utilized for lexicographic purposes. It describes the practices of a newly launched project for developing an online dictionary of Serbian neologisms (Neo21), which uses the internet as a corpus for collecting, selecting, and documenting new words, as well as for creating dictionary entries. The goal of this dictionary is to provide users with quick and easy access to lexicographic data, offering the

most up-to-date and reliable information along with precise explanations of meanings. The conclusion highlights that the internet and social media are crucial and contemporary sources for tracking and documenting linguistic changes, as well as a representative corpus for creating new types of dictionaries that monitor language development in real-time.

*Keywords:* internet, social media, lexicographic corpora, dictionaries of new words, Neo21, lexicography, Serbian language.

*Светлана Слијепчевић Бјеливук\**  
(Институт за српски језик САНУ, Београд)

## **ДНЕВНА ДОЗА ПОГРЕШНИХ УВЕРЕЊА О НОВИМ РЕЧИМА – ПИТАЊЕ ПОУЗДАНОСТИ НА ПРОФИЛИМА О СРПСКОМ ЈЕЗИКУ НА ИНСТАГРАМУ\*\***

Након експанзије Фејсбук група, Инстаграм је постао доминантна друштвена мрежа за популаризацију науке уопште, те самим тим и језичке културе. По угледу на такмичења у другим земљама, неколико профила на овој мрежи промовисало је и/или организовало избор за најбоље нове речи. Циљ овог рада јесте, на материјалу објава и коментара о новим речима, указати на различите језичке заблуде о употреби и стварању нових речи (при чему, у обзир узимамо све категорије нових речи – новостворене речи (оказионализме), неологизме, англицизме/англобализме итд.). Испитивање ставова говорника српског језика о новим речима може послужити за формирање стратегије представљања ове теме на друштвеним мрежама уопште како би се језичка култура заиста популаризовала у складу са научноутемељеним принципима.

*Кључне речи:* српски језик, неологија, нове речи.

---

\* s.slijepcevic@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9528-1970

\*\* Овај рад финансира Министарство науке, технолошког развоја и иновација Републике Србије према Уговору број 451-03-66/2024-03/2-00174 који је склопљен са Институтом за српски језик САНУ.

Последњих неколико година све интензивније се пажња усмерава на нове речи, које су у великој мери промениле свој животни циклус и брзину преношења из језика у језик, посебно у јавни дискурс (Новокмет 2022); један број радова посвећен је изборима за реч године, који су такође предмет интересовања и јавности и научних истраживања (Драгићевић 2016, Ајдачић 2022, Лазић-Коњић 2022, Новокмет 2023а, 2023б, 2024). Избори за реч године, како се показало на основу такмичења које организују званичне институције на англосаксонском говорном подручју, одраз су културолошке, политичке, економске и социолошке климе, често не само на том подручју, већ и у читавом свету јер су у типичном случају неологизми који се убрзано шире (Новокмет 2024: 80). У словенском свету речи године бирају се у Хрватској од 1993. године,<sup>1</sup> у Чешкој од 2006., у Русији је започето годину дана касније, у Пољској од 2011., у Украјини од 2013. и у Словенији од 2016. године (Ајдачић 2022). Још Р. Драгићевић 2016. године примећује да критеријуми за избор речи године нису увек лингвистички, већ маркетиншки, политички и сл. (Драгићевић 2016: 139–140), док Милица Михаљевић указује на негативне реакције у јавности и медијима када је избор за реч године у Хрватској у питању (Mihaljević 2022: 14), али истиче и специфичности овог такмичења у односу на остала, доносећи другачије ставове у погледу критеријума у односу на Р. Драгићевић: често су објективни критеријуми нпр. корпусне потврде, анкете и сл.; не измишљају се нове речи и то не мора бити нужно новотворена реч него се тражи реч која је обележила претходну годину итд. (Mihaljević 2022: 26). У Словенији се пак одржао првобитни концепт, широко распрострањен: би-

---

<sup>1</sup> С тим да између 1995. до 2005. није било овог такмичења (према Mihaljević 2022: 18).

ра се сасвим нова реч (новостворена или стара с новим значењем или стара која се, због друштвених околности, изнова активирала) (Klemenčić 2022: 42), дакле, доминантан критеријум при избору јесте реч као одраз актуелне друштвене климе.

Првим избором сличног типа у Републици Србији може се сматрати избор за најлепшу реч српског језика у оквиру манифестације *Март: месец српског језика*, коју од 2022. године организује Друштво за српски језик и књижевност. Циљ овог такмичења био је да се ученици средњих и основних школа подстакну на размишљање о свом језику (Драгићевић 2022: 28), а намерно је избегнуто такмичење за *реч године* с истицањем да су „резултати таквих избора уско везани за осиромашену савремену културу, чије симболе данас представљају фотографије само себе (селфи), електронске цигарете (вајп), гледање више епизода једне серије у континуитету (бинц-вочинг) и сличне манифестације празног провођења времена и живота” (Драгићевић 2022: 29). Такмичење за реч године 2023. године, организовано у сарадњи Филолошког друштва „Речи” и часописа „Новоречје”, најприближније је концептуално такмичењима у свету и региону. У оквиру овог такмичења бирају се речи у трима категоријама: Реч године, Нова реч године и Лажиреч године. Истовремено, Мала библиотека из Лондона организовала је такмичење за најбољу нову реч, али су концепт и циљ овог такмичења били другачији: бира се реч која би могла заменити неки англицизам или англобализам или реч која има недвосмислено словенско порекло.

С развојем друштвених мрежа, некадашње форуме и ћаскаонице (испитиване на материјалу српског језика у Радић-Бојанић 2005) пре десетак година замениле су групе и странице посвећене популаризацији језичке културе, те су тако и постале предмет лингвистичких истраживања (Слијепчевић, Новокмет 2012). У последњих неколико година

Инстаграм се профилисао као доминантна мрежа (у односу на претходну популарност Фејсбука и Твитера), на којој се комбинују слика, видео и текст како би се у што краћој форми обрадио неки садржај. Због тога смо се определили да корпус за ово истраживање преузмемо с ове друштвене мреже. Неколико профила на Инстаграму промовисало је и/или учествовало у организацији избора за нове речи и/или речи године. Циљ овог рада јесте, на материјалу објава и коментара о новим речима, указати на различите језичке заблуде о употреби и стварању нових речи (при чему, у обзир узимамо све категорије нових речи – новостворене речи (оказионализме), неологизме, англицизме/англобализме итд.). Под језичком заблудом подразумевамо свако погрешно и/или лачичко уверење у вези са новим речима, начинима њихове употребе, настанка, значења и сл. За корпус је узет временски опсег од годину дана од 20. новембра 2023. до 20. новембра 2024. године, а претраживање је урађено према хештеговима *речгодине*, *новаречгодине*, *најбољановареч*. У обзир нису били узети коментари кратког експресивног садржаја (типа: Супер!, Сјајно!, Одлично! и сл.), зато што је циљ био испитати детаљније формулисане ставове према изборима за нове речи и новим речима које се током њих предлажу. Сакупљено је 97 коментара, од којих ћемо током анализе изабирати репрезентативне као илустрацију одређених ставова.

На основу кратких коментара, али и броја дељења објава, може се рећи да начелно доминира афирмативни став према такмичењима. Како су у фокусу овог рада заблуде, издвајамо оне коментаре којима се промовишу погрешна уверења. Језички митови и заблуде у фокусу су истраживања и светске и домаће лингвистике (Bauer, Trudgill 1998, Ћосић 2022), при чему се као доминантни фактори за ширење заблуда издвајају различити политички и културолошки упливи (нпр. уверење да Америка и медији кваре енглески

језик, да под утицајем техничко-технолошког напретка деца више не могу да говоре и пишу коректно и сл.).

У нашем се корпусу издваја група коментара који су, подстакнути такмичењем Мале библиотеке из Лондона и објавама у вези са њим, усмерени на резолутни језички пуризам.

1) Скоро сам налетео на енглеску реч 'combine harvester', што је у преводу на српски, вишенаменски вршач/жетелац тј врше/жање више врста усева, зато је 'combine' harvester, а код нас се одомаћио назив комбајн, што нема везе са везом. Сви народи имају проблем да дају име технолошким достигнућима без коришћења туђица, али ми баш заостајемо.

2) Ето прилике да се мало размисли о језику који се користи у разним гранама привреде, у пољопривреди, занатству итд. Хвала на коментару.

3) Drogerija за prodavnicu kozmetike i kućne hemije. Реč је francuskog porekla али је руžна. Samo treba smisliti домаћи превод за drogeriju али ја не умем

4) Која би била замена за bojler (boil, ključati)?

5) Изворно глагол "варити" "сварити" значааше искључиво "куhati" (што је узгред германизам) а не "пробавити / пробављати јело". Ако бисмо ту ријеч "варити" опет употрежили онако како то наши предци њекада правилно чињааху, онда бисмо лако могло рећи водовар за котал у којем се вари вода, на примјер вода за кафу. А bojler бисмо могли назвати "водогреј" или "водогрејач", или пак купатилски водовар.

6) Zašto su nagrade u evrima? Tražimo srpsku reč pa neka bude nagrađena dinarima

7) edukacija umesto obrazovanje ili usavršavanje; event a lepše је događaj ili svečanost, printovanje a imamo odštampati; umesto legit каже се оправдано

8) Компјутер. Имамо савршену реч, рачунар. Јер заиста, свака акција/активност је у основи нека рачунска операција

9) Међудејство, заблуђен, многобрижије, милодаран су врло добре и већ постоје у старијој књижевности и говору. Хвала што сте нас подсетили на мање познато име Милодарка, на Његошев стих у којему се пита ће је народ заблудио, на црквенословенски и слично. Најбоље су ове НОВЕ ријечи већ провјерене а помало заборављене.

10) Бекхенд, форхенд, дропшот, смеч, рекет, меч...Јесте ли размишљали о томе како би ови изрази могли да се „преведу” на српски?

11) Одлична објава, такође добронамеран предлог да смањимо туђице ако већ имамо своје речи, користимо их. Уместо мотивација реците надахнуће, будите дах, сетите се јер ко се сети, тај и зна

Једна група коментара, према употреби емотивно експресивне лексике, показује острашћеност корисника Инстаграма у погледу ове теме:

12) Pogledala sam drugu stranu, ne takmičim se, napisala sam које ме реци излудјују

13) Када чујем реч ТРИГЕРОВАТИ најежим се.

Неретко се оваква острашћеност базира на идеји да нове речи скрнавје језик, али се то уверење екстраполира на читав народ, културу и сл.

14) Мене угрожавају те неке нове речи, типа психолошкиња заправо ми сметају. I то уопште нема никакве везе са изједначавањем некаквих квази права већ са разједбавањем и оно мало србског што нам је остала. Извинјавам се на проstackлуку

15) Намерно скрнављење језика. Због чега?

16) Skrnavljenje једног од најлепших језика на свету. Ovo је užas liči на hrvatski □.

17) Ово треба забранити. Шта ће нам нове речи? Треба да вратимо архаизме. Прављење новог речи је веома опасна ствар по сам језик и народ који га говори.

18) Чега се паметан стиди, тиме се луд поноси! Нећу ништа рећи о познавању језика наведене професорице српског нити о "хрватском" па још лингвисти. Једино ћу подсетити на духовну лијеност и незнање. српски се каже- отвори под косину, отвори га укоси! То је заиста буквално преведено, сваки зидар у црну гору овако ће рећи а камо ли школована жена. ПОД КОСИНУ, мила, нека ти нагиб

19) Molim vas, ne kvarite nam naš divan jezik.

20) Sramota me је u ime svih govornika srpskog jezika, trenutnih i budućih.

21) Измишљање нових речи је одвратно, прави кич и шунд.

22) Ви што измишљате ове речи, знају ли вам кући да се дрогирате?

Овакви коментари осим изражавања емоција аутора садрже и увреде изречене преко фраза народног и разговорног карактера и реторског питања (*Чега се паметан стиди, тиме се луд поноси; знају ли вам кући да се дрогирате?*), осуду (*Срамота ме је у име свих говорника српског језика, тренутних и будућих*), молбу (*Молим вас, не кварите нам наш дивни језик*) и сл. на рачун аутора објаве.

У појединим коментарима проналази се и лаичко тумачење језичких процеса (нпр. творбе речи), с позивањем на језичко осећање, дух језика и сл.:

23) Питам се ко износи овакве предлоге. Предпостављам неко веома удаљен од духа и познавања српског језика. Уколико се без некога или нечега не може, то је досад било Неопходно или ако вам се више допада Нужно. Енглези користе 2 ријечи, можемо и ми казати нужно имати, обавезно имати, неопходно имати, или обавезујуће рецимо. без овога безнеможа могу једнако као без околонућног кишопишача или околотрбушног панталондржача. тачно га је склепао под морање, силом на срамоту.

24) Све речи су прави смућак. Одговор: Како која, nekad је i u redu imati pozajmljenicu ako reč nema odgovarajući prizvuk u prevodu

25) Безнемож, није лоше. Мада већ имамо - неопходно. Утицајнер, мало звучи немачки тај додатак -нер. Некако већина звучи пребуквално преведено. Мало и банално. Можда је само ствар навике. Енглеске речи су се одавно одомаћиле, требало је раније реаговати...

26) можда вратно, вратло (оно чиме се враћа лопта) - то са "ник" бих оставио за људе јер имамо апстратних суфикса за творбу. Можда и млатно/млатао/метао/метно (коментар на објаву *Нова реч за рекет?*)

27) За депресију може и бедак. То и користимо. Флешбек, прохујак... Прохујало је нешто што је прошло. А флешбек је враћање у прошлост, можда је прикладније подсећај. Млекотрес је банално. Засцење, онако; запозорје није лош предлог. Сусрамље, не знам. Можда је и непријатност довољно јасно. Свиђ, занимљи-

во. Прикачица, онако. Можда једноставно додаток. Или баш, прикачак. Памтило, звучи као надимак. Можда пре ознака, означивач.

Овај тип коментара садржи и уверење да естетски критеријум треба узимати у обзир при процени речи, па се говори да је о томе да је нека реч *лепа, занимљива*, да звучи као *надимак/немачки/банално*, да речи могу имати *одговарајући призвук* итд. Овакви коментари засновани су на субјективној процени аутора и не садрже никакву аргументацију, али пружају увид у то на који начин се о језику размишља. У ову групу долазе и следећи, којим се заговара протеривање туђица, као нечег опасног по језик:

28) Сномиље и милодаран су по мени најлепше. Без обзира ко буде победио, треба искористити и оне речи које нису ушле у ужи избор. Циљ је очистити српски језик од туђица. Задњи је час за спас нашег језика

29) Lepi su vam i vrlo inspirativni neki primeri, ali je "obezrođenje" kao prevod za genderism potpuni promašaj, jer genderism uopšte ne znači nešto takvo (niti ima veze s bespolnošću)

Корисници Инстаграма често изражавају сумњичавост у погледу употребе и извора. Као реакција на предложену реч године *мајданизација*, јавља се следећи коментар:

30) Vama su Vodka Zaharova i Nambija Šapić relevantni izvori/primeri ???! Komedija

док се на реч *непребол* јавља следећи:

31) Šta je tačno neprebol i kako je to riječ godine? Bukvalno nisam čula nikoga da je izgovara.

У ову групу коментара долазе и следећи:

32) Sačuvaj Bože. ništa ne razumem! Ja radim sa decom vrtićkog uzrasta, te HVALA BOGU njih do 6 godine mi i učimo kako da se lepo i pravilno izražavaju, a posle kad krenu u školu, Bog neka im je u pomoć...

33) Шта значе ове речи? Да ли можете да дате објашњење? (реакција на речи књиголовка, поезирање, миродушје)

Овакви коментари показују неразумевање динамике развоја језика, јер подразумевају да је учесталост употребе и разумевање појединца критеријум за промену лексичког система. Такође, може се претпоставити да је упитаност у вези са изворима последица уверења да је једини релевантан извор за богаћење речника књижевно дело.

Сумње у регуларност и релевантност такмичења изражене су у следећим коментарима:

34) Ако већ желимо да се бавимо новим речима требало би да ми то и организујемо. Овако нам лобисти из иностранства „предложе“, а сви пренесу као да су то прихваћене нове речи.

35) Aaaa pa izgleda da su i oni u "trendu", pa verovatno zato. Мене занима ко је добио и колико love за ову суптилну propagandu...

36) Ванприродан. Ванустанан. Али агендиран. (реакција реч ванродан)

37) тихољубље, иако милозвучна реч, ипак пре значи љубав према тишини, тиховању. Као што се философија преводи речју мудрољубље, филокалија добротолубље... Не знам ко ће да крају и да ли ће уопште да потврди, верификује значење ових речи, али сумњам да би неки језикозналац прихватио овде понуђено значење речи тихољубље

38) Може да буде гомила разлога. Сад на пример хоће торлачки говор да одцепе, можда хоће да затру старе речи, онда се лако манипулише. Ти сад мораш да враћаш човекову свест у старе облике да би могао да почнеш да му објашњаваш нешто. Није безазлена ствар.

39) Mislim da treba bolje kontrolisati reči koje već postoje. Cilj je osmisliti nove a "mnogobrižje" i još po neka reč već postoje i upotrebljavaju se a osobe koje su ih poslale nisu idejni tvorci istih! Izgleda da su neki ljudi spajali reči koje postoje i dodavali ih anglicizmima za koje misle da im odgovaraju... Тако да су неки само придодали постојећим речима још једно различито значење, не mareći што се она већ налази у речнику, а уствари показали су само велику дозу неозбилности према овом лепом и креативном такмиčenju.

40) Samo još da se objave imena predlagача i usvajača, pa da imamo listu ljudi koji oskrnavišе srpski jezik

Као што се из коментара види, корисници Инстаграма доводе у питање регуларност такмичења повезујући га са политичким активностима, али и стручност жирија. Донекле се може разумети упитаност везана за стручност, јер такмичење које организује Мала библиотека из Лондона нема истакнуто ни на једном месту имена чланова жирија, једино се на профилу Јелене Братић налази да је она председник такмичења. С друге стране, такмичење које организују Филолошко друштво „Речи” и часопис „Новоречје” има транспарентно истакнут правилник, као и чланове жирија. Међутим, временско поклапање (сам крај године) резултује мешањем ових такмичења од стране корисника Инстаграма.

### Закључна разматрања

У овом раду истражени су ставови о новим речима на примеру друштвене мреже Инстаграм, узимајући у обзир коментаре и реакције на предлоге за нове речи. Као доминантне заблуде у вези са новим речима издвајају се три тематске групе: једна која се односи на језички пуризам, и та група укључује критике према туђицама (корисници изражавају став да су поједине речи попут *компјутер* или *ивент* неприхватљиве, а истичу и да ове речи скрнавe српски језик; и друга група коментара којима се показује неразумевање односа између друштвеног контекста и функција нових речи, заправо, опште неразумевање динамике промена у лексичком систему и повезаности нових речи са савременим друштвом (у ту групу спадају ставови којима се изражава сумња у оправданост постојања речи, сумња у извор и употребу и сл.); трећу групу чине коментари у којима се изражава сумња у релевантност такмичења. При анализи издвојили смо подгрупу коментара (тематски припојену првој) који садрже емоционалне реакције корисника Инстагра-

ма како бисмо показали колики је емотивни набој када је реч о овој теми.

Овом анализом показује се да је, при представљању нових речи на друштвеним мрежама и у јавном дискурсу уопште, неопходно поћи од детаљнијег образложења процеса и фактора који условљавају настајање и опстајање нових речи, с посебним освртом на њихову повезаност са савременим друштвом. Такође, показује се да већина коментара изражава отпор према променама, базиран на уверењу кварења и нарушавања постојећег система, те би с тим увидом требало приступити теми неопходности и корисности нових речи. На крају, критички тон који се у коментарима јавља може се и прихватити као заједнички именитељ лингвистима и ауторима коментара, јер се само критичким односом према новим речима и транспарентношћу у погледу правила такмичења за избор нових речи може градити кредибилитет.

## ЛИТЕРАТУРА

- Ајдацић, Дејан 2022. Пољски конкурси за реч године и реч године младих. *Новоречје* 7, 54–67. [<https://www.re-ci.org.rs/2022/08/26/br-7-2022/>] приступљено 12. 11. 2024.
- Bauer, Laurie, PeterTrudgill (eds.) 1998. *Language Myths*. Penguin Publishing Group.
- Драгићевић, Рајна 2016. О речима године и лексичком планирању српског језика, у: С. Танасић (ур.). *Зборник Института за српски језик САНУ. 3, Српски језик и актуелна питања језичког планирања*, Београд: Институт за српски језик САНУ, 137–145.
- Драгићевић, Рајна 2022. О избору најлепше речи српског језика међу ученицима. *Новоречје* 7, 28–39. [<https://www.re-ci.org.rs/2022/08/26/br-7-2022/>] приступљено 12. 11. 2024.

