

УНИВЕРЗИТЕТ У ПРИШТИНИ
СА ПРИВРЕМЕНИМ СЕДИШТЕМ У
КОСОВСКОЈ МИТРОВИЦИ
ФИЛОЗОФСКИ ФАКУЛТЕТ

Марија Д. Вуковић

УТИЦАЈ АНГЛИЦИЗАМА СА
ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА СРПСКИ
ЈЕЗИК И КУЛТУРУ ИЗРАЖАВАЊА

Докторска дисертација

Косовска Митровица, 2022.

UNIVERSITY OF PRIŠTINA
TEMPORARY SETTLED IN
KOSOVSKA MITROVICA
FACULTY OF PHILOSOPHY

Marija D. Vuković

**THE INFLUENCE OF ANGLICISMS
FROM SOCIAL NETWORKS ON THE
SERBIAN LANGUAGE AND THE
CULTURE OF LINGUISTIC
EXPRESSION**

Doctoral Dissertaion

Kosovska Mitrovica, 2022.

ПРИШТИНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
С ВРЕМЕННОЙ ШТАБ-КВАРТИРОЙ
В КОСОВСКОЙ МИТРОВИЦЕ,
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ

Марија Д. Вуковић

**ВЛИЯНИЕ АНГЛИЙСКОГО ИЗ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА СЕРБСКИЙ
ЯЗЫК И КУЛЬТУРУ ВЫРАЖЕНИЯ**

Докторская диссертация

Косовска-Митровица, 2022.

Ментор: Проф. др Милош Ковачевић, редовни професор, ФИЛУМ Крагујевац, Универзитет у Крагујевцу, Република Србија научна област Филолошке науке, ужа научна област Србистика, Савремени српски језик, Општа лингвистика, Синтакса и семантика српског језика, Стилистика српског језика, Општа лингвистика

Чланови комисије:

1. _____

2. _____

3. _____

Датум одбране:

Моји родитељи

УТИЦАЈ АНГЛИЦИЗАМА СА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА СРПСКИ ЈЕЗИК И КУЛТУРУ ИЗРАЖАВАЊА

РЕЗИМЕ

Предмет ове дисертације је утврђивање утицаја енглеског језика на српски језик и културу изражавања путем друштвених мрежа, што у пракси доводи до појаве тзв. интернет сленга. Намера је да се дође до сазнања да ли постоји директан утицај језика друштвених мрежа на употребу српског језика и у којој мери је тај утицај заступљен.

Циљеви ове дисертације су да утврди: да ли и у коликој мери друштвене мреже утичу на промене које се дешавају у српском језику, као и да дође до научних сазнања о улози и утицају који има енглески језик на српски језик, првенствено кроз утицај друштвених мрежа; који су разлози повећања броја енглеских речи у српском језику; и дефинисање односа између друштвених мрежа и изражавања младих.

Емпиријски део рада обухвата истраживања која су проведена првенствено на корпусу преузетог са друштвених мрежа, на корпусу преузетом из електронског и штампаног часописа и анализи корпуса преписке са друштвене мреже. Додатно, кроз анкетно истраживање испитан је значај и употреба енглеских речи у свакодневном говору код ученика трећег и четвртог разреда средњих школа, као и да ли професори примећују промене у начину употребе српског језика у усменом и писаном изражавању на часовима.

Резултати истраживања су показала да је утицај енглеског језика, односно језика друштвених мрежа веома доминантан и да се огледа како у правопису тако и у употреби интернет сленга који је уско повезан са употребом скраћеница које су настале од речи на енглеском језику. Резултати указују да се промене у српском језику дешавају свакодневно, односно у свакодневној комуникацији која се води на друштвеним мрежама. Са платформи друштвених мрежа овај начин комуникације, који се одвија на измењеном српском језику, неминовно се преноси на свакодневицу и постаје начин говора и мимо друштвених мрежа, односно доминантни говор данашњице.

Добијени резултати могу послужити као полазна основа при доношењу одређених стандарда за контролу промена у српском језику и на тај начин допринети научној заједници, али и широј јавности. Кроз подизање свести код младих о значају очувања српског језика, кроз едукацију током основног и средњег образовања о штетности непотребног коришћења страних речи у свакодневном говору, али и кроз увођење обавезних часова српског језика на свим факултетским јединицама може се у великој мери спречити инвазија страних речи, као и створити контролисани услови за употребу англицизама у српском језику, као и неки нови стандарди за њихово адаптирање.

Кључне речи: друштвене мреже, енглески језик, српски језик, промене у српском језику, језик младих, утицај енглеског језика .

Научна област: Филолошке науке

Ужа научна област: Примењена лингвистика, комуникологија

УДК број:

THE INFLUENCE OF ANGLICISMS FROM SOCIAL NETWORKS ON THE SERBIAN LANGUAGE AND THE CULTURE OF LINGUISTIC EXPRESSION

SUMMARY

The subject of this dissertation is to determine the influence of the English language on the Serbian language and the culture of expression that comes through social networks, which in practice leads to the emergence of the so-called internet slang. The key intention is to find out whether there is a direct influence of the language of social networks on the use of the Serbian language and the extent of how this influence is represented.