- Klemenčić, Simona 2022. Slovenska akcija „Beseda leta“, *Новоречје* 7, 40–43. [<https://www.reci.org.rs/2022/08/26/br-7-2022/>] приступљено 12. 11. 2024.
- Лазић-Коњик, Ивана 2022. Модерне појаве у неолошким проучавањима – иницијатива за покретање избора за реч године у српском језику у оквиру часописа „Новоречје“. *Новоречје* 7, 67–83 [<https://www.reci.org.rs/2022/08/26/br-7-2022/>] приступљено 12. 11. 2024.
- Mihaljević, Milena 2022. Riječ godine – mogući pristup – primjer hrvatskoga. *Новоречје* 7, 13–27 [<https://www.reci.org.rs/2022/08/26/br-7-2022/>] приступљено 12. 11. 2024.
- Новокмет, Слободан 2022а. Реч године (вак) у српском јавном дискурсу. *Полемике и избори, Сборник с доклади от Международна конференция, Петнадесети славистични четения*, Софија, 16-18. Јуни 2022 г., 276–285.
- Новокмет, Слободан 2022б. Да ли речи године морају да буду речи? *Новоречје* 7, 44–52. [<https://www.reci.org.rs/2022/08/26/br-7-2022/>] приступљено 12. 11. 2024.
- Новокмет, Слободан 2023а. Неологизми бирани за реч године на енглеском говорном подручју и њихова представљеност у српском лексичком систему. *Научни састанак слависта у Вукове дане 52/1*, 317–328.
- Новокмет, Слободан 2023б. Преводи компјутерских и интернетских термина на српски језик – актуелна питања и проблеми. *Књижевност и језик LXX/1*, 27–38.
- Новокмет, Слободан 2024. Реч године *гаслајтинг* у српском јавном дискурсу. *Српски језик између стандарда, супстандарда и дијалекта*, ФИЛУМ, Крагујевац, 79–88.
- Радић-Бојанић, Биљана 2005. Граматичке особине дискурса електронских ћаскаоница. *Наш језик* 36, 1/4, 6–15.
- Слијепчевић, Светлана, Слободан Новокмет 2012. О језичким недоумицама корисника друштвене мреже Фејсбук. У: В. Мишић Пић, В. Лопчић (ur.), *Језик, књижевност, комуникација. Језичка истраживања*, Ниш: Филозофски факултет, 199–212.

Ђосић, Павле 2022. *Језичке недоумице: заблуде и митови*. Нови Сад: Прометеј.

*Svetlana Slijepčević Bjelivuk*

Institute for the Serbian Language of the Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade

A DAILY DOSE OF MISCONCEPTIONS ABOUT NEW WORDS – THE ISSUE OF RELIABILITY ON SERBIAN LANGUAGE PROFILES ON INSTAGRAM

S u m m a r y

After the expansion of Facebook groups, Instagram has become the dominant social network for the popularization of science in general, and thus of linguistic culture as well. Inspired by competitions in other countries, several profiles on this platform have promoted and/or organized contests for the best new words. The aim of this paper is to highlight, based on posts and comments about new words, various linguistic misconceptions regarding the use and creation of new words (taking into account all categories of new words—newly coined words (occasionalisms), neologisms, Anglicisms/Angloglobalisms, etc.). Examining the attitudes of Serbian language speakers toward new words can serve as a basis for developing a strategy for presenting this topic on social networks in general, in order to truly popularize linguistic culture in accordance with scientifically grounded principles.

УДК 004.774.1FB:[811.16'373.45./46:665.57  
004.774.1FB:[811.163.41'373.45./46:665.57

Бојана Н. Томић\*

(Институт за српски језик САНУ, Београд)

## НОВЕ РЕЧИ У СЛОВЕНСКИМ ЈЕЗИЦИМА НА ДРУШТВЕНИМ МЕДИЈИМА – ЛЕКСИКА ПАРФИМЕРСТВА\*\*

У раду се анализира лексика прикупљена у неколико група на друштвеној мрежи Фејсбук, а која се најшире може довести у везу са парфемима – лексика парфимерства. Већина прикупљених лексема карактеристична је само за анализирани дискурс и неће се употребити у свакодневном језику. Грађу углавном чине позајмљенице, махом полуадаптиране, или се јављају нова значења већ постојећих речи у српском језику.

*Кључне речи:* парфем, позајмљенице, адаптација позајмљеница, неологизми, неосемија, језик друштвених мрежа.

1. Предмет овог рада биће лексика која се употребљава у вези са парфемима. Тема се одређује овако широко јер нису у питању само лексеме којима се именују и описују парфем, већ и лексика која се тиче куповине, паковања и испробавања парфема. Корпус је ексцерпиран из неколиких група на друштвеној мрежи Фејсбук (Парфемски базар,

---

\* bojana.mojsilovic@gmail.com; ORCID: 0000-0001-9586-9881.

\*\* Овај рад финансирао је Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије према Уговору број 451-03-66/2024-03/200174 који је склопљен са Институтом за српски језик САНУ.

Парфем центар, Парфемска дружина – Парфемичари, Сплитоманиа), где се дискутује о парфемима. Уочено је да постоје лексеме које се јављају само у овом специфичном дискурсу, али да су и неке рече из општег лексичког фонда прошириле своја значења тако да се односе на парфеме и парфимерство. Већина речи које су сакупљене су неологизми који се јављају само у овом дискурсу, али има и лексема позајмљених из терминологија моде, уметности, винарства итд. (исп. Дима 2021: 47). Такође, у овом дискурсу јављају се и уобичајене речи, обично придеви, којима се описују парфемии а који су се усталили у тим описима и које ћемо само набројати на одговарајућим местима.

1.1. Грађа коју смо прикупили је разнолика. Прво, велики број примера пронађен је у оквиру огласа објављених у овим групама. Све оно што се објављује у овим групама није подложно никаквој цензури, као ни редакторским, лекторским интервенцијама, оно што се објављује углавном одликује одсуство интерпункцијских знакова, непоштовање правописних норми, а у случају употребе латиничког писма коришћење слова без дијакритичких знакова (исп. Милосављевић-Тодоровић, Спасојевић 2012: 250). Такође, често је писање оригиналних, страних облика лексема које анализирамо. Разлог томе видимо управо у томе што их говорници вероватно осећају као нове, стране или непознате, али потребне да би се именovalo оно о чему се говори (пише).

1.2. Примере ћемо преносити према оригиналној графичкој и интерпункцијској форми. Ваља напоменути да су необични облици имена парфема у огласима последица маштовитости оглашивача, који на тај начин покушава да заобиђе све строжа правила мреже Фејсбук, према којима није дозвољена продаја познатих брендова. Ова правила су у почетку као прву последицу имала чешће коришћење ћирилице и транскрибованих назива, а када ни то није могло да завара соф-

вер за контролу, аутори су почели да користе симболе уместо слова, преводе назива и слично. Ове промене нису утицале на наш корпус, будући да се тичу имена брендова и парфема, а они нису укључени у наше истраживање.

2. Корпус који анализирамо углавном чине позајмљенице, а забележено је и неколико хибрида, у којима је мотивна реч страног порекла а суфикс домаћи. Такви су углавном глаголи (*декантовати, сплитовати, пресплитовати*), док је за неке именице карактеристично да се паралелно јављају и њихове преведенице (*семпл* и *проба*). Неки придеви су непроменљиви (*ниш*), а неке именице имају и атрибутивну функцију (*рефил* боца). Већина ових позајмљеница адаптира се на основу изговора и изазива правописне недоумице код корисника (нпр. *блајнд-бај*).

Зашто прикупљну лексику посматрамо као неологизме? У овом значењу нису забележене у постојећим речницима, јавиле су се у последње време, функционалност им је ограничена на специфичан дискурс. Само неке од њих би потенцијално могле постати део општег лексичког фонда (нпр. *силаж*). Специјализована употреба ових лексема ограничена је тако да поприма одлике социолекта. Према Драгићевић 2020 већина неологизама јесу ауторски експресивни оказионализми; међутим, грађу коју анализирамо чини лексика која је позната одређеном кругу људи (највећа од ових група има преко 40000 чланова). Лексичко поље које се односи на парфеме садржи јединице за чије је разумевање неопходан екстралингвистички приступ (исп. Дима 2021: 46) па ћемо у раду искористити знања и информације добијене у анализираним групама.

Будући да до сада није било систематичног представљања лексике парфимерства, у наредним пасусима биће побројане и објашњене ове лексеми и илустроване примери-

ма из грађе. У случају да је нека од тих лексема потврђена у неком од постојећих речника, то ће бити назначено.

3. Парфем се у Речнику српскохрватског књижевног и народног језика (РСАНУ) дефинише као:

**па̀рфе́м**, -éма м (фр. *parfum*) *лако испарљива течност угодног мириса која се употребљава у козметици; мирис уопште.*

У овој дефиницији није наглашено, али овом именицом се означавају и садржај и садрживач, будући да се често може чути да неко има два, пет или педесет парфема. Такође, из ове дефиниције може да се наслути да се свака мирисна течност коју користимо да бисмо лепо мирисали назива парфем. Међутим, у парфемском свету, у зависности од тога колику концентрацију мирисних уља садржи, постоји неколико категорија: екстракт, парфем, парфемска вода, тоалетна вода, колоњска вода. Ова категоризација се у свакодневном говору ретко примењује, и лексема *парфем* се употребљава као хипероним за ове појмове. У тој функцији ћемо је користити и у овом раду.

4. Почећемо од поделе парфема на *дизајнере, дизајнерце, дизајнерске парфеме* и *ниш парфеме*. *Ниш* је непроменљиви придев<sup>2</sup> настао од француског *niche* и односи се на висококвалитетне парфеме, који се купују у посебним парфимеријама, доступни су у ограниченим количинама, за њих се користе уникатни и ретки састојци, па је и цена ове

---

<sup>2</sup> Одлучили смо да дефинишемо *ниш* као придев; већина ексцерпираних примера потврђује да се обично јавља уз именицу (парфем) и то у непроменљивом облику. Међутим, забележили смо и примере где се употребљава самостално, у функцији именице. Остављамо могућност да је током адаптације ова реч успела да се осамостали и добије и именичку функцију. За дефинитивну процену којој врсти речи припада лексема *ниш*, било би неопходно посебно истраживање.

врсте парфема виша од дизајнерских. У овом значењу и облику то је нова реч у српском језику, али бисмо могли направити везу са лексемом *ниша* у значењу 'одвојене, мање просторије', која постоји у терминологији архитектуре. *Дизајнерски парфем* део су асортимана познатих модних кућа, које се баве и другим сегментима моде, не само парфимерством, а могу се купити не само у парфимеријама већ и у дрогеријама:

Najbolje Vam je da nadjete nekoga ko ima veliku kolekciju **dizajnera** i probate svega po 2ml i kupite sta Vam se sviđi pa kasnije opet nekoga ko ima veliku kolekciju **nichea**<sup>3</sup>

Jedna kolekcija ljubitelja **dizajnerskih parfema**.

Meni trenutno brl ženski **dizajnerac**.

Kenzo edp (2022)... vrhunski **dizajnerac**...projekcija, aura...ma sveeee...preporuka i komotno može blind buy

Glavni prodavci na grupi jednom mesečno dobijaju liste (excel tabela u kojoj je navedena cela ponuda sa cenama) sa **niche** parfemima (preko 4000 parfema, liste nisu uvek iste) koje nam dostavljaju i sa kojih se poručuje željeno.

Ne patim od toga da bude **niche**, nego bih voleo da parfem duže traje i da ima bolju auru...

Da li ste iznenadjeni sa izborom pobednika za najbolji **niche** parfem 2023. godine?

Menjao bih sledeće parfeme isključivo za **NICHE** ostatke ili pune bocice.

У РСАНУ нема одредница *дизајн*, *дизајнерати*; тек Речник српског језика (РСЈ) бележи значење 'уметник, технолог који се бави дизајном, који пројектује и естетски обликује индустријске производе широке потрошње'. Лексеме из овог гнезда јављају се и у лексници моде (исп. Настановић 2009: 209). У нашем корпусу значење је померено на 'про-

---

<sup>3</sup> Примери ће бити доследно преношени.

извод који праве дизајнери<sup>4</sup>, док је универбизацијом од *дизајнерски парфем* добијено *дизајнерац*.

5. Када говоримо о парфемима веома је важна амбалажа у којој се налазе. Парфем се пакују у *бочице* различите милитраже. Уколико је у питању бочица која служи да се купац упозна са мирисом и испроба га, оваква бочица се назива *тестер*<sup>4</sup> тј. овакав парфем има *тестер паковање*. Треба имати у виду да се у продавницама парфемима у оваквим амбалажама не могу продавати, али да се у парфемским круговима често продају, јер је цена нижа, због непотпуне амбалаже. Наиме, ови парфемима немају чеп и пакују се у једноставне картонске кутије, које се разликују од оних које представљају комерцијално паковање парфема. У грађи смо наишли на синтагму *фул презентација*<sup>5</sup>, којом се именује комплетно паковање једног парфема, дакле бочица са чепом и кутијом, понекад и целофаном. Често се среће и синтагма у *целофану*, чиме се означавају неначета, неотворена паковања. У продаји коришћених парфема ова *фул презентација* може да подигне цену артиклу:

Figment **tester**, ne znam koliko ima i zbog loših iskustava ne bih vam lupio neki broj mililitara.

**Tester** varijante sve po 100 ml .

U pitanju je **tester** koji ce biti uzet od Danka po ceni od 185e za 100ml

**Ful prezentacija**,kupljen prosle godine,jednom prsnut,sazreo,

**Ful prezentacija** sa drvenom kutijom

MFK Aqua Universalis Forte 60/70, **full prezentacija**, vintage, uzet 2016. god pre bilo kakve reformulacije.

---

<sup>4</sup> Лексема потврђена у овом значењу у Прћић и др. 2021: 'пробни узорак парфема или шминке који се бесплатно може испробати у продавници пре куповине самог производа'; Оташевић 2022.

<sup>5</sup> Исп. *фул* у Прћић и др. 2021.

Laura Biagotti VENEZIA 75ml - nov, **u celofanu**, neko-rišćen.

6. На кутији и бочици сваког (новијег) парфема налази се податак у виду кода састављеног од слова и бројева. Овај код се у корпусу јавља у облицима: *беч код*, *batch code* или скраћено *беч*. Помоћу њега могуће је утврдити које године је парфем направљен, будући да се информација о датуму производње најчешће изоставља са паковања. Претрагом на интернету (постоје сајтови за проверавање рока трајања козметике) добија се податак о старости тог парфема. Овде би се могла повући паралела са бербом у винарству. Наиме, код неких парфема, говори се о квалитету одређеног беча у односу на неки други, и обрнуто – да је неки беч слабији или лошији од других:

Potrebna mi je pomoc oko formiranja cene za pradu amber 100ml u celofanu, **bec kod** 93161 (godina 2019.). Koliko vredi?

LALIK l'insoumis **Beč** 2016.

PRODAJEM-MENJAM Cedrat Boise Mancera **bec kod** 20H237B, cep na odvrtanje.

Vialica koju sam prethodno imao drugačije je mirisala, probao da učitam **bač kod** ali bez uspeha, molim za stručno mišljenje.

И оба су новији **batch-evi**, тако да ни те приче око тога да само прве серије ваљају нису pile воду.

Можемо направити паралелу са постојећом, већ усвојеном речју *бар--код*<sup>6</sup>, те би и ову реч требало писати као полусложеницу: *беч-код*.

7. У зависности од тога како се парфем наноси, бочице могу имати *спрејер*<sup>7</sup> помоћу ког се парфем прска, или пак

---

<sup>6</sup> Исп. Васић и др. 2018. s. v. *бар-код*.

<sup>7</sup> Потврђен у Оташевић 2022.

могу бити *сплеш бочице*. Лексемом *сплеш* именују се бочице на навртањ којима се корисник благо залије да би се намиришао. Овакве бочице нису много популарне, јер из њих парфем најлакше изветри или промени своје мирисне ноте, и углавном се јављају код старијих парфема. С друге стране, постоје и *рефил*<sup>8</sup> бочице, из којих би парфем требало преточити у другу бочицу са спрејером, обично планирану од стране произвођача. Такав парфем се такође може назвати *рефил*:

Parfem koji izadje je nepromenjenog mirisa, samo sam **sprejer** ima cudan miris.

Drugari, treba mi savet: Šta da radim kada mi crkne **sprejer**, a imam još boga oca parfema u bocí?

Neće da funkcioniše **sprejer**, šta da radim u ovom slučaju?

Vintage Laura Biagiotti Roma Uomo 45/75ml **spleš** - 3500din

Vintage Paco Rabanne Eau de Sport (izuzetno redak, iako **spleš** savršeno očuvan) 70/250ml - 3500din

Да ли неко има на продају **рефил** бочицу од 30 милилитара за Terre D’Hermes било која милилитража, најпожељније празну?

Може mala помоћ... како се presipa parfem из ове **refil** боце?

Moze tester, ostatak, **refil** sta god imate nudite.

И у овим примерима уочавамо појаву да се дате позајмљенице (англицизми), у зависности од положаја у реченици, могу посматрати и као придеви и као именице: уколико стоје испред друге именице, имаће атрибутивну улогу, у осталим случајевима именичку (исп. Тиртова 2017: 286–287).

---

<sup>8</sup> Исп. *рефилер* у Прћић и др. 2021.

8. Често се приликом куповине парфема у парфимерији на поклон добијају *фабрички семплићи*, или *семплови*<sup>9</sup> (од енглеског sample), *узорци мириса*, намењени за испробавање и рекламирање производа. Њих производи бренд који се на тај начин рекламира. Да би се испробао неки парфем за који не можемо да набавимо *фабричку пробу*, *фабричку пробницу*, користе се *вијали* у које се сипа мала количина траженог парфема. То су бочице купастог облика са поклопцем, које се користе у лабораторијама. Видимо да се за именовање активно користе деминутиви, јер су ово заиста мала паковања, од око 2 мл:

Nedavno sam dobila **sempliћ** i mom oduševljenju nije bilo kraja.

Ima li neko Prada paradoxe ostatak u boci ili kako god? Imam **sempliћ** i trošim ga štedljivo

Dobila **sempliћ** u Belodoreu, ali koliko vidim nemaju ga. **semplоvi** na promociji sa promotivnim popustom su obeleženi zvezdicom

S obzirom da su sve probani dekanti i **semplоvi** koji ipak nisu "my cup of tea" i koje sigurno neću koristiti, poklanjam sve sa slika ukoliko neko želi da proba.

Uglavnom dopala mi se **probica** parfema gde pise samo orientica.

Ljubitelj parfema ,nasledjena kolekcija **probica** u originalnim pakovanjima,hvala za prijem

Potražujem. Fabrička **probica** ili dekant od 3ml.

Dolaze u **vijalicama** (metkicima) od 2ml.

Na prodaju **vialice** od 1,5ml!

Probica sa sprejerom sam mislio, **viali** ni meni ničemu ne služe.

Лексема *семпл* потпуно се адаптирала, што видимо у изражавању регуларног множинског облика, као и демину-

---

<sup>9</sup> У Прћић и др. 2021 забележена је одредница *семпл* у значењима 'звучни узорак' и 'узорак уопште', а потврђена је и у Оташевић 2022.

тива. И англицизам *вијал* јавља се у деминутивном облику *вијалица*. У једном од примера у загради дат је синоним за вијалицу – *меткић*. Посреди је сличност према изгледу, и у корпусу се јавља неколико примера употребе лексеме *меткић* у овом значењу:

Jednom su iscoreli neki poklon-**metkići** ali parfem koji kupim uvek stiže propisno (bezbedno) upakovan.

Lady imam samo u **metkićima**.

Bio je i sto sa **metkicima**, pa su svi sem parfemima u bocima mogli da probaju svasta.

9. Неки произвођачи продају своје парфеме у великим, литарским боцама. Оне се називају *драминг* (од енглеског *drumming*). Насупрот *драмингу* постоје и *минијатуре* – бочице од неколико милилитара које својим изгледом у потпуности опонашају регуларну бочицу, само што су умањене. Иако садрже парфем као и регуларно паковање, често се користе у декоративне сврхе, а неке од њих су права мала уметничка дела:

Ovih dana u ponudi dva Tom Ford bisera iz **dramming** boca

Kao neko ko je dugi niz godina bio ljubitelj i sakupljac **minijatura** i svega mogućega vezano za **minijature** i parfeme, nazalost, i sa tugom, odlucujem da ih prodam ipak.

Guerlain novo 5ml **minijatura**

Jel ima neko ko bi otudjio ovaj parfem? samo da nije **minijatura**

U kompletu 7 **minijatura** za 1800 din.

Минијатура није непозната реч у српском језику (према РСАНУ – 'оно што је мањих размера, мање величине, мањег обима од уобичајеног, што је умањено оно што својим особинама показује у извесној мери сличност са оним што је по тим особинама познатије'), али се у нашем корпусу ово значење сужава и конкретизује на умањени парфем.

10. Уколико неко жели да проба само одређену количину парфема и не жели да набави цео, може да купи *декант*. Декант је мања количина парфема, од 5 мл па навише, спакована у *бочицу за декант*, сразмерно мање цене од целе бочице парфема. За разлику од *декантера* у винарству, који представља суд у који се наспе вино да би добило одговарајућу арому након контакта са ваздухом, *декант* у парфимерству је пароним и означава бочицу и садржај бочице у који се издваја парфем из оригиналног паковања. Уколико се декант добија тако што се тражени парфем и његова цена поделе по милилитру (без додатне зараде), овај процес се назива *сплитовање*, *сплит*<sup>10</sup> (такође од енглеског *split*), *подела*, *поделица* итд. Забележили смо пример да је једна чланица групе *пресплитовала* – превише људи је укључила у поделу парфема, па је морала да набави још једну бочицу:

Juce sam uzela **dekant** od Luka Dusenka prsnula...nismo se nasli

Pre par dana uzeo sam Sauvage Elixir **dekant** od 10ml za probu .

Imala davno **dekant** i sa uživanjem potrošila u svećanim prilikama.

**Dekantujem** dva najbolja parfema iz Gazdine linije

**Dekantujem** ispod split cene

Uzimam od 100 po ceni od 140, ali kako je to puno, imajuci u vidu nepotrosene zalihe, **splitujem** 50

**Splitovala bih** The Birth of Venus parfemske kuće Argos.

Da probamo SPLIT sve nas inspirise Gorica da se i mi ukljucimo u **splitovanje**.

Reaktiviram split za Moonlight, jer sam opet **presplitovala**, nisam upisala pola ljudi juče.

---

<sup>10</sup> Једна од група из које је сакупљана грађа има назив *Splitomania*, што је занимљива сложеница коју бисмо могли дефинисати као 'претерана склоност, страст ка сплитовању, сплитовима, лудовање за сплитовањем и сплитовима'.

**Podela** broj 1 za danas

Idemo jedna divna **podelica** od Ivan Randelović

11. Да би се испробао мирис, могуће је прснути га на део тела, најчешће надланицу, или на пробни папирић који се назива *блотер*. Блотери се користе у другим гранама козметичке индустрије, нпр. за испробавање боја шминке. Купац их онда може понети са собом, да би проверио како му се мирис допада и после неког времена, не само у тренутку прскања мириса. Почетни мирис који се осети након прскања назива се *отварање*, и тај мирис се постепено мења. Разлог за то је што се парфеми састоје од различитих *мирисних нота*, које се јављају у неколико нивоа: *горњи слој*, *средњи* и *доњи слој*. Оно што на крају преостане од мириса који испробавамо назива се *драјдаун*<sup>11</sup> (од енглеског dry down) и то је коначни мирис који остаје на кожи после неколико сати од наношења:

Nikad ne prskam na **bloter**.

Pomirisao sam ga samo na **bloteru** ne i na koži.

**Otvaranje** je svima dobro poznata alkoholna kupina, blago prošarana ribizlom i pomorandžom, kao u prethodniku, ali izuzetno, izuzetno bogata i pojačana.

Odmah nakon **otvaranja**, javlja se jak miris drveta.

**Drajdaun** su tamjan i stiraks sa blagom slatkoćom koja mene podseća na neki mistični hram.

Za razliku od Enceladea i te slađe verzije rabarbare, koja nakon otvaranja skreće u **Dry down-u** u tu ženstveniju stranu, Nudiflorum ide u suprotnom smeru.

12. Постоји много различитих *мирисних нота* и у зависности од тога које су доминантне у неком мирису парфеми могу бити: *свежи*, *тешки*, *цветни*, *цитрусни*, *пудераст*, *гурмански*, *дрвенасти* итд., чиме се именује доминантни са-

---

<sup>11</sup> Предлажемо сложеницу према *драјвин* и *дравтру* (исп. Прћић и др. 2021).

стојак који осећамо. Гурмански парфеми јављају се и у универбизованом облику *гурманци*:

FB Absolute Shadow још један **gurmanac** у mojoј колекцији.

Раритет на нашим просторима. Оријентални **gurmanac** на тему Oud и руџе са додатком зачина, кафе и чоколåde.

13. Често се у парфемском свету употребљава термин *шипр* – посебна мирисна композиција која у основи има храстову маховину, а обично садржи и цитрусне, цветне и дрвенасте ноте (забележили смо и варијанту *шипра*, претпостављамо због лакшег изговора). Уколико су парфеми намењени женама они су *женски*, мушкарцима *мушки*, а у последње време је најпопуларнија категорија *унисекс*<sup>12</sup> – парфеми које подједнако користе и мушкарци и жене:

Onda треба да пробаш Jubilation 25. Изузетан **šipr** !

Їај за двоје је ароматични зачински, а Timbuktu је дрвени **šipr**.

Šipra није **šipra** ако није заплрјана мало

Da li ste stava da су **šipre** за жене?

bas је **унисекс** и много је добар

Води се као **унисекс**, а читајући коментаре на Fragrantica стичем утисак да је доста јак

14. Њихов *интензитет* може бити *јак*, *слаб*, могу имати велику *ауру*. То су све *перформансе* – особине парфема. Тако су нпр. *скин-сцент*<sup>13</sup> парфеми слабијег интензитета, парфеми који се осећају близу коже; парфеми који наглашавају природни мирис коже корисника. Нису превише интензивни и не стварају велику ауру, имају слабу *пројекцију*. То

---

<sup>12</sup> Потврђено у Великом речнику страних речи и израза Ивана Клајна и Милана Шипке (К–Ш); Оташевић 2022; Прћић и др. 2021; Васић и др. 2018.

<sup>13</sup> Предлажемо да ово буде полусложеница.

значи да се мирис не шири од корисника, док *аура* представља општи утисак који парфем ствара око оног ко га носи, начин на који се мирис шири у простору и како га други доживљавају. С тим у вези забележили смо и лексему *силаж* – мирисни траг који остаје иза неког ко има парфем на себи:

Pri odabiru najznacajnika mi je **projekcija**, trajnost. Onda na drugom mestu cena i trece mesto sam miris.

Preporuka za letnji parfem da ima dobru **auru** i trajnost.

Ja sam sad za Black Friday uzeo Versace eros edt, pa me zanima jel je on dobar za hladnije vreme i da li ima dobru **auru**?

da li je ovo nešto najlepše i nesvakidašnje što sam pomirisao? NE. Da li ima nenormalnu **projekciju** i **silaz**? Opet NE.

Jutros u 9 h' dva spreja....i radi kao sat☺**aura**, **silaz**, trajnost.

Svakako treba testirati i u vremenu za koje je namenjen (neka jesen), ali ono sto sad mogu reći je **projekcija** prvih sat vremena, a **silaz** i trajnost oko 9-10 sati (uzeti u obzir da je upravo otvorena boca).

Dior Ambre Nuit jedan od lepsih **skin scent** parfema.

Noir Extreme postaje **skin scent** vec posle sat vremena ali se razvija prelepo

Видимо да је лексема *аура* проширила значење; у РСАНУ је дефинисана као 'светло зрачење око човечјег тела'. Ново значење се проширило и на мирисно зрачење, тј. са визуелне (светло) на олфактивну (мирис) сензацију.

15. У зависности од годишњег доба када би требало да се користе, парфеме могу бити *летњи*, *зимски* и спорадично *пролећни* и *јесењи*, *за топлије време*, *за хладније време*. Осим субјективног осећаја тежине парфема, на ову поделу утичу и хемијске перформансе, па се мирисне ноте боље или лошије развијају на одређеним температурама. Исто важи и за доба дана – могу бити *дневни* и *вечерњи*, а с тим у вези *за канцеларију* или *за излазак*.

16. Парфеми могу бити *носиви* и *неносиви*, на шта такође утичу састав и јачина мириса. Уколико је неки мирис изразито интензиван, жаргонски се назива *убица*. Код парфема постоји и синестезијски моменат када неки парфем доживљавамо као *сладак* или *кисео*, чак и *горак*. За *гурманске* парфеме дешава се да буду описани и као *јестиви*, јер оне ме ко их испробава миришу на храну, најчешће слаткише.

17. Од састојака који се јављају у корпусу навешћемо неколико, нпр. *уд* (*оуд*) или *агар*, који представља популарну супстанцу у парфемском свету а која се због реткости и цене раније није употребљавала, те одатле и потреба за новим називом данас. У питању је посебна смола коју производи поједино дрвеће у Индији и Кини, када га нападну гљивице. Други састојак који је такође популаран јесте *амбергрис* или *сива амбра*, настао од смесе коју поврати кит уљешура. Споменућемо и називе неких биљака и зачина, који нису уобичајени и познати, као што су *ветивер*, *вербена*, *нероли*, *бергамот*, *личи*, *естрагон*, *иланг иланг*, *тонка*, *гвајак*, *елеми*. Такође, међу састојцима је популарна и смола *бензоин*. Сви ови састојци могу се пронаћи у опису мирисних нота, често и на паковањима парфема. Међутим, ови називи, иако неубичајени, могу се пронаћи у описним речницима српског језика (нпр. *амбра*, *амбер-дрво*, *вербена*, *пачули* итд.). Нисмо потврдили одреднице *агар*, *ветивер* и *иланг-иланг*, иако се ова последњу јавља у Поморској енциклопедији у нетранскрибованом облику *ylang-ylang* (Енц. Пом. 5, 62).

18. Код парфема је најважнија сензација коју имамо мирис. Међутим, када се описује течност парфема често се употребљавају паралеле са вином, па се тако говори и о боји

парфема, да ли је одлежао, да ли је мирис *мацерирао*<sup>14</sup>. У вези са овим термином, постоји разлика у односу на вино – у парфемском свету *мацерација* је процес сазревања парфема када кисеоник уђе у бочицу након прскања, те помаже да мирис буде интензивнији и дуготрајнији. Чак се препоручује да бочица остане отворена, како би кисеоник лакше ушао кроз спрејер:

Sazrevanje parfema, **maceracija**, Potrosi 5 ml, I ostavi ga sa strane, ojacace kao taj dekant za par meseci

Parfem je prelep ali je i sazreo(**macerirao**)u meduvremenu....uživaj

Parfem je u koncentraciji Extrait de Parfum a ima neko ne baš 100% pouzdano pravilo da što je veća koncentracije **maceracija** više znači (i što su prirodniji i kvalitetniji sastojci)

Koja su vaša iskustva sa procesom **maceracije** (sazrevanja) u parfemima?

19. Уколико један парфем има своје различите варијанте тако да задржи име, изглед бочице и већину састојака, али са незнатним променама, такав парфем се назива *фланкер*<sup>15</sup>. Већина парфемских кућа издаје сезонске фланкере, или пак издања поводом неких јубилеја и сл.:

Najnoviji i najnosiviji **flanker** iz serije Ombre Leather

Niti volim gurmanske parfeme, slatkise ni uopste ovu liniju ili kuću, ali ovaj **flanker** me je kupio odmah.

---

<sup>14</sup> У РСАНУ постоје одреднице *мацерација* и *мацерирати* (из терминологије технологије) у значењу 'растварање чврсте материје (биљног или животињског порекла) дужим деловањем неке течности (воде, алкохола, етра и др.) на обичној температури ради омекшавања или екстракције одређених супстанција; растварање, растапање уопште', односно 'подврћи, подвргавати мацерацији, растворити, растварати, раскиселити, раскисељавати'.

<sup>15</sup> У К–Ш постоји одредница *фланкер*, али са значењем 'војник који узнемирава непријатеље, који напада с бока'.

Italian zest u poredjenju s nekim **flankerima**, koje sam imala blago naginje ka gurmanskim.

20. Иако и парфеме имају рок трајања, чест је случај да колекционари имају у својим колекцијама парфеме старе више десетина година. Овакви парфеме се називају *винтици*<sup>16</sup>. Уколико су изузетно ретки, назваће се *раритетима*<sup>17</sup>. Парфемске куће са дугом традицијом имају парфеме који се производе и више од сто година, али су данашње варијанте другачије од оних првих јер су парфеме *реформулисани*. Ово се дешава из бројних разлога – промењен начин израде, недостатак оригиналних састојака, забрана коришћења неких састојака као последица промене козметичких и правних регулатива и сл.:

Sve je okej, **vintage** verzija, **raretet**, imala sam je

Продајем **винтици** Курос

Jedan kapitalac, **raretet**, doduse bez masnice, ostatak od 100, dvanaest crvenih

Da se zna, jednom za svagda: Ganymede nije **reformulisan**.

Da li je **reformulisan** nishane hacivat kao sto neki pisu po forumima ili je jos uvek beastmode?

DOKAZ da ne mora svaka **reformulacija** da bude loša. Amouage Reflection Man je sjajan primer.

Divan zauvek, jesu ga **reformulisali** malo, ali preživeo je.

21. За већину парфема могу се пронаћи рецензије корисника на интернету. Често се на основу таквих рецензија дешава да купимо парфем на слепо, без испробавања, па се

---

<sup>16</sup> Одредница потврђена у Прћић и др. 2021. у значењу 'који има висок и препознатљив квалитет, нарочито карактеристичан за прошла времена; класичан; старински'.

<sup>17</sup> Постојећа реч у описним речницима; у парфемском дискурсу значење је сужено на парфеме.

таква куповина назива *блајнд-бај*. На основу корпуса видимо да се такве куповине обично заврше даљом препродајом:

Rasprodaja **blajndbajeva** , pa ako nekom nesto treba  
Šta vi kažete, вреди ли овај парфем **blajnd-baja**, kakav је?

И ова реч би требало да се пише као полусложеница, *блајнд-бај* као *блајнд-дејт*, куповина наслепо према састанак наслепо (исп. Прћић и др. 2021: s. v. *blajnd-dejt*).

22. Када купујемо парфем желимо да купимо и имамо оригиналан парфем, *оригинал*. Међутим, на тржишту постоји велики број *копија* које се често називају *фејк*<sup>18</sup>. Ови називи јављају се код свих производа који имају бренд односно марку, не само у вези са парфемима. У парфемском свету постоје и *клонови* – парфемима који су инспирисани неким познатим, популарним парфемом, али имају своје име и наликују, некада врло вешто, на парфем који опонашају. Некада се говори и о *замени* за неки парфем, рекли бисмо о дуплику, који се назива и *дјуп*:

Има ли неки добар **клон** Dior Homme Intense? Дајте предлоге.

**Клон** Диор Фахренхеит, по оценама корисника на фрагрантици одличан **клон** тог парфема, подсећа ме на мирис мог оца док је био млад 90их година.

Uspeh da nabavim 20ml ali bih zelela znati koji se parfem pokazao kao najbolji **klon**?

Najverniji Hypnotic Poison **dupe**, stvarno je identičan originalu, možete videti i reviews na Fragnatici, ali nekako uopšte se ne slaže s mojom njuškom

Pozdrav stručnjaci, da li uopšte postoji i, ako postoji, može li se znati **djup** za TT Rosso Pompei?

Chatler (isproban) **djup** za br540 ali ima nesto svoje i lepse, dugotrajan.

---

<sup>18</sup> Лексема која је већ ушла у српски језик и може се третирати као неологизам-позајмљеница (Драгићевић 2020: 110).

23. На крају ћемо издвојити назив за креатора парфема, особу која ствара и развија парфеме – *нос*. Занимљив је механизам којим је добијено ово ново значење. Није необично да се делом тела именује особа – лице, мозак (паметна, способна особа, главна личност која руководи, управља нечим), (десна) рука, око. У овом случају се значење са носа као дела тела у коме се налази чуло мириса преноси на особу којој је занимање везано управо за чуло мириса – да ствара парфеме. Постоји и фразеологизам имати нос, имати њух – имати способност, моћ уочавања, откривања (нечега) обично на основу интуиције, предосећања и сл. Међутим, у нашем случају, у именовану креатора парфема нема померања значења, они имају нос, али да развију нове мирисе:

Dovoljno je reci da je Bertrand Duchaufour **nos** iza ove kreacije.

24. Закључићемо да су се групе на друштвеној мрежи Фејсбук показале као добар извор за проучавање нових речи из области парфимерства. На основу прикупљене и анализирани грађе уочили смо да лексику парфимерства углавном чине позајмљенице из енглеског и француског језика, као и домаће речи које су развиле нова значења. Неке лексеме су преузете из других терминологија (моде, уметности, винарства итд.). Позајмљенице нису у потпуности адаптиране, често се наводе у оригиналу, а за оне које су адаптиране поставља се питање правописних решења. Већина забележених лексема ограничена је само на парфемски дискурс и не би могла да се употребљава у свакодневном језику. Постојећи речници их углавном не бележе, као ни нова значења постојећих речи због којих их посматрамо као семантичке неологизме.

## ИЗВОРИ

<https://www.facebook.com/groups/595539307644914/>  
<https://www.facebook.com/groups/273772105588800/>  
<https://www.facebook.com/groups/303333811495015/>  
<https://www.facebook.com/groups/423407076640941/>

## ЛИТЕРАТУРА

- Драгићевић, Рајна 2020. О неологизмима у српском језику из угла припреме корпуса за израду вишетомног Речника савременог српског језика Матице српске. *Јужнословенски филолог* 76/1, 107–121.
- Настановић, Драгана 2009: О неким аспектима адаптације англицизама из области моде у српском језику. У: (ур. Милош Ковачевић и др.) *Савремена проучавања језика и књижевност* I/1, 205–212.
- Милосављевић-Годоровић, Марија, Спасојевић, Марина 2012. О особености огласа на интернет сајтовима намењеним оглашавању. У: (ур. Милош Ковачевић и др.) *Савремена проучавања језика и књижевности* III/1, 2012, 249–255.
- Тиртова, Галина 2017. О неким аспектима адаптације англицизама у српском језику. *Научни састанак слависта у Вукове дане*, 46/1, 283–288.
- Dima, Gabriela 2017. Terminology and Translation. The Lexical Field of Perfumes. *Translation Studies: Retrospective and Prospective Views* 24, 46–49. [<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1073872>] приступљено 25. 11. 2024.

## ЛЕКСИКОГРАФСКИ ИЗВОРИ

- Васић и др. 2018: Vasić, Vera, Prčić, Tvrtko, Nejgebauer, Gordana. *Do you speak anglosrpski? Recnik novijih anglicizama*. Novi Sad: Filozofski fakultet. [<https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2018/978-86-6065-451-1>] приступљено 25.11.2024.
- Енци. Пом. 5: *Pomorska enciklopedija*, V, Zagreb: Leksikografski zavod FNRJ, 1958.
- К–Ш: Клајн, Иван, Шипка, Милан. *Велики речник страних речи и израза*, Нови Сад: Прометеј, 2008.
- Оташевић и др. 2022: Оташевић, Ђорђе, Николић, Марина, Ђорђевић, Весна. *Речник нових речи у српском језику*. Београд: Институт за српски језик САНУ. [<https://javnidiskurs.rs/wp-content/uploads/2024/04/RNRUSJ-1.pdf>] приступљено 25.11.2024.
- Оташевић и др. 2023: Оташевић, Ђорђе, Николић, Марина, Ђорђевић, Весна. *Речник нових речи у српском језику*. Београд: Институт за српски језик САНУ. [<https://javnidiskurs.rs/wp-content/uploads/2024/07/RNRUSJ-2-12.-7.-2024.pdf>] приступљено 25.11.2024.
- Оташевић 2022. Оташевић, Ђорђе. *Глосар новијих речи*. Београд: Алма
- Оташевић 2024а: *Речник нових речи 1*. Београд: Алма.
- Оташевић 2024б: *Речник нових речи 2*. Београд: Алма.
- Прћић и др. 2021: Prčić, Tvrtko, Dražić, Jasmina, Milić, Mira. *Srpski rečnik novijih anglicizama*. Novi Sad: Filozofski fakultet. [<https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sites/default/files/db/books/978-86-6065-636-2.pdf>] приступљено 25.11.2024.
- РСАНУ: *Речник српскохрватског књижевног и народног језика Српске академије наука и уметности*, I–, Београд 1959–.
- РСЈ: *Речник српскога језика*, Нови Сад: Матица српска, 2007.

*Bojana N. Tomić*

Institute for the Serbian Language of the Serbian Academy of Sciences and Arts, Belgrade

NEW WORDS IN SLAVIC LANGUAGES  
ON SOCIAL MEDIA  
– PERFUME GLOSSARY

Summary

This paper examines perfume-related terms collected from several Facebook groups dedicated to fragrance appreciation. Most of these terms are loanwords, and their usage is limited to the analyzed discourse, meaning they are unlikely to be used in everyday speech. Many of these terms are not fully adapted. For words that already exist in the language, we observe new meanings in our corpus.

*Key words:* perfumes, loanwords, adaptation of loanwords, neologisms, neosemy, social media language

УДК 811.163.41'373.45=111:641/642:[81'374.2'373.4  
811.163.41'373.45=111:664.143:[004.738.5

Милица С. Божић Синчук\*

(Институт за српски језик САНУ, Београд)

## КУЛИНАРСКА ЛЕКSIKA У РЕЧНИЦИМА НОВИХ РЕЧИ\*\*

У раду ће бити представљена тематска група кулинарства у објављеним речницима нових речи: *Srpski rečnik novijih anglicizama*, *Речник нових речи у српском језику*, *Грађа за речник нових речи* (објављена у часопису *Новоречје*), као и лексика из рубрике *Нове речи* на сајту Филолошког друштва *Речи*. Посматрану лексику чине позајмљенице, највише из енглеског језика. Испитивали смо за које појаве и укусе у области кулинарства постоје нове речи у српском језику. Грађа је показала да је највише нових лексема за послатице. Такође, употреба интернета, брз начин живота и интересовања савременог човека условили су и појаву нове лексике у овој сфери.

*Кључне речи:* српски језик, неологизми, кулинарска лексика, интернет.

### 1. Уводне напомене

У раду ћемо посматрати ново стање лексике у тематској области кулинарства.<sup>19</sup> Предмет овог рада јесте лексика

---

\* milica.sincuk@isj.sanu.ac.rs ; ORCID: 0000-0001-9662-1968.

\*\* Писање овог рада финансирало је Министарство науке, технолошког развоја и иновација Републике Србије према Уговору број 451-03-66/2024-03/ 200174, који је потписан са Институтом за српски језик САНУ.

која се односи на кулинарство, на припремање хране и све шта је са њом у вези. Значај изучавања овог лексичког слоја јесте у томе што је прехрањивање основна људска потреба и битан је део свакодневног живота: „Будући да храна и припремање хране чине важан део човекове свакодневице, кулинарска терминологија, односећи се на једну од тематских целина фундаменталних за човека, представља значајан сегмент лексичког фонда српскога језика“ (Радоњић 2017: 1).