The objectives of this dissertation are to determine whether and to what extent social networks has the influence on the changes that occur in the Serbian language, as well as to gain scientific knowledge about the role and influence of English on the Serbian language, primarily through the influence of social networks; what are the reasons for the increase in the number of English words in the Serbian language and defining the relationship between social networks and young peoples' linguistic expression.

The empirical part of this thesis includes research conducted primarily on the corpus taken from social networks, the corpus taken from electronic and printed magazines and the analysis of the corpus of correspondence on the social network. In addition, the survey examined the importance and use of English words in everyday speech among third and fourth grade high school students, as well as whether teachers notice changes in the use of Serbian in oral and written expression in class.

The results of the research showed that the influence of the English language, that is, the language of social networks is very dominant and reflects both in spelling and the use of Internet slang, which is closely related to the use of abbreviations derived from English words. The results indicate that changes in the Serbian language occur every day, that is, in daily communication that takes place on social networks. This way of communication that is conducted in altered Serbian language, from the social networks platforms is inevitable transferred to everyday life and becomes the way of speaking beyond social networks, that is, the dominant speech of today.

The obtained results can serve as the initial point in the adoption of certain standards for the control of changes in the Serbian language and thus contribute to the scientific community, but also to the general public. Through raising awareness among young people on the importance of preserving the Serbian language, through education during primary and secondary levels of education on the harmfulness of unnecessary use of foreign words in everyday speech, but also through the introduction of mandatory Serbian language classes at all faculties, the invasion of foreign words can be largely prevented and controlled conditions for the use of English words in the Serbian language can be created, along with some new standards for their adaptation.

Key words: Social networks, English language, Serbian language, changes in Serbian language, youth language, influence of English language.

Scientific field: Philological sciences

Scientific subfield: Applied linguistics, communication science

UDC number:

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЙСКОГО ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА СЕРБСКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРУ ВЫРАЖЕНИЯ

РЕЗЮМЕ

Предметом данной диссертации является определение влияния английского языка на сербский язык и культуру коммуникации через социальные сети, что на практике приводит к возникновению т.н. интернет-сленга. Цель данного исследования состоит в определении прямого влияния языка социальных сетей на использование сербского языка и в какой степени.

Целями данной диссертации является определение степени влияния социальных сетей на изменения, происходящие в сербском языке, а также получение научных знаний о роли и влиянии английского языка на сербский язык, в первую очередь через социальные сети и причина этого явления.

Эмпирическая часть работы включала исследование, проведенное преимущественно на материале, взятом из социальных сетей, данных взятых из электронных и печатных статей и анализа корреспонденции в социальных сетях. Кроме того, в ходе опроса методом анкетирования, исследовалось значение и использование английских слов в повседневной речи среди учащихся третьего и четвертого классов средней школы, а также то, насколько учителя замечают изменения в использовании сербского языка в устной и письменной речи в классе.

Результаты исследования показали, что влияние английского языка, т.е. языка социальных сетей, является весьма доминирующим и отражается как в правописании, так и в использовании интернет-сленга, что тесно связано с использованием аббревиатур, образованных от английских слов. Результаты показывают, что изменения в сербском языке происходят каждый день, то есть в повседневном общении в социальных сетях. С платформы социальных сетей этот способ общения, происходящий на изменившемся сербском языке, неизбежно переносится в повседневную жизнь и становится способом общения вне социальных сетей, т.е. доминирующей речью сегодняшнего дня.

Полученные результаты могут послужить отправной точкой для создания новых стандартов контроля изменений в сербском языке и, таким образом, поможет научному сообществу, а также широкой общественности. Путем повышения осведомленности молодежи о важности сохранения сербского языка, проводить работу в начальной и средней школе о вреде ненужного использования иностранных слов в повседневной речи. Введения обязательных занятий сербским языком на всех факультетах в значительной степени предотвращает вторжение иностранных слов, создает условия для контроля за использованием англицизма в сербском языке, а также вводит некоторые новые стандарты их адаптации.

Ключевые слова: социальные сети, английский язык, сербский язык, изменения в сербском языке, молодежный язык, влияние английского языка.

Научная область: Филологические науки

Узкая научная область: Прикладная лингвистика, коммуникативная наука.

УДК:

САДРЖАЈ

| | |
|--|----|
| 1. УВОДНА РАЗМАТРАЊА..... | 1 |
| 1.1. Предмет рада | 5 |
| 1.2. Циљеви рада..... | 5 |
| 1.3. Хипотезе | 7 |
| 1.4. Структура тезе | 7 |
| 1.5. Ток истраживања..... | 8 |
| 2. МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТУП ИСТРАЖИВАЊУ | 11 |
| 2.1. Методе истраживања | 11 |
| 2.2. Испитаници и корпус истраживања | 11 |
| 2.3. Инструменти истраживања | 12 |
| 2.3.1 Упитник за ученике..... | 12 |
| 2.3.2 Упитник за наставнике | 13 |
| 2.4. Значај истраживања..... | 13 |
| 3. ДРУШТВЕНИ ФАКТОРИ КАО УЗРОЦИ МЕЂУЈЕЗИЧКИХ УТИЦАЈА..... | 15 |
| 3.1. Утицај информационих технологија на промене у језику..... | 18 |
| 3.2. Појам друштвених мрежа..... | 29 |
| 3.2.1. Фејсбук | 31 |
| 3.2.2. Инстаграм | 41 |
| 3.2.3. Вибер | 51 |
| 3.2.4. Осврт на целокупну статистику употребе друштвених мрежа Фејсбук, Инстаграм и Вибер..... | 57 |
| 3.3. Лингвистичке иновације..... | 63 |
| 3.3.1. Сленг (жаргон) | 63 |
| 3.3.2. Скраћенице | 66 |
| 3.3.3. Хаштагови (#)..... | 70 |
| 3.3.4. Емотикони као феномен друштвених мрежа..... | 71 |
| 3.4. Кратак закључак | 76 |
| 4. АНГЛИЦИЗАЦИЈА СРПСКОГ ЈЕЗИКА..... | 77 |
| 4.1. Англицизми, појам, подела и псеудоанглицизми..... | 81 |
| 4.1.1. Англицизми | 86 |
| 4.1.2. Подела англицизама..... | 88 |
| 4.1.3. Псеудоанглицизми | 90 |

| | |
|--|-----|
| 4.2. Англосрпски | 92 |
| 4.3. Транскрипција речи које долазе из енглеског језика..... | 96 |
| 4.4. Кратак закључак | 105 |
| 5. ЋИРИЛИЦА - ЗВАНИЧНО ПИСМО СРПСКОГ ЈЕЗИКА, У ИНФОРМАТИЧКОМ ДОБУ | 107 |
| Кратак закључак | 115 |
| 6. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА | 117 |
| 6.1 Истраживање корпуса- утицај енглеског језика на српски језик сагледан кроз временску дистанцу на примерима..... | 117 |
| 6.1.1 Опис и циљ истраживања дискусије на форуму Крстарица..... | 118 |
| 6.1.2 Опис и циљ истраживања дискусија са гејмерских и модних форума | 132 |
| 6.1.3 Анализа разлика између штампаног и електронског издања модног часописа кроз временску дистанцу од десет година | 141 |
| 6.1.4 Дискусија анализе истраживања корпуса дискусија на форуму Крстарица, гејмерских и модних форума и часописа ELLE..... | 155 |
| 6.2. Резултати истраживања корпуса који се односи на анализу слика екрана са друштвене мреже Инстаграм..... | 158 |
| 6.2.1 Дискусија анализе истраживања корпуса који се односи на анализу слика екрана са друштвене мреже Инстаграм..... | 177 |
| 6.3. Резултати анализа упитника за ученике и наставнике | 179 |
| 6.3.1 Резултати анализа упитника за ученике | 179 |
| 6.3.2 Резултати анализа упитника за наставнике | 206 |
| 6.3.3 Дискусија резултата анализа упитника за ученике и наставнике..... | 227 |
| 7. ДИСКУСИЈА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА У ОДНОСУ НА ПОСТАВЉ. ХИПОТЕЗЕ... 233 | |
| 7.1. ХИПОТЕЗА 1: Узроци инвазије енглеских речи примарно су условљени друштвеним факторима, а секундарно лингвистичким..... | 233 |
| 7.2. ХИПОТЕЗА 2: Доминација енглеског језика на друштвеним мрежама негативно утиче на писану и говорну форму употребе српског језика..... | 235 |
| 7.3. ХИПОТЕЗА 3: Употреба српског језика код младих је измењена и поједностављена под утицајем енглеског језика..... | 239 |
| 7.4. ХИПОТЕЗА 4: Речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику | 243 |
| 8. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА | 245 |
| 9. МЕРЕ КОЈЕ СЕ ПРЕДЛАЖУ ЗА СМАЊЕЊЕ УТИЦАЈА ЕНГЛЕСКОГ ЈЕЗИКА НА СРПСКИ ЈЕЗИК И ПРЕПОРУКЕ ЗА ДАЉА ИСТРАЖИВАЊА | 252 |
| 10. ЛИТЕРАТУРА | 255 |

| | |
|--|-----|
| ПРИЛОЗИ | 263 |
| Прилог 1: Дискусија на форуму Крстарица | 263 |
| Прилог 2. Сlike екрана дискусија са гејмерских и модних форума | 270 |
| Прилог 3. Сlike анализираног материјала часописа ELLE..... | 274 |
| Прилог 4. Сlike реклама са инстаграма | 280 |
| Прилог 5. Упитник за ученике | 289 |
| Прилог 6. Упитник за наставнике..... | 291 |

1. УВОДНА РАЗМАТРАЊА

Крај 20. и почетак 21. века обележиле су крупне промене на глобалном нивоу, које се мањим или већим интензитетом настављају и данас, обухватајући све сфере друштвеног живота и мењајући, не само досадашњи систем вредности, већ и читав културолошки код. Њихов настанак условљен је убрзаним развојем информационих технологија, посебно оних које се тичу комуникација, те из дана у дан постаје све очигледније да оне условљавају наше свакодневно деловање које је њима и обележено. Интернет више није луксуз и нешто што можемо желети или не желети, већ неминовност без које не можемо замислити динамичан живот, нити остварити пословне и приватне контакте. Компјутери, таблети и паметни телефони су део свакодневице свима доступни, а свима и неопходни.