Испитивања кулинарске лексике разноврсна су и бројна: у савременом књижевном језику у докторској дисертацији *Кулинарска лексика у савременом српском књижевном језику* (Радоњић 2017), научним радовима попут *Категорије броја и бројивости у називима за јела у српском језику* (Томић 2014), затим у (етно)дијалекатским истраживањима: *Обредна пракса – речима о храни, На материјалу из српских говора Војводине* (Милорадовић 2014). Овај лексички слој анализиран је и у језику књижевности нпр. у раду: *Кулинарска лексика у роману Поп Ћира и поп Спира Стевана Сремца* (Петровачки–Недељков 2011).

Такође, кулинарска лексика је предмет истраживања и у области неологије. У раду Илиане Генев Пухалева (2021) испитиван је утицај енглеског језика на терминосистем у бугарском језику, односно истраживано је то како се глокализује бугарска кулинарска терминологија. У раду *Експресивност у називима хране и пића: анализа сливеница* (Томић–Даниловић Јеремић 2020) уочавано је на који начин творбени механизам (сливање) доприноси експресивности у називима хране и пића као маркетиншком потезу.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> У Р. САНУ *кулинарство* је 'припремање јела, куварска вештина, куварство'; а *кулинарски/кулинарни* дефинише се на следећи начин: 'који се односи на кулинаре и кулинарство', а *кулинар* као 'онај који се бави кулинарством, кувар' (11: 8).

<sup>20</sup> О стању у савременом књижевном језику на материјалу *Речника српскога језика*, затим о лексички у кулинарским приручницима, и

## 2. Извори за прикупљање грађе

Пошто нас интересује ново стање у језику на плану кулинарске лексике, као изворе смо одабрали следеће: *Српски речник новијих англицизама* (даље у тексту СРНА 2021), *Речник нових речи у српском језику 1* (даље у тексту РНРСЈ 1) и *Грађа за речник нових речи* (даље у тексту Грађа 1–7) публикована у часопису *Новоречје* 1–7,<sup>21</sup> нове речи објављене на сајту Филолошког друштва *Речи* у рубрици *Нове речи* (даље у тексту ФДР). У питању је нова лексика која се у српском језику појавила у задњих двадесет и пет година.<sup>22</sup>

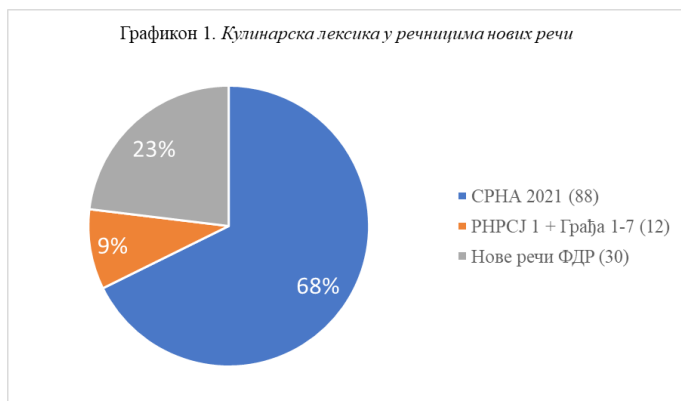
Укупно је забележено 120 лексема: англицизми из СРНА 2021 (88), РНРСЈ 1 + Грађа 1–7 (12), нове речи на сајту ФДР (30).

---

употреби посматраног лексичког слоја на интернету (в. Радоњић 2017: 175–191).

<sup>21</sup> Напомињемо да није узимано у обзир оно што је објављено у РНРСЈ 1.

<sup>22</sup> Аутори СРНА истичу да је грађа за тај речник сакупљана у периоду између 2018. и 2020. године, а да мањи део, тачније петину, чине англицизми преузети из речника претходника *Do you speak anglosrpski? Rečnik novijih anglicizama (2001)* (СРНА 2021: 10/11); Аутори рубрике *Нове речи* ФДР истичу да је временски критеријум селекције двадесет и пет година (<https://www.reci.org.rs/2024/09/16/nr-septembar-2024/> приступљено 24. октобра 2024). *Грађа за речник нових речи* такође је прикупљана у истом временском распону (в. Грађа 1: 13).



Графикон показује заступљеност грађе према изворима, али и доминацију утицаја енглеског језика на новију кулинарску лексику, будући да је највећи број апелатива из речника англицизама. Позајмљивање лексике страног порекла у области кулинарства је већ примећена појава у српском језику (в. Радоњић 2017: 8). Остали језици из којих је посматрана лексика ушла у српски језик су француски (нпр. *ганаш/ганаж, маренг*), италијански (нпр. *ћабата/ћебата*), шпански (нпр. *наћос, ћурос, таљателе*).

### 3. Новија кулинарска лексика

Покушаћемо да на основу семантичког критеријума, дефиниција лексема из речника и објављене грађе, опишемо прикупљени материјал и класификујемо га у групе.

**3.1.** Најбројнија тематска група јесу **посластице** са 27 забележених лексема. У питању су бројни колачи попут: *брауни* (енгл. brownie) – kolač kockastog oblika i tamnosmeđe boje čiji su glavni sastojci čokolada i orašasto voće (СРНА 2021: 107); *чизкејк* (енгл. cheesecake) – slatki kolač od kremastog sira s hrskavom podlogom i voćnim prelivom (СРНА 2021: 133); *фаџ* (енгл. fudge) – kuvana stvrdnuta poslastica u obliku

kockica čiji su glavni sastojci šećer, kondenzovano mleko i maslac, najčešće s čokoladom (СРНА 2021: 186); *капкејк* (енгл. cupcake) – sitan kolač nalik mafinu, koji se пеће u специјалним калупима, прелива кремом, пун филм и послужује u корпикама (СРНА 2021: 209); *кејкпоп* (енгл. cake pop) – округло колачић s чоколадним или неким другим преливом постављен на врх штапића да би лиčio на лизалицу (СРНА 2021: 294), *попкејк*, *попс*, *поп-сић* (СРНА 2021: 433); *мафин* (енгл. muffin) – мањи округло колач, сладак или слан, s куполастим врхом, направљен од брашна, млека, јаја и масноће (СРНА 2021: 353); *сконс* (енгл. scone(s)) – незаслађен или мало заслађен колачић од брашна, масти и млека, понекад s додатим воћем (СРНА 2021: 512); *тарт* (енгл. tart) – пита, обично округла, која се састоји од пећеног слоја теста и слоја свежег воћа, понекад преливеденог течним пудингом (СРНА 2021: 579); *лава колач* / *лава кејк* (енгл. lava cake) – чоколадни колач од печеног теста са течним чоколадним пуњењем које исцури (попут лаве) када се колач начне: *Brza verzija čokoladnog lava kolača biće idealan način da se zasladite, a priprema traje svega pet minuta* (ona.telegraf.rs 18. април 2024.) (ФДР); *топер* (енгл. cake topper) – мали украс који се ставља или забавља u тарту (СРНА 2021: 590).

Забележели смо и слатка пецива као што су следећа: *ћурос* (мн. ћуроси) – врста дугуљастог танког пецива прженог на врелом уљу или масти уваљаног у цимет и шећер које се обично једе тако што се умаче у растопљену чоколаду: *Zasladite se ćurosima, štapićima koji podsećaju na tulumbe, samo su duži i uži, i umaću se u čokoladu* (ФДР); *крафин* – врста слатког пецива од лиснатог теста које има особине и кроасана и мафина (Грађа 2: 85), *Neodoljivi spoj kroasana i mafina, krafina, preti da s trona skine popularni kronat* (stvarukusa.mondo.rs 28. март 2015.) (ФДР), *круфин* (Грађа 2: 90); *кроасан-крофна* – врста слатког пецива од лиснатог теста у облику крофне пуњеног кремом, које је 2013. године почео да прави њујоршки посластичар Доминик Ансел (Грађа 2:

86); *кро-крофна*, *кронат* (Грађа 2: 87), *кронатс* (Грађа 2: 88), *кронут* (Грађа 2: 89).

Под тематском групом посланица издвојили смо и називе за различите смесе, преливе, глазуре: *меренг* / *маренг* (фр. meringue) – маса добијена мућењем беланца са шећером, одн. врста колача испечена од ове масе: *Mareng masa: Umutiti 4 belanca sa 250 g šećera i 1 kašikom soka od limuna* (nadlanu.com 8. јун 2024.) (ФДР); *ганаиш* / *ганаж* (фр. ganache) – мешавина чоколаде и слатке павлаке која се користи као глазур или као надев: *Čokoladni ganaš je preliv za kolače i torte, a koriste ga skoro svi poslastičari* (stvarukusa.mondo.rs 25. август 2023.) (ФДР); *крамбл* (енгл. crumble) – 1. smesa 2. desert (СРНА 2021: 323); *кранч* (енгл. crunch) – smesa hrskava čokoladna i sl. sa lomljenim ili mrvljenim komadićima obično keksa (СРНА 2021: 323); *фростинг* (енгл. frosting) – смеша од шећера, воде, беланца и маслаца која се користи као прелив за колаче (СРНА 2021: 222); *топинг* (енгл. topping) – preliv za pripremljeno slatko ili slano jelo (СРНА 2021: 591).

**3.2.** Друга група јесу **називи за јела** са 17 лексема. У питању је слана храна која има неки степен термичке обраде:<sup>23</sup> *бекендекс* (енгл. bacon and eggs) – пржена јаја са сланином која се обично služe за doručak (СРНА 2021: 82); *хемендекс* (енгл. ham and eggs) – пржена јаја са šунком која се обично služe за doručak (СРНА 2021: 251);<sup>24</sup> *фишендчипс* (енгл. fish and chips) – јело које се састоји од парчади или штапића пржене bele morske ribe i помфрита (СРНА 2021: 203); *бургер* (енгл. burger) – sendvič s говеђом, рибљом или неком другом плјескавицом и различитим dodacima (СРНА 2021: 117); *хамбургер* (енгл. hamburger) – sendvič d говеђом плјескавицом и различитим

<sup>23</sup> Критеријум термичке обраде и остали критеријуми поделе (в. Радоњић 2017: 13).

<sup>24</sup> Лексема *хемендекс* је забележена у *Речнику српскога језика* (РСЈ 2007: 1459).

tim dodacima (СРНА 2021: 246); *чизбургер* (енгл. cheeseburger) – hamburger s tankim listom topljenog sira (СРНА 2021: 133); *фишбургер* (енгл. fishburger) – hamburger od mlevenog ribljeg mesa (СРНА 2021: 203); *чипс* (енгл. chips) – tanki kolutovi krompira prženi na ulju (СРНА 2021: 131); *корнфлекс*<sup>25</sup> (енгл. cornflakes) – hrskave kukuruzne pahuljice koje se obično jedu s mlekom (СРНА 2021: 321); *помкорн* (енгл. popcorn) – pečena i rasprsnuta zrna jestivog kukuruza (СРНА 2021: 433); *хотдог* (енгл. hot dog) – kifla s barenom viršлом, obično sa senfom (СРНА 2021: 261); *наћос/наћоси* – мексичко предјело, чипс од тортиље преливен растопљеним сиром: *Da li ste nekad probali da napravite pravi pravcati naćos? Sad je vreme* (recepti.zena.blic.rs) (ФДР); *ланч-пакет* (енгл. lunch + срп. пакет) – пакет са сувом храном, нарочито сендвичима, која се jede на излету или путовању (СРНА 2021: 339).

Забележили смо (популарне) врсте оброка: *анетајзер* (енгл. appetizer) – мања количина хране или пића који се узимају пре главног оброка ради отварања апетита (СРНА 2021: 58); *стартер* (енгл. starter) – јело (обично мање) које се служи као први део оброка, пре главног јела, предјело: *STARTERI Pohovana burata ... Hrskavi štapići ... Grilovani halumi sir* (brodzeppelin.rs (у менију ресторана) 2023.) (ФДР); *снек* (енгл. snack) – лагани оброк који се jede између, пре или после главних оброка, често с ногу или у журби (СРНА 2021: 526); *кетеринг* (енгл. catering) – услужно припремање, аранжирање и послуживање хране и пића ван места припреме, обично на прославима, skupovima и сл. (СРНА 2021: 296).

**3.3. Малобројни су називи за свеже намирнице:** *чери-парадајз / чери* (енгл. cherry tomato) – sitan okrugli crveni ili narandžasti paradajz koji raste u dugim gustim grozdovima (СРНА 2021: 128) и **млечне производе:** *чедар* (енгл. cheddar) –

---

<sup>25</sup> О облицима: *чипс, корнфлекс, помфрит* (в. Томић 2014: 47).

najpoznatiji britanski tvrdi sir, poreklom iz Čedara u severozapadnoj Engleskoj, s ukusom od blagog do oštrog i boje svetložute do tamnije narandžaste (СРНА 2021: 126).

Нешто више је забележено нових назива за **тестенине** и **производе од хлеба** (8): *нудле* (енгл. noodle) – testenina isečena u obliku tankih i dugih rezanaca koja se jede skuvana u supi ili čorbi (СРНА 2021: 392); *тост* (енгл. toast) – prepečена kriška хлеба / vekna хлеба isečena na kriške i pripremljena za ponovno pečenje (СРНА 2021: 592); *ћабата* / *ћебата* – широк и раван рупичасти хлеб с маслиновим уљем, пореклом из северне Италије (РНРСЈ 1: 236), *пануча* в. *ћабата* (Грађа 5: 140); *таљателе* – врста тестенине у облику дугих, равних, узаних исавијаних трака: *Taljatele se najpre definišu oblikom. U pitanju je trakasta testenina, koja se najčešće konzumira odnosno termički obrađuje kada je u svom svežem stanju, tek napravljena* (delikatesi.rs 11. нов. 2023.) (ФДР); *тортиља* – танак, округло, бесквасни хлеб припремљен од кукурузног или обичног брашна, печен на равnoj гвозденој плочи: *Naulljite tiganj, zagrejte ga, pa sipajte umućena jaja i preko stavite tortilju* (021.rs) (ФДР); *стартер* (енгл. starter) – мешавина воде и брашна остављена да ферментише неколико дана да се направи квасац за тесто за хлеб: *Kako napraviti starter za hleb* (samsvojkunar.com (у наслову) 27. апр. 2020.) (ФДР); *пинса* (енгл. pinsa) – врста пице издуженог овалног облика, чије је тесто умешено од различитих врста брашна (пшеничног, пиринчаног, сојиног и др.) и дуже ферментише, због чега се лакше вари: *Pinsa se priprema od mešavine pšenice, soje i riže, od testa koje mnogi opisuju kao "lagano poput oblaka"* (noizz.rs 21. дец. 2020.) (ФДР).

**3.4.** Према начину припреме хране она може бити 'брза' и 'спора': *фастфуд* (енгл. fast food) – hrana koja se priprema i jede na brzinu, unutar ili van restorana u kojem se poslužuje (СРНА 2021: 192); *џанкфуд* (енгл. junk food) – hrana

dobrog ukusa, bogata kalorijama, ali nezdrava i niske hranljive vrednosti (СРНА 2021: 163); *спора храна* (према енгл. slow food) – храна произведена и спремљена на традиционалан начин, која се једе без журбе (РНРСЈ 1: 212).

У тежњи за здравим начином живота, човек одређује и одређени тип исхране: *макробиотика* (енгл. macrobiotics) – систем исхране претежно житарицама и сезонским воћем и поврћем у циљу очувања здравља и стичања кондиције (СРНА 2021: 355). Забележене су и изведенице: *макробиотички, макробиотичар, макробиотичарка*.

Новозабележени апарати за припремање, чување и послуживање хране јесу следећи: *декантер* (енгл. decanter) – декоративна стаклена boca са стакленим запушачем у којој се држи и послужује вино или неко жетокo алкохолно пиће (СРНА 2021: 140); *грил* (енгл. grill) – направа или уређај с металном реšetком на којој се пеће месо или поврће (СРНА 2021: 237); *блендер* (енгл. blender) – електрични апарат за сеckaње, sitнjenje и мешање хране, миксер (СРНА 2021: 94); *тостер* (СРНА 2021: 592); *слајсер, слајсерица* – salamoreznica, mesoreznica (СРНА 2021: 520).

А поступци за припремање, чување и послуживање хране су: *конзумирати* (енгл. consume) – узимати храну или пиће (СРНА 2021: 318); од речи *тост* изведен је и глагол *тостирати* (СРНА 2021: 592). Од лексеме *грил* забележене су и изведенице: *гриловати, грилован, гриловање* (СРНА 2021: 237). А од *бленд* (енгл. blend) – производ настао мешањем различитих састојака или sorti, мешавина, smesa (СРНА 2021: 94), у српском језику постоје глаголске изведенице: *блендовати / блендирати* (енгл. blend) – obraditi храну помоћу blendera (СРНА 2021: 94); *изблендати / изблендирати* – pomešати или измешати различите састојке у једну celину (СРНА 2021: 280). У творбеном гнезду ове лексеме уочене су и придеви: *блендован / блендиран* и глаголске именице: *блендовање / блендирање* (СРНА 2021: 94). Лексема *слајс* (енгл. slice) која

означава 'tanji ili manji deo odsečen ili nasečen od većeg dela nekog komada namirnice' (СРНА 2021: 519) има, између осталих, изведенице: *слајсовати*, *слајсован*, *слајсовање* (СРНА 2021: 519/520).

**3.5.** У грађи смо издвојили лексеме које означавају **напитке**: *ајс-кафа* (енгл. ice coffee) – hladna crna kafa, обично заслађена или ароматизована, послужена с ледом (СРНА 2021: 49); *ђус* (енгл. orange juice) – gusti sok od pomorandže (СРНА 2021: 169); *пимс*, (енгл. Pimm's) – заштићено име, алкохолно пиће на бази джина које се служи с лимунадом или сода-водом и неколико листића нане (СРНА 2021: 423); *сајдер* (енгл. cider) – освежавајући напиток од сока јабукe или крушке с мањом количином алкохола (СРНА 2021: 489); *шот* (енгл. shot) – мања количина жестоког алкохолног пића, обично чашица (СРНА 2021: 570); *смутти* (енгл. smoothie) кремаст напиток од свежег воћа или поврћа с додатком воде, млека, јогурта и сл. (СРНА 2021: 525; РНРСЈ 1: 212); *милкшејк* (енгл. milk shake) 'sladak hladan напиток од млека, зачина и слadoleda улупаних у пенасту масу' (СРНА 2021: 375); *лимуна* (лимун + нана) – освежавајуће, обично заслађено безалкохолно пиће које се прави од лимуновог сока, нане и воде, лимунада са наном (ФДР); *лубенада* (**лубеница** + **лимунада**) – освежавајуће, обично заслађено безалкохолно пиће које се прави од лимуновог сока, лубенице и воде, лимунада са лубеницом: *Lubenada i limunana su upravo to – limunada sa po jednim posebnim sastojkom, koji od klasičnog pića prave nešto egzotično, preukusno i još više osvežavajuće* (objektiv.rs 5. авг. 2022.) (ФДР); *малинада* (**малина** + **лимунада**) – освежавајуће, обично заслађено безалкохолно пиће које се прави од лимуновог сока, малине и воде, лимунада са малинама: *Kako se Novopazarci kafom i malinadom bore protiv vrućina?* (nova.rs у наслову 18. јул 2023.) (ФДР). У вези са напицима су и изведенице које се односе на особе: *кокаколичар* (енгл. CocaColalcoholic) – oso-

ба која редовно пије кока-колу, често у великим количинама (СР-НА 2021: 307); *дринкер* (енгл. *drinker*) – особа која претерано много пије алкохол (СРНА 2021: 160).

6. Модерна презентација рецепата, као својеврсних куvara, 'књига рецепата',<sup>26</sup> везана је за интернет и савремени начин живота, а то се осликава и на лексичком плану: *фуд-блог* (енгл. *food blog*) – блог о кувању, припремању хране: *Предузетница Тијана Миловановић покренула је свој фуд-блог „Markiza Living” као и истоимени Инстаграм налог на којем своју љубав према кувању дели са другима* (*dnevnik.rs* 7. јул 2024.) (ФДР); *гастроблог* – блог о кувању, припремању хране: *Gastro blogovi, lični vodiči kroz svet hrane, imaju sve više čitalaca* (*luftika.rs* 10. окт. 2016.) (ФДР); *гастроводич* – књига са подацима и објашњењима о гастрономској понуди неког града, краја и сл.: *Znatno širi i sveobuhvatniji od popularnijeg Michellina, ovaj Gastro Vodič donosi aktuelan presek ugostiteljske scene u rasponu od manjih formata (Pop) do vodećih restorana, pokrivajući sve kulinarske žanrove* (*delfi.rs*) (ФДР); *гастромана* – колоквијално скуп података о гастрономској понуди неког географског подручја (града, регије, државе и сл.): *Gault & Millau, prestižni francuski vodič za gastronomiju, objavljen po treći put u Srbiji, pokazuje da postajemo relevantno mesto na svetskoj gastro mapi* (*delfi.rs*) (ФДР); *гастропонуда* – јела, специјалитети који се нуде, послужују у неком ресторану, граду, крају и сл.: *Michelin guide za 2024. – najbolja gastro ponuda Beograda* (*even11eleven.rs* 22. феб. 2024.) (ФДР).

Са првим делом сложенице *гастро-* забележене су лексеме којима се именују гране у области кулинарства/гастрономије, туризма: *гастротуризам* (енгл. *gastrotourism*) – врста туризма чија је сврха обилазак неког места да би се

---

<sup>26</sup> Лексема *кувар* има полисемантичку структуру – в. значење 2. под кувар (Р. САНУ 10: 747).