Друштвене мреже су најновији вид комуникације међу људима, а неретко их сматрају и најбољим технолошким изумом у историји човечанства, због тога што успостављају најједноставнију комуникациону мрежу и нуде најбржи и најлакши начин дељења информација. Паралелно са цивилизацијским напретком коме несумњиво доприносе, друштвене мреже у појединим доменима свог деловања остављају изузетно негативан утицај на друштво као целину. Негативни сегменти коришћења Интернета нису уочљиви на први поглед, што онемогућава њихово благовремено заустављање или спречавање. Једна од негативних промена, настала под утицајем информационих технологија, огледа се у променама у српском језику. Утицај енглеског језика се повећао појавом друштвених мрежа доводећи до погрешне употребе српског језика и у писаној и у усменој комуникацији. Ова појава је посебно изражена међу младима који су и најчешћи корисници друштвених мрежа. Разговор на друштвеним мрежама се у већини случајева одвија у писаној форми, а како правописна норма не мора нужно бити испоштована на овим платформама, то ни сам језик не мора

увек бити тачан. У земљама енглеског говорног подручја све је више лингвистичких истраживања о променама енглеског језика под утицајем друштвених мрежа. Резултати тих истраживања, иако се они баве искључиво енглеским језиком, доказују да промене не трпе само други језици на које енглески утиче, већ да се и сам енглески језик мења под утицајем Интернета. Промене које се дешавају у српском језику су уочљиве у скоро сваком комуникативном чину који се води на друштвеним мрежама. Претпоставка је да се те промене пре свега уочавају кроз девијантни утицај енглеског језика на правопис српског језика, као и на лексику српског језика. Један од циљева овог рада је да докаже, кроз истраживање корпуса, да су промене које се у српском језику дешавају не само евидентне, већ и нужно девијантне. Поред свих добробити које Интернет и развој информационих технологија доноси са собом, промене у било ком језику морају бити контролисане и то од стране најеминентнијих стручњака из области језика.

Са порастом употребе дигиталних медија, као што су паметни телефони и таблети, друштвене мреже су постале неизоставни део живота младих. Једно од питања на које ће овај рад покушати да да одговор је и да ли је вршњачки утицај на друштвеним мрежама допринео променама у употреби српског језика. Дејвид Кристал је овај проблем измене говора код младих препознао још 2004. године. Тада је истакао да развој друштвене функције Интернета игра одлучујућу улогу у језичкој револуцији и да се нове вредности које произлазе из Интернета преносе у језик који млади користе на друштвеним мрежама. Новине у језику које улазе у саму структуру језика најчешће се примећују на ортографском и лексичком нивоу (Crystal, 2004:91). Бугарски у својој књизи „Језик и култура“ примећује стварање посебног стилског хибрида писаног језика који има особине неформалног говора, имајући у виду чињеницу да млади користе језичка средства на опуштенији начин и каже да „језички стандард лако клизи у субстандард и жаргон“ (Бугарски, 2005:24). У истој књизи, Бугарски наводи да је та врста интернет жаргона везана за потребу тражења сопственог идентитета, јер млади стварају осећај свести о сопственој личности кроз припадање колективу. Неисправну употребу српског језика на друштвеним мрежама, примећује и

Прћић у својој књизи „Енглески у српском“, узрокује природа саме мрежне комуникације, као и хибридизација српског језика под утицајем енглеског. Језички хибрид који настаје на тај начин, под утицајем норме енглеског језика, продукт је недовољног познавања матерњег језика (Прћић, 2005:78).

Честа употреба енглеских речи, односно англицизација, не само да је један, већ можда и једини вид испољавања језичке некултуре у савремено доба. Један од основних разлога доминантне језичке некултуре јесте статус самог српског књижевног језика у школском систему, а посебно на универзитету. Не може се, наиме, бити функционално писмен уколико се не поседује елементарна писменост, односно уколико појединац нема ни елементарна нормативна знања о стандардном српском језику. Он не може ни да их има ако се са учењем српског језика први и последњи пут у току свог школовања сусреће у основној школи, док је српски језик као предмет у средњим школама (осим у филолошким гимназијама) често стављен на маргину као мање битан предмет, чије се знање подразумева, те му се не мора посвећивати велика пажња.

Језик је уско повезан са друштвеном интеракцијом. У сваком друштву, без обзира на временску дистанцу или географску локацију, језик је у самом центру те интеракције. Самим тим, сасвим је очекивано да друштвени фактори имају и најважнији утицај на промене у језику. Социолингвистика, као грана лингвистике која се бави проучавањем веза између језика и друштва и проучавањем начина на који појединци користе језик у различитим друштвеним окружењима, нема дилему да је променљивост језика константа и његова неминовност.