пробала локална храна и специјалитети: *Dobro je poznato da mnoge posetioce i turiste privlači gastro turizam* (blic.rs 23. мај 2022.) (ФДР); *гастрофестивал* – јавна приредба на којој се излажу и дегустирају различита локална јела и специјалитети, организују такмичења у кувању, спремању одређене хране и сл., са сврхом популарисања кулинарства одређеног места, краја: *Pored takmičarskog programa za posetioce gastro festivala organizovan je bogat kulturno-zabavni program kao i sajam starih i umetničkih zanata* (blic.rs 20. мај 2024.) (ФДР); *гасториндустрија* – индустријска грана која се бави производњом, припремањем и продајом укусне хране и пића: *Prednosti koje Srbija ima u gastro-industriji uključuju tradicionalne recepte, kvalitetne sirovine, relativno niske troškove proizvodnje i potencijal za izvoz* (biznis.rs 14. јул 2024.) (ФДР).

Лексеме којима се означавају особе а у вези су са поменутиим гранама су: *фуд-блогер* (енгл. food blogger) – особа која пише фуд-блог (објављује текстове и фотографије о храни, дели рецепте, пише критике ресторана и друге садржаје везане за храну) (ФДР; СРНА 2021: 222); *фуд-блогерка* женска особа која пише фуд-блог (објављује текстове о храни и фотографије, дели рецепте, пише критике ресторана и друге садржаје везане за храну) (ФДР; СРНА 2021: 222); *гастроблогер* – особа која пише гастроблог (објављује текстове и фотографије о храни, дели рецепте, пише критике ресторана и друге садржаје везане за храну): *ЗА СВЕ ЈЕ „КРИВА“ ПРАБАКА КОСАНА: Теча из Ниша је омиљени гастро блогер свим генерацијама* (novosti.rs 29. јан. 2023.) (ФДР); *гастроблогерка* – женска особа која пише гастроблог (објављује текстове и фотографије о храни, дели рецепте, пише критике ресторана и друге садржаје везане за храну): *Ana-Marija Vujić: Gastro blogerka dobitnica je prestižne Gourmand International nagrade* (injournal.rs 11. јун. 2015.) (ФДР); *гастротуриста* – туриста који обилази неко место да би пробао јела и специјалитете локалне домаће ку-

хиње: *Izmir, koji Turci obično nazivaju „biserom Egeja“, istaknuta je turistička destinacija, kao i prelepi grad koji je raj za gastroturiste (svetskiputnik.rs 24. јан. 2023.)* (ФДР); *gastroексперт* – стручњак у области гастрономије, кулинарства: *Dr Veljko M. Mijušković, docent Ekonomskog fakulteta u Beogradu i gastro експерт, каже за Biznis.rs da gastro-industrija može biti i jeste značajna šansa za ekonomski razvoj Srbije* (biznis.rs 14. јул 2024.) (ФДР).

**7.** Неологизми према **добу дана** када се послужује храна или пиће: *хепиауер* (енгл. happy hour) – period u toku dana kada su u kafićima i prodavnicama snižene cene (СРНА 2021: 253); *коктелнајт* (енгл. cocktail + night) / *коктел-парти* (енгл. coctail party) – ноћни пријем или журка, најчешће са музиком, на којој се служе коктели и закуска (СРНА 2021: 307).

Различитим типовима ресторана и кафића именује се **простор** у којем се послужују храна и пиће: *лоби-бар* (енгл. lobby bar) – bar na recepciji nekog hotela u kojem se mogu dobiti alkoholna i bezalkoholna pića (СРНА 2021: 347); *снек-бар* (енгл. snack-bar) – restoran u kojem se mogu dobiti lagani obroci (СРНА 2021: 526); *стритфуд* (енгл. street food) – hrana koja se priprema i prodaje na ulici iz pokretnih štandova i odmah jede na licu mesta (СРНА 2021: 555); *гастробар* – бар, локал у којем се поред пића послужује квалитетна храна и иновативна јела: *Ljubav prema hrani počinjemo sa našom preradom, a upotrinjujemo sa Gastro barom* (preradamesakodmarka.rs) (ФДР); *гастропаб* / *gastro pub* – бар, локал у којем се поред пића послужује квалитетна храна и иновативна јела: *Dobrodošli u gastro pub Fontana* (fontanapub.rs) (ФДР); *пинсеруја* (према енгл. pinsa) – ресторан у којем се меси, пече и служи пинса: *U Cetinjskoj se otvorila prva pinserija u Srbiji* (vinoifino.rs 13. март 2021.) (ФДР).

**8.** У грађи су забележени и неки **придеви**, англицизми, који су на морфолошком плану непроменљиви: *флафи*

(енгл. fluffy) – мек, лак, ваздушаст (СРНА 2021: 206); *фри* (енгл. free) – који не садржи одређени, обично непожељни, састојак, без: *gluten fri* (СРНА 2021: 218); *хоуммејд* (енгл. home-made) – направљен код куће, у кућној радности или домаћинству, *домаћи*, *кућни* (СРНА 2021: 262); *инстант* / *инстантни* (енгл. instant) – који се брзо може припремити за јело и пиће, обично без кувача (СРНА 2021: 273); *криспи* (енгл. crispy) који има чврсту, суву и ломљиву кору или површину (СРНА 2021: 327); *органик* (енгл. organic) – који се тиче прехранбених производа добијених без веštaчких ђубрива, пестицида и других хемикалија (СРНА 2021: 403); *фуду* (енгл. foodie) – који се односи на храну, на припремање хране и уживање у финој, квалитетној храни: *Pobednik dobija foto aparat, blog na svom domenu, kurs fotografije – sve što je potrebno za kreiranje food bloga i vaše fudi priče* (palachinkablog.com 5. мај 2016.) (ФДР).

#### 4. Закључне напомене

На мофолошком плану кулинарске лексике уочавамо да је највише именица (нпр. *чизкејк*, *бургер*, *лимуна* и др.), примећени су неки лексички спојеви (нпр.: *лава колач* / *лава кејк*, *спора храна*), а у много мањој мери јављају се глаголи (*тостирати*, *слајсовати*, *(из)блендирати* и сл.) и придеви (међу којима и непроменљиви: *флафи*, *фри*, *фуди*, *криспи* и сл.). Испитивану грађу највећим делом чине позајмљенице, и то нарочито позајмљенице из енглеског језика. Забележене су и малобројне лексеме из романских језика (шпанског, француског, италијанског).

Највећи број позајмљених лексема тиче се назива за посланице, за слатка јела. Међутим, нису само укуси утицали на структуру лексике кулинарства. Различите друштвене појаве и промене, попут интернета, нашле су одраза у (разговорном) језику. Тако, поред куvara ('књиге рецепата'), у задње време јављају се *фуд-блогови*, *гастроблогови*,

односно *фудблогери* и *гастроблогери*. Брз начин живота условио је и начин исхране за шта у новијој кулинарској лексици постоје речи: *фастфуд*, *џанкфуд*, *стритфуд* и сл. Развој неких грана човекове делатности, попут туризма и угоститељства, условио је и појаву *гастротуризма*, а за именовање појмова из те области у језику постоји низ лексема које имају први сложенички део *гастро-* попут: *гастротуриста*, *гастромана* и сл. За различита истраживања лексике посматране сфере преостаје, на пример, да се испита статус употребе ове лексике у савременом књижевном језику, будући да за неке од лексема постоје и домаће речи (нпр. *стартер*, *апетајзер* > *предјело*); а такође и темељније истраживање творбене структуре овог лексикона и сл..

Дакле, на плану кулинарске лексике, одражава се савремени начин живота човека, означавају се нове појаве и појмови, рецепти, интересовања и укуси.

## ИЗВОРИ

- СРНА 2021: Prčić, Tvrtko, Dražić, Jamina, Milić, Mira. Srpski rečnik novijih anglicizama. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- РНРСЈ 1: Оташевић, Ђорђе, Николић, Марина, Ђорђевић, Весна. *Речник нових речи у српском језику*. Београд: Институт за српски језик САНУ, 2022.
- Грађа 1–7: Оташевић и др. Грађа за речник нових речи. *Новоречје* 1–7, 2019–2022. [<https://www.reci.org.rs/casopis-novorecje-pobrojivima/>] приступљено 24.10.2024.
- ФДР: рубрика *Нове речи* на сајту Филолошког друштва *Речи*. [<https://www.reci.org.rs/category/nove-rci/>] приступљено 24.10.2024.

## ЛИТЕРАТУРА

- Генев Пухалева, Илиана 2021. Как се „глокализира“ българската кулинарна терминологија?. *Новоречје* 5. Београд: Алма – Пројекат Растко. 97–102.
- Милорадовић, Софија 2014. Етнодијалектолошки приступ култури исхране кроз обредну праксу. У *Обредна пракса – речима о храни, на материјалу из српских говора Војводине*. Нови Сад: Матица српска. 25–47.
- Петровачки, Љиљана, Љиљана Недељков, 2011. Кулинарска лексика у роману Поп Ћира и поп Спира Стевана Сремца. *Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду* 36/1. Нови Сад: Филозофски факултет. 81–90.
- Радоњић, Данијела 2017. *Кулинарска лексика у савременом српском књижевном језику*. Београд: Филолошки факултет. [докторска дисертација]
- Р. САНУ 1–21: *Речник српскохрватског књижевног и народног језика*. Београд: Српска академија наука и уметности, Институт за српски језик САНУ, 1959–.
- РСЈ 2007: *Речник српског језика*. Нови Сад: Матица српска.
- Томић, Бојана 2014. Категорије броја и бројивости у називима за јела у српском језику. *Наш језик XLV* (3–4). Београд: Институт за српски језик САНУ. 39–49.
- Томић, Горица, Јелена Даниловић Јеремић 2020. Експресивност у називима хране и пића: анализа сливеница, у: Милош Ковачевић, Јелена Петковић (ур.) *Српски језик, књижевност, уметност. Експресивност у српском језику I*. Крагујевац: Филолошко-уметнички факултет, 2020, 289–302.

*Milica S. Bozic Sincuk*

Institute for the Serbian Language of the Serbian Academy of Sciences and Arts

## CULINARY LEXICON IN DICTIONARTIES OF NEW WORDS

### S u m m a r y

The paper will present the thematic group of cooking in the published dictionaries of new words: *Srpski rečnik novijih anglicizama* (SRNA), *Rečnik novih reči u srpskom jeziku* (*Dictionary of new words in the Serbian language*), *materials for a dictionary of new words* (published in the journal *Novorečje*), as well as the lexicon from the *New words* section on the website of the *Philological Society Words*. We examined for which phenomena and tastes in the culinary field there are new words in the Serbian language. It turned out that they are loanwords, mostly anglicisms. The material showed that the most new lexemes are for treats (sweets). Also, the use of the Internet, quick way of life and special interests and tastes of modern man, caused the emergence of neologisms.

*Mija Michelizza\**

(ZRC SAZU, Inštitut za slovenski jezik Frana Ramovša,  
Ljubljana)

## O SLOVARSKIH VSEBINAH NA DRUŽBENIH OMREŽJIH – POIŠČI ME V SLOVARJU!\*\*

V prispevku predstavljamo družbena omrežja kot možen vir informacij o izkušnjah jezikovnih uporabnikov glede rabe slovarjev, raziskujemo pa tudi možnosti družbenih omrežij kot okolja za interakcijo med slovaropisci in jezikovnimi uporabniki. Že od nekdaj je želja slovaropiscev poznavanje potreb in praks slovarskih uporabnikov. V dobi tiskanih slovarjev je bilo to mogoče zlasti z anketami in intervjuji, digitalna doba pa je omogočila nove metode sledenja rabi slovarjev, kot je npr. analiza dnevniških poizvedb po slovarjih. Kot okolje za doseg večjega števila zelo raznolikih slovarskih uporabnikov pa se ponujajo tudi družbena omrežja. Na družbenih omrežjih analiziramo profile različnih inštitucij, ki izvajajo slovarske projekte, in predstavljamo spletno akcijo *Poišči me v slovarju!*, s katero smo na družbenih omrežjih *Facebook*, *X* in *Instagram* uporabnike spodbudili k delitvi fotografij iz slovarjev. Prispevek sklenemo z razmislekom o neologizmi med družbenimi omrežji in slovarji.

*Ključne besede:* slovarji, slovaropisje, družbena omrežja, neologizmi, uporabniške raziskave

---

\* mija.michelizza@zrc-sazu.si, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9741-600X>.

\*\* Prispevek je nastal v okviru programa P6-0038, ki ga financira ARIS, in v okviru bilateralnega projekta *Dialog med leksikografi in jezikovnimi uporabniki* (Mobility Plus), ki ga financirata Slovenska akademija znanosti in umetnosti in Češka akademija znanosti. Avtorica se posebej zahvaljuje Hani Mžourkovi, Domnu Krvina in Špeli Petric Žižić za vse komentarje. Vso odgovornost za morebitne napake pri analizi in interpretaciji prevzema avtorica.

## 1. Uvod

Vloga društvenih omrežij se je skozi leta spreminjala – od uvodnih let, ko so ta predstavljala zlasti orodje za pristočasno dejavnost povezovanja z bližnjimi in daljnimi znanci ali neznanci do kasnejših razširitev osebnih profilov v profesionalne strani za komuniciranje z javnostjo, hibridnih profilov t. i. vplivnikov, namenjenih zlasti samopromociji, in še mnogo drugega. V prispevku raziskujemo družbena omrežja kot medij za pridobivanje informacij o rabi slovarjev in kot prostor za interakcijo med jezikovnimi uporabniki in slovaropisci. Ob tej glavni temi pa skozi prispevek opazujemo tudi vlogo neologizmov med družbenimi omrežji in slovarji, pri čemer kot izhodiščno točko jemljemo slovensko situacijo.

## 2. Raziskave rabe slovarjev – od anket do dnevniških pozvedb

Funkcijska teorija slovaropisja utemeljuje osredotočenost na uporabnike slovarjev, pri čemer je vprašanje, kako jezikovni uporabniki slovarje uporabljajo, že zelo zgodaj začelo vzbujati zanimanje leksikografov in drugih raziskovalcev (Tarp 2008, Lew 2015). A vseeno je celosten vpogled v rabo slovarjev pogosto nekoliko zamegljen, saj z različnimi metodami lahko raziskujemo le določene segmente rabe. V analogni dobi so raziskovalci to počeli zlasti s pomočjo anket in intervjujev, sledili so eksperimenti, s pomočjo katerih poskuša raziskovalec ugotoviti čim bolj avtentično rabo slovarjev, kot npr. metode sledenja pogledu (angl. *eye tracking*), glasnega razmišljanja (angl. *think aloud*) idr. (Arhar Holdt 2015: 137). Za slovenski prostor je v okviru magistrskega dela (Manfreda 2023) nastala raziskava o rabi slovarjev in drugih jezikovnih virov s pomočjo metode glasnega razmišljanja, ki je omogoča zanimiv vpogled v segmente iskanja po jezikovnih virih pri izbrani ciljni skupini. Z digitalno

dobo in spletnimi slovarji so poleg vseh drugih metod pri številnih slovarskih projektih na voljo t. i. dnevniške poizvedbe po slovarjih (angl. *log files*), na podlagi katerih so nastale že mnoge raziskave o potrebah uporabnikov slovarjev (npr. de Schryver, Joffe 2004); analizirane so bile tudi poizvedbe po dveh slovenskih slovarskih portalih.

Vintar (2015) je analizirala dnevniko iskanj na portalu Termania in se v analizi osredotočala na specializirane izraze. Bizjak Končar, Dobrovoljc, Jakopin (2017) pa so se na portalu BOS osredotočili na neuspele poizvedbe v Slovarju slovenskega knjižnega jezika (dalje: SSKJ) in Slovenskem pravopisu 2001. Razvrstili so jih v 6 skupin, in sicer: (1) napake, (2) variantni zapisi, (3) besedotvorne možnosti/dvojnice, (4) besede, ki jih v slovarjih ni, (5) besede, ki jih je težko najti in (6) poizvedbe po ponazarjalnem gradivu slovarja. Z vidika neologizmov, ki jih v prispevku podrobneje opazujemo, je zanimivih več skupin, zlasti pa skupina (4). To skupino so avtorji razdelili še v tri podskupine: (a) leksikalne novosti, (b) posebne besede in narečni ter pogovorni izrazi ter (c) slovarske vrzeli; v njej vidijo tudi možnost za sprotno evidentiranje prvin, ki (še) niso del knjižnojezikovnega standarda (Bizjak Končar, Dobrovoljc, Jakopin 2017: 68–72).

Na tem mestu omenimo še uporabniško analizo kolaborativnega slovarja Razvezani jezik, ki je na spletni strani opisan kot »spletni slovar, ki ga lahko pišemo vsi. Brez delitve nalog, pretiranih napotkov in cenzure.«<sup>1</sup> Analiza (Dolar 2024) prinaša vpogled v najbolj brane članke slovarja<sup>2</sup> in članke z največjim številom urejanj. Na enem osrednjih slovarskih portalov za slo-

---

<sup>1</sup> Kolaborativni spletni slovar Razvezani jezik je sicer zaključen projekt, še vedno pa je dostopen na spletni strani <http://razvezanijezik.org/> (dopstop: 1. 12. 2024).

<sup>2</sup> V prispevku ohranjamo termin »članek slovarja«, kot ga uporablja Dolar (2024) ker se sestavki v slovarju Razvezani jezik že v sami zasnovi bistveno razlikujejo od slovarskih sestavkov, kot smo jih vajeni v tradicionalnih slovarjih.

venski jezik – Fran<sup>3</sup> je nekaj tovrstnih informacij na voljo pod zavihkom »Statistika – Najpogostejše poizvedbe« oz. »Najpogostejše poizvedbe za zadnje leto«; poglobljenejših raziskav na to temo (še) ni bilo.

Vsekakor so omejitve tovrstnih raziskav v tem, da so informacije vezane zgolj na eno spletno mesto, v večini okolij pa je slovarjev več in na različnih spletnih mestih, kar velja tudi za slovenščino. Če želimo širši vpogled v rabo slovarjev določene skupnosti, moramo uporabiti različne raziskovalne metode. Menimo, da so lahko tudi družbena omrežja na eni strani pomemben vir informacij o tem, kako uporabniki slovarje uporabljajo, in po drugi strani medij za posredovanje in širitev raziskav, kot so ankete, vprašalniki idr.

### 3. O profilih slovaropisnih ustanov na družbenih omrežjih – enosmerna ali dvosmerna komunikacija?

Z razvojem digitalne dobe se stalno spreminja ne samo ne-uradno, ampak tudi uradno komuniciranje. Danes je povsem običajno, da so družbena omrežja za podjetja in druge ustanove uradni komunikacijski kanal. Dolgo časa je komunikacija potekala prek pisem in telefonov, kasneje je zlasti formalno komuniciranje pohitril telefaks, s pojavom interneta pa je tudi formalna komunikacija kmalu prešla na elektronsko pošto. Mnoga podjetja so kot medij za pošiljanje uradnih obvestil izkoristila SMS (Michelizza 2008), danes pa so eden od kanalov za formalno komuniciranje tudi družbena omrežja.

Tudi inštituti za jezik, kjer zlasti v vzhodni Evropi običajno nastajajo največji slovarski projekti, imajo na družbenih omrežjih svoje profile, prek katerih pogosto poteka popularizacija slovaropisnih vsebin. Zdi pa se, da so družbena omrežja obi-

---

<sup>3</sup> Portal Fran je dostopen na spletni strani <https://www.fran.si/> (dostop 1. 12. 2024).

čajno le medij za posredovanje vsebin, odziv uporabnikov pa je večinoma le v obliki všečkov, redkeje delitev vsebin in še redkeje komentarjev. Predvidevamo, da gre večinoma za enosmerno komunikacijo, kar v nadaljevanju preverjamo na primeru profila Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU na Facebooku.

Analizirali smo 100 objav<sup>4</sup> na Facebook strani Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. Domneva, da je spodbud za interakcijo s sledilci bolj malo, se je potrdila, saj zgolj 7 od analiziranih 100 objav sledilce spodbuja, da se odzovejo na anketo, nagradno igro ali glasovanje, preostale objave so bile delitve člankov oz. novic (63 %), vabila (16 %), poročila o dogodkih (10 %), drugo (dve izjavi, obvestilo in posnetek prireditve) (4 %). Posledično so tudi komentarji pri objavah redki. Samo 15 od zadnjih 100 objav je prejelo komentarje; skupnih komentarjev je bilo 42, pri čemer je 16 komentarjev (38,1 %) pohval, zahval, čestitk ali spodbud. Prav toliko (38,1 %) je bilo komentarjev na objavo, sledi delež predlogov in namigov (19 %) in razno (4,8 %). Da je tema neologizmov na družbenih omrežjih priljubljena, lahko vidimo pri skupini predlogov in namigov, kjer se srečamo tudi s problematiko feminativov<sup>5</sup> oz. vprašanjem navajanja feminativov v terminoloških slovarjih. Pet komentarjev je namreč predlogov, kako bi lahko feminative v slovarju prikazovali, kjer se uporabnik družbenega omrežja naslaja na francoski slovar. Gre za razširjen odgovor na vprašanje

---

<sup>4</sup> Analiza obsega objave med 27. 5. in 2. 11. 2024.

<sup>5</sup> Vsi feminativi seveda niso nujno vedno neologizmi, v splošnem pa je vsaj v slovenskem prostoru zaradi zgodovinskega konteksta, ko je moško poimenovanje lahko predstavljalo običajno nevtralno poimenovanje tako za moški kot tudi za ženski spol, tematika feminativov tesno povezana z novotvorjenkami. Zaradi spreminjanja položaja žensk so se začeli uveljavljati mnogi feminativi, ki še do pred kratkim v jeziku niso bili običajni (npr. za poklice, ki so jih včasih pogosteje opravljali moški) (Markežič, Stramljič Breznik (2021), Michelizza, Ledinek (2022)).

ene od anket, ki je bila deljena na družbenem omrežju Facebook. Ostali predlogi se nanašajo na optimizacijo (SEO) novega slovarskega portala Franja.si in namige za lažji dostop do portala.

Na primeru analize objav na profilu Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU se je pokazalo, da dvosmerna komunikacija na družbenih omrežjih s komentarji pod objavami poteka zlasti ob perečih vprašanjih, ki so povezana z aktualnimi družbenimi dogodki. Če navedemo nekaj primerov: uporabniki so se odzvali na že omenjeno vprašanje feminativov v terminoloških slovarjih, na tematiko napisov na tablah v dvojezičnem okolju, na željo po uvedbi večnivojske mature za slovenski jezik ipd.

Po hitrem pregledu stanja na družbenih omrežjih in ob sprotnem spremljanju drugih profilov ocenjujemo, da zelo podobno, kot smo pokazali na primeru Facebook profila Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU, delujejo tudi Facebook strani Inštituta za srbski jezik SANU (Институт за српски језик САНУ), Inštituta za hrvaški jezik (Institut za hrvatski jezik), Inštituta za jezik Univerze v Sarajevu (Institut za jezik Univerziteta v Sarajevu), Inštituta za češki jezik (Ústav pro jazyk český AV ČR, v. v. i.) in Slovanskega inštituta Češke akademije znanosti (Slovanský ústav AV ČR, v. v. i.), Jezikoslovnega inštituta Ľudovíta Štúra iz Bratislave (Jazykovedný ústav Ľudovíta Štúra SAV) idr.

Zelo pa se razlikujejo profili slovarskih projektov, kot sta npr. The Oxford English Dictionary ali Cambridge Dictionary, kjer so objave osredotočene na slovarske vsebine, spodbuja se sodelovanje jezikovnih uporabnikov v kvizih, ugankah, spodbuja se iskanje odgovorov na vprašanja v slovarjih, večji poudarek je na promociji slovarskih vsebin. Omeniti je treba tudi akcije »Beseda dneva«, kjer gre največkrat za promocijske akcije slovarskih vsebin oz. deljenje posameznih slovarskih sestavkov inštitucij, ki slovarske projekte izvajajo. Večinoma jih lahko naj-

demo s t. i. ključniki (oz. hashtagi), kot npr. #WordOfTheDay (The Oxford English Dictionary) ali #PalabraDelDia (Real Academia Española); na profilu poljskega slovarja Wielki Słownik Języka Polskiego na omrežju X poteka podobna akcija pod ključnikom #HasloDnia.<sup>6</sup> Zanimiva je tudi tedenska akcija #iz-peraetimologa, ki nastaja v okviru etimološkega oddelka Inštituta za srbski jezik SANU in v okviru katere vsak teden predstavljajo etimologijo določene besede, neke besedne družine ali drugače pomensko povezanih besed.

Ob koncu pregleda profilov slovaropisnih ustanov na družbenih omrežjih omenimo tudi posebne skupine na družbenih omrežjih, ki predstavljajo prostor za spontano širjenje slovarskih vsebin. Gre za skupine, ki so tematsko povezane z jezikom in ki običajno niso nastale na pobudo slovaropiscev, se jim pa zaradi konstruktivnosti debat mnogi pridružijo in aktivno sodelujejo. Tak primer je v slovenskem prostoru Facebook skupina Pozabnice, ki je opisana kot »Skupina za besede, ki jih počasi pozabljamo« in kjer uporabniki z najdbami zlasti starejših, manj znanih in skoraj že pozabljenih besed pogosto izpostavljajo slovarje, s pomočjo katerih manj znane besede pojasnjujejo.

#### 4. Družbena omrežja kot okolje za interakcijo med jezikovnimi uporabniki in slovaropisci – od raziskav in javnih storitev do igrivih načinov spodbujanja interakcije

V nadaljevanju navajamo nekaj primerov rabe družbenih omrežij za pridobivanje slovaropisnem koristnih informacij na eni strani in promocijo slovarjev na drugi strani. Opozarjamo, da predstavitev možnosti seveda ni izčrpna, saj je načinov rabe in uporabe družbenih omrežij za slovaropisje mnogo. Poleg tega se družbena omrežja hitro spreminjajo, nekatera postajajo bolj, druga manj priljubljena, nekatera so bolj vezana na določeno gene-

---

<sup>6</sup> Za informacijo se zahvaljujem Mateju Metercu.

racijo uporabnikov, zato je popis vezan na situacijo v času poteka raziskave in osebni zorni kot.

#### 4.1. Vprašanje – odgovor

Najbolj preprost način poizvedbe v zvezi s kako slovarsko ali širše jezikovno dilemo je, da slovaropisec na družbenem omrežju zastavi vprašanje, uporabniki pa (lahko) nanj odgovarjajo, pri čemer se slovaropisec lahko odloči in vprašanje objavi (1) na svojem profilu, (2) na profil določene ustanove, za katero pripravlja slovarski projekt, ali (3) v določeni skupini, ki je tematsko povezana z jezikom (omenili smo npr. skupino Pozabnice). Pri tem načinu interakcije z jezikovnimi uporabniki ima slovaropisec po eni strani razmeroma omejen, vendar po drugi strani hkrati kontroliran krog uporabnikov, pri katerih načeloma ni pričakovati veliko nesmiselnih ali nesramnih, žaljivih komentarjev, kar se na družbenih omrežjih sicer dogaja pogosto. Kdor se odloči za sodelovanje, načeloma komentira konstruktivno in vsebinsko. Za primer navajamo vprašanje paremiologa in avtorja Slovarja pregovorov in sorodnih paremioloških izrazov dr. Mateja Meterca, ki je 7. 11. 2024 v skupini Pozabnice spraševal po poznavanju pregovora:

*"Gluh priglugo najde." Kolega je to danes slišal v trgovini s slušnimi aparati. V Zbirki Pregovori ISN ZRC SAZU tega ne najdem, tudi nikjer drugje zaenkrat. Ali kdo pozna?*

Navajamo nekaj anonimiziranih odgovorov članov skupine:

»*"Ta gluh prigliho najde."* Poznam iz okolice NM«  
»prvič vidim/slišim«

»Jaz poznam ta pregovor v pomenu, da rešitev za nek problem pride iz nepričakovanega vira. Moja asociacija oz. razlaga samemu sebi je bila pevsko obarvana: nekdo zapoje, ta gluh mu pa prigliha, se pravi doprinese k harmoniji. Ampak či-

*sto možno, da je to posledica tega, ker izhajam iz družine, kjer smo dosti peli. Prigליhe kot izraza v bistvu nisem slišal nikoli ločeno od tega pregovora. Poznam edino izraze glih (enak), naglihat, poglihat (poravnati, uravnati, izravnati).«*

#### 4.2. Deljenje anket

Bolj strukturiran način za pridobivanje informacij so ankete, ki jih slovaropisci med jezikovne uporabnike lahko delijo po različnih kanalih, in eden takih kanalov, kjer je deljenje načeloma enostavno, so tudi družbena omrežja. Približno dvakrat letno na Inštitutu za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU pripravimo anketo o izgovoru in oblikah, katere izsledki so kasneje uporabljeni tudi za reševanje problematike izgovora in oblik pri slovarju eSSKJ. Te ankete so objavljene na družbenih omrežjih Facebook in X, poslane pa so tudi na različne spletne naslove in v stanovsko e-glasilo SlovLit (Mirtič 2019: 82). Priprava manjših anket je omogočena tudi v sklopu nekaterih družbenih omrežij ali na bolj igrive načine, kakršnega smo npr. zasledili na profilu Cambridge Dictionary na družbenem omrežju Facebook,<sup>7</sup> kjer so sledilce prosili, naj z odzivom (všeček, srček, objem, smeh ali začudenje) odgovorijo, na kakšen način slovar uporabljajo (iščem besede, prevajam besede, iščem sinonime, učim se o slovnici, izgovarjam besede). Tovrstne ankete seveda v prvi vrsti niso namenjene analizi podatkov, gre bolj za marketinške prijeme z namenom spodbujanja rabe slovarjev in promocije slovarskih vsebin. Še posebej opozarjamo, da v teh primerih anket ni mogoče zbiranje različnih demografskih podatkov, kar je za poglobljene raziskave nujno.

---

<sup>7</sup> Objavljeno je bilo 16. 10. 2024.

### 4.3. Jezikovno svetovanje

Jezikovno svetovanje v različnih državah poteka zelo različno. Na Češkem<sup>8</sup> in Slovaškem<sup>9</sup> imajo v okviru inštitutov za jezik že tradicionalno telefonsko jezikovno svetovanje (Mžourková 2024), v Sloveniji pa to poteka v obliki forumske Jezikovne svetovalnice (Dobrovoljc 2023). Z vidika pričujočega prispevka je zanimiv primer Španske kraljeve akademije RAE, ki od leta 2012 izvaja jezikovno svetovanje samo prek družbenega omrežja X, in sicer pod ključnikom #RAEconsultas, na spletni strani pa imajo objavljene odgovore na najpogostejša vprašanja.<sup>10</sup> Ne glede na način jezikovnega svetovanja pa gre pri tem za bogate zbirke informacij tudi o jezikovnih uporabnikih, ki lahko v mnogočem pomagajo izboljšati slovarje in druge jezikovne zbirke, na kar opozarjata tudi Mžourková in Křivan (2019).

### 4.4. Igrivi načini spodbujanja interakcije med slovaropisci in jezikovnimi uporabniki in spletna akcija *Poišči me v slovarju!*

Družbena omrežja pogosto povezujemo s prostočasnimi dejavnostmi, zato so tudi resne vsebine pogosto predstavljene na bolj igriv način. Gre za to, da uporabnike privabljajo k interakciji, kar se je pokazalo tudi na primeru že omenjenega načina an-

---

<sup>8</sup> Informacije o jezikovnem svetovanju Inštituta za češki jezik so na voljo na spletni strani <https://ujc.cas.cz/jazykova-poradna/> (dostop 29. 11. 2024).

<sup>9</sup> Informacije o jezikovnem svetovanju Jezikoslovnega inštituta L'udovíta Štúra so na voljo na spletni strani <https://www4.juls.savba.sk/poradna.html> (dostop 29. 11. 2024).

<sup>10</sup> Odgovori na najpogostejša vprašanja v zvezi s španskim jezikom pri Španski kraljevi akademiji so na voljo na spletni strani <https://www.rae.es/espanol-al-dia/preguntas-frecuentes> (dostop 29. 11. 2024).

ketiranja uporabnikov z všečkanjem. V prispevku bomo predstavili akcijo *Poišči me v slovarju!*, ki je v prvi polovici oktobra 2024 potekala na družbenih omrežjih in je nastala tudi z željo po odkrivanju slovarskih vsebin, ki bi jih jezikovni uporabniki delili na bolj igriv način. Osnovna ideja za spletno akcijo je nastala v sklopu prireditev ob mednarodnem dnevu slovarjev (Michelizza 2023), ki smo ga v Sloveniji v letu 2024 praznovali šestič in poteka v soorganizaciji Sekcije za leksiko Zveze društev Slavistično društvo Slovenije in ZRC SAZU. Želeli smo vzpostaviti stik z jezikovnimi uporabniki prek družbenih omrežij in obenem pridobiti povratne informacije o uporabi slovarjev. S spletno akcijo smo uporabnike družbenih omrežij dva tedna nagovarjali, naj s ključnikom #DanSlovarjev objavijo »fotko slovarskega sestavka s presunljivo, smešno ali žalostno, najnovejšo ali zaprašeno, navihano ali drugače zanimivo slovensko besedo« in se tako potegujejo za knjižne nagrade. Spletna akcija je bila objavljena na družbenih omrežjih Facebook, X in Instagram.

Z delitvijo fotografije iz slovarja se je skupaj odzvalo 16 uporabnikov, kar je bilo manj, kot smo pričakovali. Zdelo se je, da algoritmi družbenih omrežij objave s spletno akcijo blokirajo širši doseg uporabnikov, zato smo eno od objav za 10 dni tudi promovirali. Sledil je nekoliko večji doseg in z njim tudi večji odziv, a še vseeno ne toliko, kot smo si želeli. Poudariti je treba, da pri spletni akciji v prvi vrsti ni šlo za znanstveno raziskavo, ampak za akcijo promoviranja rabe slovarjev. Zaradi majhnega odziva so še bolj do izraza prišle pomanjkljivosti in omejitve, ki smo se jih pri spletni akciji seveda zavedali: od nestrukturiranosti podatkov (nekateri so navedli po 3 besede, nekateri so slikali portal, kjer je bila beseda prikazana v več slovarjih ...) do omejenosti predvsem na pristočno rabo slovarjev (Arhar Holdt 2015: 145).

Vseeno pa lahko strnemo nekaj misli o spletni akciji, ki je pokazala, da uporabniki družbenih omrežij, ki so sodelovali, poznajo in uporabljajo zelo raznolike slovarje in jezikovne pri-

ročnike. Na 16 fotografijah je bilo 10 različnih slovarjev, samo trije viri so bili slikani dvakrat, eden pa trikrat. V primeru slednjega gre za 1. izdajo SSKJ, ki je bil slikan v treh različnih izdajah (ena fotografija slovarskega sestavka je bila iz 3. knjige prve izdaje, ena iz enozvezkovnika in ena iz slovarja SSKJ na portalu Fran). Pričakovano je bilo več fotografij iz spletnih virov, fotografije iz tiskanih virov so bile le tri (18,75 %). Tudi izbrane besede so bile zelo raznolike in jih lahko razdelimo v štiri skupine: (1) starinske ali zelo redko rabljene besede (37,5 %), (2) narečne in pogovorne besede (31,25 %), (3) nevtralne besede (25 %) in (4) ekspresivne besede (6,25 %). Če na deljene besede pogledamo z vidika neuslovarjenosti v normativnih priročnikih, pa je takih skoraj polovica (43 %). V tej skupini še neuslovarjenih besed so zlasti narečne, pogovorne, tudi novejšе besede, pri čemer lahko tematsko v mnogočem potegnemo vzporednico z vsebinami, ki jih delijo na družbenih omrežjih pri projektih, kot sta profila *The Oxford English Dictionary* in *Cambridge Dictionary*. Na teh dveh profilih bi izpostavili zlasti slengizme, lokalizme, kulinarično leksiko ter etimološke in normativne teme.

V zvezi z izvedbo akcije *Poišči me v slovarju!* predvidevamo, da bi ta dosegla večji odziv, če bi trajala več časa in če bi bila pred začetkom bolj množično stestirana. Po prvotnih objavah smo morali namreč objavo spremeniti, saj se je pokazalo, da uporabnikom ni bilo povsem razumljivo, kje morajo fotografije objaviti. V primerjavi z akcijo *Beseda leta* (Klemenčič 2022) lahko trdimo, da poleg množičnega deljenja na družbenih omrežjih pri odzivu uporabnikov zelo pomaga tudi prisotnost v tradicionalnih medijih. Nakazuje se tudi, da na udeležbo po posameznih družbenih omrežjih vpliva dlje časa trajajoča prisotnost profilov. Dlje časa, kot je bil profil na družbenem omrežju prisoten, več odziva je bilo: največ na Facebooku, sledili so odzivi na družbenem omrežju X, najmanj odziva pa je bilo na Instagramu, kjer smo profil ustvarili šele tik pred začetkom akcije. Jezikovni uporabniki, ki so v akciji sodelovali, poznajo in upora-

bljajo zelo raznolike slovarje in jezikovne priročnike, hkrati pa se zdi, da se v Sloveniji nakazuje trend, da uporabniki vse manj ločujejo med slovarjem in slovarskim portalom (npr. SSKJ : Fran). Gre za domnevo, ki jo slutimo že dlje časa, vendar bi jo bilo treba še raziskati. Podobno velja za poznavanje specifik posameznih slovarjev, na kar pa so v raziskavi uporabniških poizvedb na portalu BOS opozorili že Bizjak Končar, Dobrovoljc in Jakopin (2017: 70–71).

## 5. Namesto zaključka – neologizmi med družbenimi omrežji in slovarji

Slovaropisci smo tudi jezikovni uporabniki in včasih se je zaradi omejenosti gradiva pri pisanju slovarjev zelo zanašalo na osebni jezikovni občutek, za slovaropisne namene pa so bile ankete kvečjemu izvedene znotraj skupine slovaropiscev. Pri mnogih besedah imamo v slovenskem prostoru ohranjene tovrstne ankete iz listkovne kartoteke, ki je bila vir za 1. izdajo SSKJ. V prispevku smo obravnavali različne možnosti za interakcijo med slovaropisci in jezikovnimi uporabniki na družbenih omrežjih, pri čemer smo zaradi krovne teme konference Novorečje (Nove besede na družbenih omrežjih), za katero je prispevek nastal, skozi raziskave vzporedno opazovali tudi, kakšno vlogo imajo pri tem neologizmi. Tako pri analizi slovarskih profilov na družbenih omrežjih, kot tudi na primeru spletne akcije *Poišči me v slovarju!* se je pokazalo, da ta vloga ni samo obrobna, temveč da so neologizmi zanimiva tema, ki spodbuja interakcijo med slovaropisci in jezikovnimi uporabniki.

Cambridge Dictionary npr. na svojem Facebook profilu spodbuja uporabnike, da ob različnih aktivnostih novejšo besedo poiščejo v slovarju, pri čemer gre morda tudi za preverjanje uslovarjene razlage, saj gre za besede, katerih pomen še ni nujno povsem ustaljen. Na Inštitutu za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU oz. na njegovem Facebook profilu občasno delimo

katero od besed, ki na inštitut prispejo kot predlogi za nove slovenske ustreznice za uslovarjene prevzete besede na portalu Fran. Tovrstne objave so lahko za uporabnike dobra spodbuda za razmislek o besedotvornih oz. širše poimenovalnih postopkih v slovenščini.

Družbena omrežja so okolje, prek katerega lahko kot slovaropisci razmeroma hitro dostopamo do določenih skupin jezikovnih uporabnikov, kar je vsekakor priložnost, ki jo lahko boljje izkoristimo, tudi na področju neologizmov, saj gre za tematiko, ki je jezikovnim uporabnikom zanimiva in jih spodbuja k sodelovanju.

## LITERATURA

- Arhar Holdt, Špela 2015: Uporabniške raziskave za potrebe slovenskega slovaropisja: prvi koraki. V: V. Gorjanc, P. Gantar, I. Kossem, S. Krek (ur.): Slovar sodobne slovenščine: problemi in rešitve. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. 136–148.
- Bizjak Končar, Aleksandra, Helena Dobrovoljc, Primož Jakopin 2017: Poizvedbe uporabnikov po spletnih različicah Slovarja slovenskega knjižnega jezika in Slovenskega pravopisa 2001 na naslovu bos.zrc-sazu.si. *Jezikoslovni zapiski* 23/1. 61–75.
- Dobrovoljc, Helena 2023: Jezikovna svetovalnica Inštituta za slovenski jezik po desetih letih delovanja (2012–2022). *Jezikoslovni zapiski* 29/2. 317–339. DOI: <https://doi.org/10.3986/JZ.29.2.13>.
- Dolar, Kaja 2024: Razvezani jezik: Analiza kolaborativnega slovarja in njegove uporabe. V: S. Štumberger (ur.): *Predpis in norma v jeziku*. Obdobja 43. Ljubljana: Založba Univerze v Ljubljani. 59–66. DOI:10.4312/Obdobja.43.59-66
- Klemenčič, Simona 2022: Slovenska akcija »Beseda leta«. *Новоречје* 7. 40–43.
- Manfreda, Nina 2023: *Radijski novinar kot uporabnik jezikovnih virov*. Neobjavljeno magistrsko delo.

- Markežič, Tjaša, Irena Stramljič Breznik 2021: *Feminativi v slovenskem jeziku*. Maribor: Univerzitetna založba.
- Meyer, Christian M., Andrea Abel 2017: User Participation in the Internet Era. V: P. A. Fuertes-Olivera (ur.): *The Routledge Handbook of Lexicography*. London: Routledge. 735–753.
- Michelizza, Mija 2023: Dan kada rječnici slave... *Lingvazin: magazin za jezik i književnost* 11/1. 32–35. [https://izbjik.ba/Lingvazin/Lingvazin\\_XI.1\\_12\\_2023.pdf?fbclid=IwAR3skpttD1YwritRm2TjFTaPzT2FLbFL8qvD-YRGDyRzbOM7POPWmktGfAs](https://izbjik.ba/Lingvazin/Lingvazin_XI.1_12_2023.pdf?fbclid=IwAR3skpttD1YwritRm2TjFTaPzT2FLbFL8qvD-YRGDyRzbOM7POPWmktGfAs).
- Michelizza, Mija 2008: Jezik SMS-jev in SMS-komunikacija. *Jezikoslovnica zapiski* 14/1. 151–166. DOI: <https://doi.org/10.3986/jz.v14i1.2463>.
- Michelizza, Mija, Nina Ledinek 2022: The usage and standardization of feminatives in Slovenian language: an analysis of user dilemmas. *Collegium antropologicum* 46/3. 187–196.
- Mirtič, Tanja 2019: Glasoslovne raziskave pri pripravi splošnega razlagalnega slovarja. V: H. Tivadar (ur.): *Slovenski javni govor in jezikovno-kulturna (samo)zavest*. Obdobja 38. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. 81–90. DOI:10.4312/Obdobja.38.81-90.
- Mžouková, Hana 2024: Czech and Slovenian language consulting: what do they tell us about language and language users? V: S. Štumberger (ur.): *Predpis in norma v jeziku*. Obdobja 43. Ljubljana: Založba Univerze v Ljubljani. 225–231. DOI:10.4312/Obdobja.43.225-231.
- Mžourková, Hana, Jan Křivan 2019: Pust' me uživatelé do slovníku! Aneb o neprobádané cestě v české lexikografii. *Naše řeč* CII/1–2. 36–50.
- de Schryver, Gilles-Maurice, David Joffe 2004: On How Electronic Dictionaries are Really Used. V: G. Williams, S. Vessier (ur.): *Proceedings of the 11th EURALEX International Congress. Computational Lexicography and Lexicology*. Université de Bretagne-Sud, Faculté des lettres et des sciences humaines. 187–196.