Енглески језик би се могао назвати матерњим језиком информационих технологија, а самим тим и Интернета. Промене које су у самом енглеском језику настале под утицајем друштвених мрежа довеле су до појаве новог, “електронског” језика. Паралелно са званичним језиком фигурира и тзв. *онлајн* језик, који се умногоме разликује од стандардног енглеског језика и који је у ствари имао највећи утицај на промене у српском језику, о чему ће и бити речи у овом раду.

На територијама енглеског говорног подручја информационе технологије се најдуже користе и наравно на тим територијама је највећи број корисника Интернета, међу којима је тај новонастали језик и добио назив *онлајн* језик. Проблем, међутим, настаје када тај *онлајн* језик пређе у *офлајн* употребу, то јест када почне да се користи у свакодневној комуникацији. *Онлајн* комуникацију, такође, карактерише и честа употреба сленга, као и сличица такозваних смајлија или емотикона (emot(ion) + icon). Емотикони су настали због потребе за бољим разумевањем међу људима који се дописују. Обично имају од два до пет карактера, увек у истој линији. Користе се да би приказали емоције и ставове који се у комуникацији лицем у лице преносе говором тела.

Анализа истраживања, које је у Британији (ББЦ, 2005) урађено на узорку од 2000 људи за Интернет страну www.msn.co.uk, показује да неће бити изненађујуће ако обични поздрави „Hello“ и „Good bye“ у наредних педесетак година буду замењени поздравима *онлине* језика: „Heу“, „G'day“, „Hola“, „Howdy“ и другим. Утицај овакве комуникације на свакодневну огледа се у две ствари:

- а) брже се прича и
- б) користи се знатно више сленга.

Милош Ковачевић у својим изјавама истиче да је „Свети Сава сматрао српски језик свјетлошћу разума и да свако ко мисли да припада Србима мора да зна српски језик и то тако да га не мијеша са другим језицима. Данас се боримо за чистоту и за српски језик под великим утицајем англицизама, енглеског језика и других утицаја, а и у Савино доба очито је било исто“. Борба за очување једног језика је стална, што значи да се мора се одвијати без престанка и бити приоритет свима који теже очувању националног идентитета. Такође, она често може личити на борбу са ветрењачама, посебно у доба процвата информационих технологија, онлајн живота и друштвених мрежа које су замениле свакодневну комуникацију неком виртуелном онлајном комуникацијом (која не прати стандарде српског језика, а ни правопис и културу изражавања), али се не сме дозволити летаргија и мирење са тренутном ситуацијом. Више не постоји никаква

сумња да информационе технологије мењају свет, а паралелно са тим променама језичке промене настају као њихов логичан след. Промене у српском језику су се вековима дешавале без икакве контроле, а оно што данас уочавамо је брзина којом наступају, њихова нефилтрираност, лака доступност и велика заступљеност у свим сегментима живота. Истина, све промене у српском језику су се дешавале далеко од очију јавности, обично улазиле на мала врата и постепено мењале језик. Могућност глобалне комуникације је значајно проширена помоћу информационих технологија. Друге културе и други језици нам никада нису били доступнији, тако да самим тим постоји много већа могућност да утичу на наш језик, а и на нас саме.

1.1. Предмет рада

Предмет ове дисертације је утврђивање утицаја енглеског језика на српски језик и културу изражавања путем друштвених мрежа, што у пракси доводи до појаве тзв. интернет сленга. Намера је да се дође до сазнања да ли постоји директан утицај језика друштвених мрежа на употребу српског језика и у којој мери је тај утицај заступљен. Питања на која треба дати одговоре су:

- да ли и које проблеме ствара енглески језик у српском језику кроз језик друштвених мрежа,
- да ли се и које промене јављају у правопису српског језика, као и на лексичком нивоу,
- да ли интернет сленг постаје део српског језика међу младима.

1.2. Циљеви рада

Циљеви ове дисертације су да утврди:

- да ли и у којој мери друштвене мреже утичу на промене које се дешавају у српском језику, као и да дође до научних сазнања о улози и

- утицају који има енглески језик на српски језик, првенствено кроз утицај друштвених мрежа,
- који су разлози повећања броја енглеских речи у српском језику,
 - дефинисање односа између друштвених мрежа и изражавања младих, чиме се долази до могућих решења у начинима одвијања адаптације енглеских речи, што представља једини исправан пут њиховог укључивања у српски језик.

Имајући у виду да је једна од специфичности глобалног друштва стварање поткултура, чак и нових језика, можемо рећи да је језик друштвених мрежа међу корисницима који су говорници српског језика створио нови језик који личи на жаргонски облик изражавања и може се сматрати језиком поткултуре. То нас доводи до тежње да се укаже на промену у култури изражавања у српском језику, као и на проблеме које такве промене могу изазвати.

Целовита стратегија за употребу речи из енглеског језика не постоји, па је самим тим нормативна лингвистика на овом пољу затајила, што директно доводи до претеране употребе страних речи, експлозије језичке англеманије и хибридизације српског језика. Како би се такво стање ублажило, а временом и отклонило, неопходно је развити језичке стандарде засноване на савременим лингвистичким и социолингвистичким принципима за правилну и рационалну употребу потребног језичког материјала из енглеског језика у српском језику.

Такође, један од циљева је стицање сазнања колико употреба енглеских речи утиче на прецизност и јасноћу писане и усмене комуникације. Не може се занемарити општи циљ који има ово истраживање, а то је подизање свести о значају очувања српског језика, не кроз конзервирање језика и строге забране промена, већ кроз контролу употребе енглеских речи где год се укаже реална потреба за њом.

1.3. Хипотезе

Имајући у виду мотив за избор теме, као и предмет и циљеве ове дисертације, формулисане су следеће хипотезе:

1. Узроци инвазије енглеских речи примарно су условљени друштвеним факторима, а секундарно лингвистичким.
2. Доминација енглеског језика на друштвеним мрежама негативно утиче на писану и говорну форму употребе српског језика.
3. Употреба српског језика код младих је измењена и поједностављена под утицајем енглеског језика.
4. Речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику.

Очекивани резултати истраживања су да се на основу анализе података добијених на постављеном корпусу укаже на велики број енглеских речи које су у жаргонској употреби у писаној комуникацији међу младима, посебно на друштвеним мрежама, што се даље преноси и на усмену и писану свакодневну комуникацију ван друштвених мрежа. Такође, један од очекиваних резултата је и формирање речника жаргонских израза и скраћеница који се користе на друштвеним мрежама, а на основу анализе узорка. Ово истраживања је значајно не само за оне који се баве језиком, већ и за родитеље, наставнике у школама и ученике. Резултати истраживања ће служити као водич за предочавање утицаја друштвених мрежа, не само на језик, већ и на културу свакодневног изражавања.

1.4. Структура тезе

Рад је структурално подељен у две целине: теоријску и емпиријску.

У теоријском делу рада приказан је опис концепта друштвених мрежа, однос младих према друштвеним мрежама, као и опис најпопуларнијих друштвених мрежа. Такође, теоријски део рада је усмерен ка сагледавању садашњег стања при преузимању речи из енглеског језика, чему мора претходити сагледавање преглед дијахронијског развоја српског језика.

Неопходно је размотрити природу међујезичких утицаја, као и друштвене факторе који су довели до инвазије речи из енглеског језика у српски језик.

Емпиријски део рада обухвата истраживања спроведена за потребе ове дисертације. Проведено је укупно четири истраживања која су обухватала анализу корпуса са друштвених мрежа, као и анализу анкетног истраживања проведеног са ученицима и наставницима средњих школа.

1.5 . Ток истраживања

Имајући у виду да је један од циљева ове дисертације да се утврди да ли и у коликој мери друштвене мреже утичу на промене у српском језику, као и да се утврде могући разлози за повећање броја енглеских речи у српском језику, урадили смо као прво истраживање дискусија на форуму Крстарице и то у временском распону од тринаест година, односно анализирали смо дискусију из 2008. године, као и дискусију на исту тему која се одвијала 2021. године. Циљ овог истраживања, које се односи на анализу дискусије која се одвијала у овом временском распону, је да покажемо да ли и у коликој мери се употреба српског језика у писаној комуникацији код младих променила, као и да утврдимо могући разлог измене језика. Урађена је анализа са гејмерских и модних форума. Сам ток анализе није садржао компаративни део, односно анализа није садржала поређење, већ је фокус самог истраживања био да се утврди у којој мери се користе англицизми код младих. Изабрали смо ова два форума јер смо се водили претпоставком да гејмерске форуме углавном користи мушка популација, а модне женска, тако да су ове две групе током истраживања биле обједињене и на тај начин је пол био приближно заступљен.

Такође, у оквиру овог истраживања проведена је и анализа разлика између штампаног и електронског издања модног часописа кроз временску дистанцу од десет година.

Анализа двадесет „слика екрана“, такозваних „скриншотова“ на Инстаграму, у временском распону од недељу дана спроведена је као друго истраживање. Сlike екрана се односе на рекламе које се приказују у сваком

моменту када корисници овог сервиса прегледају „приче“ својих пратилаца. Анализа је вршена тако што је текст са сликаних екрана пренет онако како је дат на Инстаграму, а онда је урађена правописна и лексичка анализа и представљени могући разлози због којих је одређени садржај написан.

У трећем истраживању испитан је значај и употреба енглеских речи у свакодневном говору код ученика трећег и четвртог разреда у две средње школе у Трстенику. Истраживање је извршено коришћењем одговарајућег упитника конструисаног за потребе истраживања. Уз сагласност управе у овим школама, упитници су подељени ученицима на почетку часа. Ученицима је објашњена сврха истраживања, а од њих се тражило да питања пажљиво прочитају, да буду потпуно искрени и да одговоре на сваку ставку. Предочено им је да ће одговори бити анонимни и поверљиви и да ће се добијени резултати користити искључиво у научне сврхе. Од ученика се није тражило да напишу своја имена на упитницима, како би се смањила могућност давања социјално пожељних одговора.