Vintar, Špela 2015: Analiza iskalnih poizvedb na portalu Termania. V: V. Gorjanc, P. Gantar, I. Kosem, S. Krek (ur.): *Slovar sodobne slovenščine: problemi in rešitve*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani. 434–442.

*Mija Michelizza*

ZRC SAZU, Fran Ramovš Institute of the Slovenian Language, Ljubljana

## ON DICTIONARY CONTENTS ON SOCIAL MEDIA – FIND ME IN THE DICTIONARY!

### Summary

This article explores social media as a potential source of information about dictionary use, as well as a platform for interaction between lexicographers and dictionary users. Lexicographers have long sought to understand the needs and practices of dictionary users. In the era of printed dictionaries, this was done mainly through surveys and interviews. The digital age introduced new methods, such as the analysis of dictionary log files. Social media now provide an additional environment for reaching a diverse range of dictionary users.

The article analyses the profiles of institutions involved in dictionary projects and describes the *Poišči me v slovarju!* (Find me in the dictionary!) campaign, which encouraged users on Facebook, X (formerly Twitter), and Instagram to share photos of dictionary entries. The study concludes with reflections on neologisms between social media and dictionaries.

*Keywords:* dictionaries, lexicography, social media, neologisms, user research

*Горан Милашин\**

(Универзитет у Бањој Луци, Филолошки факултет)

## **ИНДИВИДУАЛИЗМИ НА ДРУШТВЕНИМ МРЕЖАМА У СВЈЕТЛУ МУЛТИМОДАЛНОСТИ**

У раду се говори о индивидуализмима на друштвеним мрежама Инстаграм, Икс (Твитер) и Фејсбук, и то онима који су интегрисани у мултимодални текст. Мултимодалност представља карактеристику свих текстова сачињених од средстава природног језика, звука, музике, слика и других графичких елемената у различитим комбинацијама, а у овом истраживању фокус ће бити на примјерима гдје се индивидуализам појављује у вербалној компоненти текста, док визуелни дио – фотографија, слика и др. – открива семантику лексеме или помаже њеном бољем разумијевању. Задатак истраживања јесте да се из угла дериватологије и мултимодалне анализе дискурса размотре начини грађења издвојених индивидуализама, њихова мотивација и преплитање са визуелним сегментом текста као вид симбиозе различитих семиотичких ресурса.

*Кључне ријечи:* индивидуализми, друштвене мреже, мултимодалност, творба ријечи, српски језик.

### 1. Уводна разматрања

1.0. Предмет рада јесу индивидуализми на друштвеним мрежама Инстаграм, Икс (раније Твитер) и Фејсбук, тачније они који су укључени у неки мултимодални текст,

---

\* [goran.milasin@flf.unibl.org](mailto:goran.milasin@flf.unibl.org); ORCID 0000-0002-6502-5976.

тј. текст сачињен од средстава природног језика у комбинацији са звуком, музиком, сликом и другим графичким елементима. Типичне примјере мултимодалних текстова представљају телевизијске рекламе, филмови, хипертекстови на интернету, али се њима могу придружити, нпр., и неки традиционално штампани текстови, попут дјечјих сликовница или реклама у часописима, у којима се на различите начине користе типографија и боја, а такође и позоришне представе, гдје је вербална компонента само дио сложеног семиотичког система (Wales 2011: 279).

1.1. Посљедњих неколико деценија истраживачи који се баве анализом текста и дискурса све више су увиђали да разматрање елемената природног језика изоловано од осталих комуникацијских средстава, односно од контекста, није довољно за потпуно разумијевање образаца комуникације. На темељу тог сазнања, у другој половини двадесетог вијека развили су се лингвистички правци који су узимали у обзир дијалектички однос језика и друштва или су своје моделе засноване на проучавању вербалних компонената текста допуњавали укључивањем контекста. С друге стране, иако су мултимедијалност и мултимодалност, као комбинације писања, говора, визуелног представљања, звука, музике итд., одувijek били обиљежја људске комуникације, тек су се релативно скоро аутори почели занимати и за улогу других компонената, попут визуелних и аудитивних, у произвођењу значења текста, а томе је нарочито допринио развој нових технологија и интернета (о томе в. нпр. Ventola et al. 2004). Наиме, лингвисти су схватили како се јаснија слика савремене људске интеракције и различитих начина споразумијевања може добити једино освјетљавањем свих комуникацијских средстава и њихове семиотичке симбиозе у модерним дискурским свјетовима. Тако су настале три главне теоријске парадигме усмјерене на мултимодалност: мулти-

модална социјална семиотика (енгл. Multimodal Social Semiotics – MSS) (Kress, van Leeuwen 1996), мултимодална анализа дискурса (енгл. Multimodal Discourse Analysis – MDA) (O’Halloran 2004) и мултимодална анализа (интер)акције (енгл. Multimodal (Inter)action Analysis – MIA) (Norris 2004), а оне се разликују према фокусу истраживања и методологији. У овом раду теоријско-методолошки ослонац биће мултимодална анализа дискурса. Она својим апаратом омогућава истраживачу да издвоји семиотичке ресурсе који имају улогу у комуникацији, да утврди како они заједно функционишу и у ком су степену релевантни, а овдје ће таква анализа, у комбинацији са дериватолошким описом, помоћи да се уоче сви елементи који су неопходни за творбу индивидуализама и њихово разумијевање у мултимодалним текстовима на друштвеним мрежама.

1.2. Индивидуализми, тј. индивидуална лексика, представљају један од периферијских лексичких слојева (в. нпр. Штасни 1997/1998; Оташевић 2008; Драгићевић 2011, 2018: 228–237). У лингвистичкој литератури често се укрштају термини којима се означавају нове ријечи у неком језику – *индивидуализам, околионализам, неологизам, кованица, хапакс и потенцијална ријеч* (о томе в. нпр. Драгићевић 2009, 2011, 2018: 216–247, 2020; Štebih Golub 2012). „Терминолошка неусаглашеност”, како истиче Рајна Драгићевић, „произлази из чињенице да сви наведени термини означавају појмове са нејасним границама и да се ти појмови додирују и у већој или мањој мери преклапају сегменте својих садржаја” (2011: 48–49). Према најзаступљенијем схватању у савременој славистици (в. Драгићевић 2020: 109), *индивидуализми* се у овом раду дефинишу као први пут регистроване лексеме, а дијеле се на *околионализме* и *потенцијалне ријечи*. Околионализми имају неуобичајену структуру или садрже нераспрострањено творбено средство, док потенцијалне

ријечи по свему личе на постојеће будући да потичу од општепознате мотивне ријечи, садрже продуктивну творбену основу и суфикс, али нису регистроване и за њих нема више од једне потврде или малог броја њих.

1.3. Тежња за грађењем нових ријечи необичне структуре, како су показала досадашња лингвистичка истраживања, може се уочити, прије свега, у књижевноумјетничком, публицистичком и рекламном дискурсу (в. Katnić Bakaršić 2001: 110; Jeffries, McIntyre 2010: 46–50; Štebih Golub 2012, 2017; Милашин 2021а), а посебно у језику на интернету (в. Štebih Golub, 2016; Милашин 2016, 2021б), будући да се онлајн комуникација често заснива на креативној употреби језика, односно иновативној језичкој игри, па је потребно престано изучавати нове могућности које нуде дигитални медији како би се објаснило функционисање језика у технолошкој ери. С тим у вези, будући да, колико нам је познато, не постоје студије посвећене индивидуализмима интегрисаним у мултимодалне текстове на друштвеним мрежама, у фокусу овог истраживања, као што је на почетку речено, биће примјери индивидуалних ријечи на Фејсбуку, Иксу и Инстаграму, и то они који се појављују у текстовима гдје постоји интеракција вербалног и визуелног кода. Основни циљеви јесу да се такви индивидуализми идентификују, да се сагледају са становишта начина грађења, да се утврди зависи ли њихово разумијевање од симбиозе различитих семиотичких ресурса, те да се установе њихове функције, а у складу са резултатима већ поменутих ранијих студија, полази се од сљедећих претпоставки:

- Индивидуализме у мултимодалним текстовима на друштвеним мрежама углавном чине оказионализми.
- Највећи број индивидуализама који су предмет испитивања настаје сливањем.

- Анализирани индивидуализми нису разумљиви без контекста.

- Њихова главна функција јесте стварање комичног ефекта.

1.4. Истраживање чији се резултати износе у овом раду спроведено је од 2020. до 2024. године, а корпус сачињава 114 примјера са Фејсбука, Икса и Инстаграма. Овај језички материјал ексцерпиран је из доступних објава, а требало би да представља основу за доношење закључака о основним тенденцијама у грађењу и функционисању индивидуализама у мултимодалним текстовима на друштвеним мрежама. Због специфичности самог корпуса, односно могућности које нуди развој технологије и електронске комуникације, поједине издвојене ријечи имају више потврда. Наиме, дешава се да неки корисник употреби кованицу која изазове пажњу, па се њоме затим и остали почну служити или пак репостовати поруку у којој се она налази, уз позитиван или негативан коментар. То, међутим, није био разлог да се овакви примјери искључе из анализе, будући да они имају друга важна својства индивидуалне лексике: јединственост (и формалну и значењску), нарочиту функцију која се остварује као концентрација информација и остваривање посебних стилских ефеката, зависност од контекста и неузуалност, која их раздваја од неологизама.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Ове критеријуме приликом анализе сливеница у хрватском медијском и рекламном дискурсу примјењује Барбара Штебих Голуб (Štebih Golub 2017). Наиме, и она примјере који су потврђени више пута, што је условљено природом корпуса и савременим телекомуникацијским могућностима, сврстава међу околионализме уколико имају друга обиљежја „пригодница”.

## 2. Резултати и дискусија

2.0. Сви анализирани индивидуализми могу се сврстати у околионализме будући да су грађени у складу с продуктивним творбеним типовима или с неким одступањима од уобичајеног творбеног модела, а уз то их одликује експресивност и зависност од контекста. Њихов највећи дио (91,23%) чине сливенице, док је много мање суфиксалних изведеница, твореница насталих комбинацијом слагања и суфиксације те сложеница. Као мотивне ријечи за настанак сливеница из корпуса појављују се и домаће и ријечи из других језика, углавном енглеског. Релативно често у тој су функцији и имена познатих личности.

2.1. Велики број сливеница иде у прилог ставу Ранка Бугарског да су се творенице ове врсте код нас већ усталиле и друштвено афирмисале, а да је интернет вишеструко убрзао њихов настанак и дисеминацију (Bugarski 2019: 151). Под утицајем језичке глобализације, тј. експанзије енглеског, како се оправдано претпоставља, сливање је у српском језику постало популарно и продуктивно током деведесетих година XX вијека, и то тако што су испрва неке готове бленде позајмљене, а онда су се по овом моделу почеле градити ријечи од домаћег језичког материјала (о томе в. нпр. Bugarski 2006: 189–191, 2019: 22–25; Томић 2019: 62). С обзиром на то да говорници српског језика на друштвеним мрежама врло често преводе објаве на енглеском језику, не би било неосновано тврдити да и подстицај за грађење сливеница у склопу мултимодалних текстова треба тражити у енглеским примјерима, који су бројни. Као илустрација може послужити једна објава са друштвене мреже Икс састављена од визуелне компоненте – фотографије мачке која „свира” клавир, те вербалне – индивидуализма *Meowzart*, насталог сливањем узвика за подражавање мачјег гласа и презимена чу-

веног композитора (Слика 1).<sup>2</sup> Овакво удружено дјеловање визуелног и вербалног сегмента текста може се уочити и у бројним другим примјерима. Тако фотографију црне мачке са полицијском капом на глави прати сливеница *pawlice* (← *paw* [’шапа’] + *police* [’полиција’]), фотографију блендера на којима су специфични британски качкети сливеница *Peaky Blenders*, у чијој се структури препознаје назив познате британске криминалистичко-драмске телевизијске серије *Peaky Blinders* (*Бирмингемска банда*), а уз фотографију мачке са тамним дијеловима крзна испод очију, налик размазаној маски, долази порука *Her meowscara is ruined*, са сливеницом *meowscara*.



<sup>2</sup> Корпус чији је извор интернет није трајан – многи профили бивају деактивирани, а многи искази и слике свакодневно се бришу. Такође, важна је и заштита приватности корисника профила. У овом раду емпиријску основу чине примјери узети само са профила подешених тако да нису доступни искључиво одређеном кругу пријатеља (дакле незаштићени су, јавни), а ради уштеде у простору доносе се без упућивања на корисничко име, без времена објављивања/преузимања и без хиперлинка који води ка профилу корисника, осим у случају илустрација.

Слика 1. Примјер мултимодалног текста са енглеском сливеницом *Meowzart* (<https://x.com/ShouldHaveCat/status/1375507731075899395>, приступљено 30. 11. 2024)

2.1.1. Називи за животиње и лексеме повезане са животињским свијетом, попут узвика за подражавање њиховог гласа, како је анализа показала, представљају најважније извориште процеса сливања, будући да је 44,23% издвојених сливеница мотивисано њима. То су: *баба кера* (← *баба сера* + *кер*), *Бизона Замфирова* (← *бизон* + *Зона Замфирова*), *бициглиста* (← *бициклиста* + *глиста*), *Владета Керотић* (← *Владета Јеротић* + *кер*), *Елвис Писли* (← *Елвис Присли*<sup>3</sup> + *пас*), *жардикера* (← *жардињера* + *кер[a]*), *Икер Пасиљас* (← *Икер Касиљас* + *кер* + *пас*), *Икера* (← *Икеа* + *кер[a]*), *капуљмачка* (← *капуљача* + *мачка*), *каскакер* (← *каскадер* + *кер*), *кафекерија* (← *кафетерија* + *кер*), *квакакола* (← *ква* + *кока-кола*), *Кер Бредшо* (← *Кери Бредшо* + *кер*), *кержуал* (← *кер* + *кежуал*), *кравуч* (← *крава* + *кауч*), *крмачка* (← *крмача* + *мачка*), *кучак* (← *куче* + *ручак*), *кученик* (← *куче* + *ученик*), *лај ти стручњак* (← *лајати* + *ај-ти стручњак*), *Мала Псирена* (← *Мала Сирена* + *пас*), *Матија Керћковић* (← *Матија Бећковић* + *кер*), *маџкина* (← *маџа* + *вакцина*), *мишлити* (← *миш* + *мислити*), *мјавати* (← *мјау* + *давати*), *мјаушкарац* (← *мјау* + *мушкарац*), *пандати* (← *панда* + *падати*), *пандачинка* (← *панда* + *палачинка*), *папкуче* (← *папуче* + *куче*), *пас гитара* (← *пас* + *бас-гитара*), (*пливање за пасни крст* (← [*пливање за*] *часни крст* + *пас*), *паста кербонара* (*пас* + *кер* + *паста карбонара*), *паџофне* (← *паџов* + *патофне*<sup>4</sup>), *прасници* (← *прасе* + *празници*), *Псадактар* (← *пас* + *адактар*), *Псатија Керћковић* (← *Матија Бећковић* +

---

<sup>3</sup> Ради се о устаљеној, али погрешној транскрипцији: енгл. *Presley* (изговара се *Пресли*).

<sup>4</sup> Ова варијанта одомаћена је у разговорном језику, али није стандардна: треба да гласи *пантофле*, према њем. *Pantoffel*.

*пас* + *кер*), *псаћатела* (← *пас* + *страћатела*<sup>5</sup>), *писмени* (← *пас* + *писмени*), *псудент* (← *пас* + *студент*), *ракуноводство* (← *ракун* + *рачуноводство*), *сунцокер* (← *сунцокрет* + *кер*), *суперкEROЈ* (← *суперхерој* + *кер*), *Фока которска* (← *фока* + *Бока которска*), *хеликопкер* (← *хеликоптер* + *кер*), *чича маца* (← *Чича Дража* + *маца*), *шалкеруша* (← *шалтеруша* + *кер*) и *шахпланинац* (← *шах* + *шарпланинац*).

Све ове сливенице пригодне су, сковане за потребе одређеног мултимодалног текста, у функцији остваривања неких стилских ефеката, прије свега комичног, који је понегдје праћен иронијом. Заједничко им је то што без визуелне компоненте текста њихова семантика није прозирна. Тако значење индивидуализма *баба кера* постаје јасније тек када се погледа фотографија малог пса који извирује испод врата кабине у неком јавном тоалету, значење индивидуализма *мишлити* када се погледа цртеж на коме је представљен миш како замишљен лежи, значење индивидуализма *ракуноводство* тек када се види слика на којој је ракун у одијелу, у канцеларији, а мотивација индивидуализма *сунцокер* може се схватити тек на основу фотографије пса који има латице сунцокрета око главе (Слика 2).

---

<sup>5</sup> По правилима транскрипције требало би да буде *страчатела*, према итал. *stracciatella*.



Слика 2. Мултимодални текст са сливеницом *сунцокер*  
([https://x.com/njegos\\_treci/status/1532610724169760768](https://x.com/njegos_treci/status/1532610724169760768), присту-  
пљено 30. 11. 2024)

Симбиоза различитих семиотичких ресурса омогућава да се увиди како *бициглиста* означава глисту на бициклу, *Елвис Псисли* пса који има фризуру и наочаре какве је носио славни пјевач, *жардикера* пса у жардињери, *капуљмачка* мачку у капуљачи, *квакакола* патку са етикетом и чепом кока-коле на себи, *псудент* и *кученик* пса који сједи у школској клупи и гледа у бијели папир испред себе, *Псадактар* пса са тамним обрвама (Адактар је назив београдске академије за микропигментацију, познате по исцртавању обрва), *Фока которска* фоку са црногорском капом на глави и сл.

Занимљив примјер представља индивидуализам *мјавати*, забиљежен у склопу исказа *Ја сам крив само што сам мјаво*, због тога што разумијевање његове семантике захтијева уочавање физичке сличности између мачке на фотографији и Хариса Џиновића (Слика 3), али и упућеност у детаље пјевачевог развода и његову изјаву поводом тога: „Ја сам крив једино што сам давџ”.



Слика 3. Мултимодални текст са сливеницом *мјавати*  
([https://x.com/gangsta\\_kid/status/1842642490257740230](https://x.com/gangsta_kid/status/1842642490257740230), приступљено 30. 11. 2024)

2.1.2. Релативно бројну групу сливеница чине и оне које су мотивисане именима домаћих пјевачица и пјевача.

То су: *Аца Украс* (← *Аца Лукас* + *украс*), *Бађионичар* (← *Бађи* + *мађионичар*), *брѣбоставити* (← *Брѣна* + *прѣтпоставити*), *Вог Андрија* (← *Вог Адрија* + *Андрија* [*Ера Ојданић*]), *Ким Карадиновић* (← *Ким Кардашијан* + [*Инди*] *Арадиновић*), *Ники Минажнатовић* (← *Ники Минаж* + [*Цеца*] *Ражнатовић*), *топозиција* (← *Топалко* + *опозиција*), *Тупалко* (← *Тупак* [*Шакур*] + *Топалко*) и *турбославна Цеца* (← *турбо*[*фолк*] + *православна Цеца*). Разумијевање ових индивидуализама, створених у служби онеобичавања и стварања комичног ефекта, такође је могуће тек ако се сагледа интеракција вербалне и визуелне компоненте текста. Поменути примјерима могу се додати и сливенице у чијој се структури препознају имена двојице познатих српских јутјубера, а то су Бака Прасе и Муђа. Ради се о индивидуализмима: *Бака Неволџа Ал Прасоне* (← *Бака Прасе* + *Велџа Неволџа* + *Ал Капоне*), *Муђар* (← *Муђа* + *Мађар*), *Муђомон* (← *Муђа* + *покемон*) и *Смуђа* (← *муђа* + *смуђ*). Први примјер дат је у опису фотографије Баке Прасета у моменту када долази у полицију, па је јасна веза са именима чувених криминалаца, *Муђар* означава Муђу са мађарском заставом на челу, *Муђомон* Муђу у мајици на којој пише *покемон*, а *Смуђа* необичног смуђа, тачније биће које је у визуелном сегменту текста представљено тако што је Муђина глава постављена умјесто риблије. Овој групи може се придружити и сливеница *Лоликат*, која је настала сливањем имена ћерке једне наше инфлуенсерке, Лола, с именицом *уникат*, а функционише у симбиози с фотографијом Лоле и њене мајке.