Четврто истраживање односило се на професоре српског и енглеског језика у четрдесет средњих школа у централној Србији. Главни циљ овог истраживања било је утврђивање да ли професори примећују промене у начину употребе српског језика у усменом и писаном изражавању на часовима. Истраживање је извршено коришћењем одговарајућег онлајн упитника конструисаног за потребе истраживања. Из управе у школама узете су имејл адресе професора којима је прослеђен упитник. Укупан број професора који је учествовао у истраживању је 40. У општем упутству, испитаници су били замољени да пажљиво прочитају питања, на њих искрено одговоре и да дају одговор на сваку ставку. Учесницима је, такође, наглашено да ће одговори бити анонимни и поверљиви, те да ће се подаци користити искључиво у научне сврхе. Од испитаника се није тражило да напишу своја имена, како би се смањила могућност давања социјално пожељних одговора.

Резултати поменутих истраживања ће служити као водич за предочавање утицаја друштвених мрежа не само на језик, већ на културу свакодневног изражавања. На основу резултата добијених, професори

српског језика ће моћи да увиде утицај друштвених мрежа на ниво знања српског језика и на могуће узроке измена које примећују у језику у писаној форми испитивања. Резултати истраживања ће помоћи ученицима да схвате значај употребе правилног српског језика, како за даљи образовни развој, тако и за професионални, јер употреба жаргонских израза није прихватљива тамо где је обавезан стандардни језик, иако млади сматрају да употребом интернет сленга постају популарнији у друштву.

2. МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТУП ИСТРАЖИВАЊУ

2.1. Методе истраживања

У истраживању и изради рада доминантно је примењена метода контрастивне анализе, где енглески језик представља полазни, а српски језик циљани језик. Контрастивна анализа је усмерена на утврђивање норми и проблеме тражења преводних еквивалената у српском језику. Контрастирање обухвата следеће нивое:

- фонолошки, које истражује фонеме из енглеског језика које у процесу адаптирања добијају облике у српском језику,
- лексички и
- семантички ниво, где контрастивна анализа проучава значење енглеских речи које се користе у српском језику служећи се теоријом превођења.

Имајући у виду циљеве и карактер истраживања, примењена је и аналитичко-синтетичка метода, као и текст метода, а инструмент истраживања је упитник за испитанике. Због сложености и испуњења циљева истраживања, примењена је и статистичка и дескриптивна анализа.

Квантитативно истраживање проведено је анкетном методом, где је као инструмент употребљен упитник посебно конструисан за потребе овог истраживања и који је дистрибуиран испитаницима.

2.2. Испитаници и корпус истраживања

Корпус истраживање, спроведено је кроз анализу дискусија на форуму Крстарице и то у временском распону од тринаест година (Прилог 1), као и кроз анализу разлика између штампаног и електронског издања модног часописа са временском дистанцом од десет година (Прилог 3).

Корпус се у другом истраживању односи на 20 скриншотова са друштвене мреже Инстаграм. Инстаграм, тренутно најпопуларнији сервис друштвених мрежа, постао је занимљив лингвистички феномен, управо због чињенице да су његови корисници у проценту од 90% млади људи, те је комуникација презасићена англицизмима и новокованицама, својственим само младима. Са Инстаграма је преузето 20 реклама које се приказују у сваком моменту када корисници овог сервиса прегледају „приче“ својих пратилаца (Прилог 4). Трајност прича корисника је аутоматски ограничена на 24 сата, али када је реч о нашем корпусу, где се анализирају искачуће (енг: pop up) рекламе, њихова трајност није ограничена на 24 сата, без обзира што се појављују у причама.

У трећем истраживању испитан је значај и употреба енглеских речи у свакодневном говору код ученика трећег и четвртог разреда у две средње школе у Трстенику. Истраживањем је обухваћен 71 ученик.

У четвртном истраживању испитано је да ли професори примећују промене у начину употребе српског језика у усменом и писаном изражавању на часовима. Истраживањем је обухваћено 40 наставника енглеског и српског језика.

2.3. Инструменти истраживања

Као инструмент истраживања користили смо упитнике, један намењен ученицима и један намењен наставницима. Упитници су посебно креирани за потребе дисертације. У наставку рада детаљно ће бити објашњена структура оба упитника у односу на спроведена истраживања.

2.3.1 Упитник за ученике

За потребе трећег истраживања конструисан је упитник за ученике који се састоји од четири целине. Први део упитника обухвата седам питања и имао је за циљ да се прикупе основни подаци о ученицима: почетак учења енглеског језика, настава енглеског језика у средњој школи и слично. Други

део упитника обухвата 16 тврдњи које се односе на ставове младих о односу српског и енглеског језика на друштвеним мрежама. Трећи део обухвата 5 тврдњи којима су се обухватили ставови ученика о писаним формама изражавања на српском језику. У четвртом делу од ученика је затражено да пронађу значење понуђених англицизама који су најчешће у употреби на друштвеним мрежама. Овај део упитника имао је за циљ да се утврди у којој мери су ученици упознати са значењем датих речи које су у свакодневној употреби на друштвеним мрежама. Цео упитник је дат у прилогу 5.