2.1.3. Важно извориште процеса сливања у мултимодалном тексту, како је анализа показала, представља и политика. То потврђују слѣдећи примјери: *Вило* (← *Мило Ђукановић* + *вила*), *Горан Кесић* (← *Горан Весић* + *кеса*), *Госип Броз Тутто* (← *Gossip* [*Girl*] + *Јосип Броз Тутто*), *Милезабе-*

та (← Миле [Додик] + Елизабета), Тупанкамон (← тупан + Тутанкамон), Чедерер (← Чеда [Јовановић] + Федерер) и Чомид-20 ([Гордана] Чомић + ковид-19 + 2020). Ни семантика ових сливеница не би се могла потпуно разумјети без визуелне компоненте мултимодалног текста. Као илустрација може послужити индивидуализам *Чедерер*, регистрован уз фотографију на којој је глава Чеде Јовановића постављена на тијело Роџера Федерера (Слика 4), а инспирација је произашла из вијести да је Чеда Јовановић рекетом ударио власника једне клинике за физикалну терапију.



Слика 4. Мултимодални текст са сливеницом *Чедерер*  
(<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1634606410039109&set=a.265841496915614>, приступљено 30. 11. 2024)

2.1.4. И имена спортиста понекад су у служби мотивних ријечи за грађење индивидуализама. Сливеница *Дијего Макарона* (← *Дијего Марадона* + *макарони*) забиљежена је уз фотографију дебелог мушкарца који игра фудбал, а *Новакије*, у склопу синтагме *патријарх тениско-васељенски Новакије*, уз фотографију Новака Ђоковића током игре, у тренутку кад је загризао огрлицу на којој је крст. Посљедњи примјер, баш као и оказионализам (*пливање за пасни крст*), поменут приликом анализе сливеница мотивисаних називима животиња, тиче се и религије. Стога су се ова два индивидуализма могла сврстати и у групу са сливеницама *Богејављење* и *Дугојављење*, мотивисанима именицом *Богојављење*, која означава велики хришћански празник. У структури прве сливенице, *Богејављење*, препознаје се ријеч *геј*, а њену семантику објашњава фотографија групе обнажених младића након пливања за часни крст, без које ова кованица не би постигла комични ефекат. Друга сливеница, *Дугојављење*, регистрована је у склопу поруке *Дугојављење. Последица 5G трансмисије*, а у њеној подлози препознаје се шала на рачун вјеровања у теорије завјере и штетност 5G мреже.

2.1.5. И називи биљака, односно њихових плодова, послужили су као извор за грађење неких сливеница. Такве су: *авокада* (← *авокадо* + *када*), *авокрадо* (← *авокадо* + *красти*), *грожђед* (← *грожђе* + *ђед* / *дјед*), *кактуш* (← *кактус* + *туш*), *кромпируета* (← *кромпир* + *пируета*) и *ташнанас* (← *ташна* + *ананас*). У њима је наглашена функција стварања зачудности, али и комични ефекат. Ни њихово разумијевање не би било могуће без визуелне компоненте текста. Цртежи и слике уз које стоје помажу, наиме, рецепијенту да схвате како, нпр., *авокада* означава каду у којој се купа авокадо (Слика 5), *ташнанас* ташну у облику ананаса итд.



Слика 5. Мултимодални текст са сливеницом авокада  
(<https://www.instagram.com/p/Bt5tWfnnYnt/?igsh=aHFjMHVqNDF2OHRi>, приступљено 30. 11. 2024)

2.1.6. Релативно блиске претходнима јесу сливенице које су у вези са храном и пићем. То су: *грашно* (← *грашак* + *брашно*), *гризни штаб* (← *гриз* + *кризни штаб*), *кватро сплачони* (← *кватро стађони* + *сплачине*), *крстаклс* (← *крставац* + *pickles* [+ *сникерс*]), *мухито* (← *мува/муха* + *мохито*), *сникерставац* (← *сникерс* + *крставац*), *чмај* (← *чмар* + *чај*), *шлагано* (*шлаг* + *лагано*) и *шпагето* (← *шпагети* + *гето*). И мултимодални текстови у које су ови примјери интегрисани траже од рецепијента уважавање различитих кодова у разумијевању смисла. Тако је, нпр., значење

индивидуализма *мухито* могуће у потпуности схватити само на основу фотографије уз коју стоји, а гдје је приказана чаша с напитком по којем пливају муве. Надахнуће за творбу окационализирама *крастаклс* и *сникерставац* била је енглеска кованица *snickles*, заједно са пратећом фотографијом киселих краставаца с препознатљивим пуњењем чоколадице сникерс (*Snickers*). Друга сливеница, *сникерставац*, може се сматрати успјешнијом јер су у другој, хибридној, српско-енглеској бленди *крастаклс* сливене ријечи са истим или сличним значењем – краставац и *pickles* (‘кисели краставци’), а изгубио се назив чоколадице, који се налази у структури оригиналне творенице, тј. прототворенице. Индивидуализам *грашно* забиљежен је у склопу поруке: *Па ово је злочин! Не сам производ, него што га нису назвали ГРАШНО*, а у вези је са фотографијом кесице брашна на чијој етикети пише *Брашно од грашка*. Ова сливеница, такође неразумљива без контекста, одсликава чињеницу да се у свијести просјечног говорника српског језика сливенице повезују са рекламним дискурсом, гдје су оне заиста честе.

2.1.7. Неки од већ поменутих индивидуализама, као што су *Бизона Замфирова*, *Кер Бредшо*, *Мала Псирена*, мотивисани су и именима ликова из књижевних дјела, серија, филмова и сл. Самим тим, они се преклапају са слједећом групом твореница: *плакачу* (← *плакати* + *Пикачу*), *Хари Портир* (← *Хари Потер* + *портир*), *Хари Путар* (← *Хари Потер* + *путар*), *Хари Путер* (← *Хари Потер* + *путер*) и *Харикоптер* (← *Хари Потер* + *хеликоптер*). Као што се може видјети, име Харија Потера у чак четири примјера послужило је као мотивна ријеч за грађење индивидуализама – у два примјера заједно с пратећом визуелном компонентом указује на специфично занимање овог лика, у једном случају његово име у подлози је назива прехрамбеног производа, а у једном у подлози шаљивог назива превозног средства.

Свим наведеним примјерима заједничка је израженост лудичке функције и стварање комичног ефекта.

2.1.8. Сфери саобраћаја и превозних средстава доминантно припадају ови индивидуализми: *бродбус* (← *брод* + *аутобус*), *рено веган* (← *рено меган* + *веган*), *решимобил* (← *реш* + *аутомобил*), *сауди* (← *Саудијац* + *ауди*) и *чамџомобил* (← *чамац* + *аутомобил*). *Бродбус* и *чамџомобил* инспирисани су фотографијом аутобуса који пролази кроз дубоку воду што се задржала након кише на саобраћајницама београдске Аутокоманде. *Рено веган* настао је као покушај духовитог описа аутомобила прекривеног вјештачком травом и цвијећем, а *сауди* означава ауди на који је у неком програму за измјену фотографија стављен црвено-бијели покривач за главу, дио народне ношње у Саудијској Арабији, док је *решимобил* аутомобил Баке Прасета. *Реш* у структури посљедњег индивидуализма, и уопште глагол *решити* у значењу 'некоме доскочити, побиједити некога, освојити некога и сл.', првенствено се везује за овог јутјубера и његове пратиоце (о томе в. Милашин 2021б: 739, 2021в: 74–76).

2.1.9. Сфери умјетности припадају сливенице *Клод Дебиси* (← *Клод Дебиси* + *беба*), која описује фотографију малог дјечака испред клавира, и *Механиканђело* (← *механичар* и *Микеланђело*), која стоји уз фотографију гдје је приказано како један механичар другом додаје француски кључ, а та сцена подсећа на чувено Микеланђелово „Стварање Адама”. Двије сливенице тичу се дијелова тијела. То су *аплауз* (← *аплауз* + *гуз*) и *вугломјер* (← *вугла* [← *глава*] + *угломјер*). Ни оне не би биле разумљиве без удруживања вербалне и визуелне компоненте текста. Индивидуализам *Коронасутра* настао је сливањем именице *корона* са називом добро познатог старог индијског дјела које се најчешће повезује са сексуалним позама. Визуелни дио мултимодалног текста у који је интегрисана ова сливеница састоји се од приказа до-

звољених и недозвољених поза у условима пандемије ковида 19, с обзиром на прописану удаљеност међу партнерима. Сливеница *тужирање* (← *тужан* + *туширање*) прати цртеж тужне животиње под тушем, *хлорошавање* (← *хлор* + *орошавање*) фотографију базена, а *трутинска контрола* (← *трут* + *рутинска контрола*) фотографију предебелог полицајца у униформи.

2.2. Суфиксалних изведеница, као што је већ речено, далеко је мање у корпусу. Три примјера настала су аналошком творбом према глаголу *мајковати*, из израза *мајка мајкује* / *мајка је мајковала*, превода енглеског *mother is mothering*, који у говору младих упућује на достизање највишег степена изврсности неке женске особе вриједне дивљења и опонашања. То су индивидуализми: *зрењаниновати*, *понеде(ј)љковати* и *ћановати*. Први се појављује у склопу вербалне поруке *У међувремену Зрењанин зрењанинује*, која прати фотографију телевизијског екрана гдје је ухваћен тренутак када зрењанинска телевизија КТВ емитује програм под називом „Упознај Мађаре, стекни нове другаре”. Други индивидуализам забиљежен је у поруци *Понедељак је понедељковао*, која је употријебљена као опис видеа из теретане, а том симбиозом семиотичких ресурса имплицира се како понедељак, познат као омражен дан, врхунац своје неподношљивости достиже ако га човјек проведе радећи напорне вјежбе. Трећи глагол регистрован је у склопу поруке *Ћана је ћановала, свака част на свему икад*, уз видео пјевачице Ћане која пјева на једном крову у Дортмунду, а иначе је позната по томе што на наступе долази у камиону и сл., те тако изненађује своју публику. Ова три индивидуализма, баш као и глагол *мајковати*, настали су додавањем суфикса *-ова-* на именичке основе, према већ постојећем моделу грађења глагола попут *момковати*, *србовати* итд., са значењем типичног понашања.

2.2.1. Један од омиљених извора забаве на друштвеним мрежама већ неко вријеме јесте Фејсап (FaceApp), апликација која, између осталог, омогућава људима да провјере како би изгледали да су супротног пола. Ту опцију искористио је и AstroBotas, корисник Икса, па је фотографију себе као жене подијелио на свом налогу, уз опис: *Astro Botasica*. Он се послужио суфиксом *-ица* у функцији моционог знака, а индивидуализам који је помоћу њега сковао не би био разумљив без визуелне компоненте текста. Један мултимодални текст са Икса сачињен је од вербалне поруке *Виберуша... после прве чаше пињеш бившима*, са индивидуализмом *виберуша*, и фотографије неколико флаша вотке са етикетама на којима стоји име добро познате апликације Вибер (Viber). И овдје се ради о аналошкој творби, према називима ракија *шећеруша*, *џибруша*, *етилуша* и др. Посебно занимљив примјер јесте индивидуализам *кокосовске ђуфтице*, домаћи еквивалент називу слаткиша Raffaello (Ferrero), односно пандан одомаћеном називу десерта – рафелло куглице. Његова семантика била би непрозирна без фотографије овог слаткиша, а у његовом грађењу, осим суфиксације, важну улогу имала је и семантичка деривација, будући да су метафоричким пресликавањем пржене лоптице самљевеног или исјецканог меса постале куглице од кокоса.

2.3. Слагањем по принципу аналогije настала су два индивидуализма: *ватронестална (чинија)* и *гишонаслон*, а мотивацију и семантику оба примјера, односно интенцију аутора, могуће је разоткрити једино мултимодалном анализом. Прва ријеч регистрована је у поруци *Изгледа да је ватронестална*, која је одговор на објаву гдје је вербална компонента *Пукла ми је ватростална чинија усред печења* удружена с фотографијом пукнуте посуде и расуте хране у рерни. Друга ријеч забиљежена је у поруци *Руконаслон < Гишонаслон*, уз фотографију на којој црни пас по имену Ги-

ша (име је познато пратиоцима кориснице Икса која је ово објавила) држи своју њушку на наслоњу за руке. Иста корисница сковала је и ријеч *прстојед*, која постаје разумљива када се погледа фотографија уз њу. На њој је, наиме, поново пас Гиша, који је својој власници загризао прст. Овај индивидуализам настао је аналошком творбом, према именицама *месојед*, *биљојед*, *сваштојед* итд., и то комбинацијом слагања и суфиксације. Истим овим начином настао је и индивидуализам *чокопад*, који описује фотографију бисквита и отопљене чоколаде што пада преко њега. Ова кованица, заправо, сликовито изражава појаву са слике, превасходно због јаке везе са именицом *водопад*, према којој је и творена.

### 3. Закључак

Анализа индивидуализама у мултимодалним текстовима показала је како корисници друштвених мрежа Икс и Инстаграм у грађењу нових ријечи најчешће посежу за сливањем у комбинацији са фотографијом или, рјеђе, видеом, како би створили ефекат онеобичености или комичности, те задржали пажњу других корисника на својој објави. Надахнуће за грађење нових ријечи представљају, у првом реду, необичне фотографије, посебно фотографије животиња у неочекиванима ситуацијама, али постоје и примјери у којима се свјесно, помоћу нових технологија или цртањем, односно сликањем, мијења или онеобичава визуелна компонента како би се направила подлога за настанак индивидуализма – преплитање садржаја вербалне компоненте одражава преплитање садржаја визуелне компоненте и обратно. Овај процес могао би се оквалификовати као креативна мултимодална игра.

За све издвојене примјере, чије је битно својство неразумљивост без контекста, може се оправдано претпоставити

како никада неће постати дио општег лексичког фонда. Међутим, они нам откривају да је сливање све продуктивнији начин грађења ријечи у савременом српском језику, поготово у компјутерски посредованој неформалној комуникацији, када постоји потреба за експресивним изражавањем и када се вербално жели предочити садржај неке фотографије или слике, али на занимљив начин. Мултимодалност је ту кључна јер се само у споју свих сегмената текста остварује семантичка прозирност издвојених индивидуализама.

Ово истраживање представља покушај да се понуди дручији модел анализе индивидуалне лексике, која свакако привлачи много мање истраживачке пажње него основни лексички фонд, али и да се афирмишу методе мултимодалне анализе дискурса у истраживању грађења и семантике нових ријечи у српском језику. Резултати представљени у овом раду, првенствено због несистематског прикупљања грађе, не могу се уопштавати, али могу послужити као основа за будућа истраживања индивидуализама у мултимодалним текстовима на интернету, њихово разумијевање и редефинисање, што ће уједно бити мали допринос освјетљавању начина на које нове технологије утичу на језик и комуникацију.

## ЛИТЕРАТУРА

- Драгићевић, Рајна 2009. Потенцијалне речи у српском језику. *Научни састанак слависта у Вукове дане* 38/3, 119–127.
- Драгићевић, Рајна 2011. Лексика квалификована као индивидуална у српским дескриптивним речницима. У: Владислава Ружић, Слободан Павловић (ур.). *Лексикологија – ономастика – синтакса: Зборник у част Гордани Вуковић*. Нови Сад: Филозофски факултет, 47–57.

- Драгићевић, Рајна 2018. *Српска лексика у прошлости и данас*. Нови Сад: Матица српска.
- Драгићевић, Рајна 2020. О неологизмима у српском језику из угла припреме корпуса за израду вишетомног речника савременог српског језика Матице српске. *Јужнословенски филолог* LXXVI/1, 107–121.
- Милашин, Горан 2016. О језику Твитера са дериватолошког становишта. У: Branko Tošović, Arno Wonisch (Hg.). *Wortbildung und Internet / Словообразование и интернет / Tvorba riječi i internet*. Graz: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität – Kommission für Wortbildung beim Internationalen Slawistenkomitee, 225–253.
- Милашин, Горан 2021а. Творбени ресурси рекламног дискурса у српском језику. У: Paweł Kowalski (red.). *Slowotwórstwo w przestrzeni komunikacyjnej*. Warszawa: Instytut Slawistyki Polskiej Akademii Nauk, 231–249.
- Милашин, Горан 2021б. Индивидуализми у језику Твитера. У: Стана Ристић, Ивана Лазић Коњик, Ненад Ивановић (ур.). *Лексикографија и лексикологија у светлу актуелних проблема: Зборник научних радова*. Београд: Институт за српски језик САНУ, 725–744.
- Милашин, Горан 2021в. Језик између јутјубера и бумера: о неким тенденцијама, новим ријечима и изразима у српском језику. У: Саша Шмуља (ур.). *Philologia Serbica. Породица и породични односи у српском језику, књижевности и култури: Зборник научних радова* (год. I, бр. 1). Бања Лука: Филолошки факултет Универзитета у Бањој Луци, 60–94.
- Оташевић, Ђорђе 2008. *Нове речи и значења у савременом стандардном српском језику: Лингвистички аспект*. Београд: Алма.
- Томић, Горица 2019. Творбено-семантичка анализа нових сливеница у српском језику. *Зборник радова Филозофског факултета Универзитета у Приштини* XLIX/2, 61–84, <http://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/0354-7795/2019/0354-77951902061T.pdf>. Приступљено 30. 11. 2024.

Штасни, Гордана 1997/1998. Неологизми, кованице и индивидуално означене речи у *Речнику српскохрватског књижевног језика. Прилози проучавању језика* 28/29: 87–113.

\*

Bugarski, Ranko 2006. *Žargon: Lingvistička studija*, drugo, prerađeno i prošireno izdanje. Beograd: Biblioteka XX vek – Krug.

Bugarski, Ranko 2019. *Srpske slivenice: Monografija sa rečnikom*. Novi Sad: Akademska knjiga.

Jeffries, Lesley, Dan McIntyre. *Stylistics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Katnić Bakaršić, Marina 2001. *Stilistika*. Sarajevo: Ljiljan / Naučna i univerzitetska knjiga.

Kress, Gunther, Theo van Leeuwen 1996. *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.

Norris, Sigrid 2004. *Analyzing Multimodal Interaction: A Methodological Framework*. London: Routledge.

O'Halloran, Kay L. (ed.) 2004. *Multimodal Discourse Analysis: Systemic-Functional Perspectives*. London: Continuum.

Štebih Golub, Barbara 2012. Okazionalizmi u hrvatskome publicističkom stilu. У: Рајна Драгићевић (ур.). *Творба речи и њени ресурси: Зборник радова са четрнаесте међународне научне конференције Комисије за творбу речи при Међународном комитету слависта*. Београд: Филолошки факултет, 419–433.

Štebih Golub, Barbara 2016. Okazionalizmi u hrvatskome jeziku na internetu. *Slavia Centralis* IX/1, 35–46.

Štebih Golub, Barbara 2017. Stopljenice u medijskome i reklamnome diskursu suvremenoga hrvatskog jezika. *Poznańskie Studia Slawistyczne* 13, 195–208.

Ventola, Eija, Cassily Charles, Martin Kaltenbacher (eds.) 2004. *Perspectives on Multimodality*. Amsterdam / Philadelphia. John Benjamins Publishing Company.

Wales, Katie 2011. *A Dictionary of Stylistics*, 3rd ed. Harlow: Longman.

*Goran Milašin*

University of Banja Luka, Faculty of Philology

INDIVIDUALISMS ON SOCIAL NETWORKS IN THE LIGHT  
OF MULTIMODALITY

Summary

This paper analyses individualisms on social networks Instagram, X (formerly Twitter), and Facebook, or, more accurately, those individualisms that are integrated into a multimodal text. Multimodality characterises any kind of text which draws from language, sound, music, images or other graphic elements in various combinations. In this research, the focus was on examples where individualism appears in the verbal component of the text, while the visual part of the text (photographs, pictures, etc.) aids in the understanding of the lexeme. The aim of the research was to examine, from the perspective of derivational morphology and multimodal discourse analysis, how individualisms are formed, their motivation, and how they interweave with the visual elements of the text as a form of symbiosis of different semiotic resources.

*Keywords:* individualisms, social networks, multimodality, word formation, Serbian language.

НОВЕ РЕЧИ НА ДРУШТВЕНИМ МЕДИЈИМА:  
ЗБОРНИК РАДОВА

Приредили: Ивана Лазих Коњик, Дејан Ајдачић

1. издање

*Издавачи:*

Филолошко друштво „Речи“ – „Алма“

*Ликовно решење корица:*

Дејана Јовановић

*Штампа:*

„Алма“, Београд

*ISBN:*

978-86-6122-253-5

*Тираж:*

200

CIP – Каталогизација у публикацији  
Народна библиотека Србије, Београд

811.16'373.43(082)

316.774:81(082)

81-115(082)

**НОВЕ речи на друштвеним медијима** : зборник радова / приредили Ивана Лазић Коњик , Дејан Ајдачић. – 1. изд. - Београд : Алма : Филолошко друштво Речи, 2025 (Београд : Алма). – 198 стр. ; 21 см. – (Библиотека Тематски зборници / [Алма] ; књ. 22)

Радови на више језика. – Тираж 200. – Стр. : Уводна реч / Ивана Лазић Коњик и Дејан Ајдачић. – Напомене и библиографске референце уз радове. – Библиографија уз сваки рад. – Summeries.

ISBN 978-86-6122-253-5 (Алма)

а) Словенски језици -- Неолигизми -- Зборници б) Масовни медији -- Језик -- Зборници в) Компаративна лингвистика – Зборници

COBISS.SR-ID 165649161