2.3.2 Упитник за наставнике

За потребе четвртог истраживања конструисан је упитник за наставнике који је подељен у три целине. Први део састојао се од 14 тврдњи којима су се испитивали ставови наставника о употреби англицизама, како на друштвеним мрежама тако и у школи. Други део упитника обухватао је 5 тврдњи кроз које су наставници имали прилику да покажу на који начин они комуницирају на друштвеним мрежама. Трећи део упитника имао је за циљ да утврди у којој мери наставници познају терминологију коју млади користе на друштвеним мрежама. Цео упитник је дат у прилогу 6.

2.4. Значај истраживања

Резултати истраживања ће служити као водич за предочавање негативног утицаја друштвених мрежа, не само на језик, већ на културу свакодневног изражавања. Професори српског језика ће моћи на примерима да утврде у којој мери друштвене мреже условљавају слабији ниво знања матерњег језика код ученика, али и да обрате пажњу на евентуалне измене у писаној употреби српског језика под утицајем енглеског. Родитеље би требало да подстакне да појачају контролу своје деце која су константно изложена утицају друштвених мрежа, јер је то терен погодан за стварање жаргона и новог речника, који би их могао довести у ситуацију да не знају да протумаче преписку деце са другарима, што у крајњој линији може бити

изузетно опасно. Ученицима ће указати на значај правилне употребе српског језика, што је изузетно значајно и за њихов лични и за професионални развој. Требало би да их резултати овог истраживања подстакну да на жаргонске изразе гледају као на неприхватљиву друштвену појаву, без обзира што им се намеће став да употребом интернет сленга постају популарнији.

3. ДРУШТВЕНИ ФАКТОРИ КАО УЗРОЦИ МЕЂУЈЕЗИЧКИХ УТИЦАЈА

Као нераскидиви чинилац друштвеног живота, језик је одувек био друштвено условљен, услед чега су различите друштвене промене, превирања и кретања, у мањој или већој мери утицали на структуру појединих језика. Друштвене и језичке промене су се кретале у истом смеру, али им је у прошлости интензитет био различит. Чини се да је до 20. века, када глобализација обухвата све сфере друштвеног живота, темпо језичких промена¹ био спорији од друштвених. Информатички развој проширио је видове комуникације интензивирајући међујезичке утицаје, али и нарушавајући лексичко богатство појединих језика, у првом реду српског.

Лингвисти у Србији су свесни последица ових проблема, као и интеракције спољашњих и унутрашњих чинилаца у њиховом настанку. Стога је Одбор за стандардизацију српског језика 2019. године упутио предлог Конференцији универзитета Србије (КОНУС) да се српски језик уведе као обавезан предмет на универзитетима. Како истичу чланови Одбора, тренутни статус српског језика у образовном систему Србије, са изузетно малим бројем часова овог предмета у основним и средњим школама и без његовог озбиљнијег изучавања на факултетима, условио је изузетно низак степен језичке културе, чак и код факултетски образованог становништва. Одбор је предложио да изучавање српског језика на универзитетима траје најмање годину дана (Извор: Б92.нет од 15. 06. 2019. године). Функционалној, а тиме и медијској писмености, која се последњих деценија налази у центру интересовања, мора претходити елементарна писменост, односно елементарно нормативно познавање стандардног српског језика. Квантитативна заступљеност српског језика у основним школама у Србији

¹ Промене у језику не треба поистовећивати са развојем језика, који има позитивну конотацију, самим тим што је реч о природном језичком процесу.

неупоредиво је мања у односу на заступљеност матерњег језика у водећим европским земљама. У Француској ученици имају 12 часова матерњег језика седмично, у Немачкој девет, у Грчкој и Шведској осам, док се у образовном систему Србије тај број креће од пет часова у нижим, до четири часа у старијим разредима основне школе, да би у стручним школама српски језик био потпуно маргинализован и посматран као наставни предмет чије се знање подразумева. Ако се томе дода искљученост српског језика из система универзитетског образовања, јасно је зашто међу високошколцима све чешће срећемо особе чија је функционална писменост на изузетно ниском нивоу.

Као пропратни елемент занемаривања српског језика и његове културе, уочава се изражена англицизација у свим сферама друштвеног живота. О овој појави је Милош Ковачевић често говорио, истичући да је „данашњи српски језик, посматран и у целини и као систем варијаната, изложен веома јакој англицизацији. У српском језику дошло је до праве експлозије језичке англуманије, која сада прелази у свој екстремни стадијум – језички англохолизам, чија је основна карактеристика опијеност неконтролисаним уношењем свакојаким елемената и појава из енглеског језика у српски“ (извор <https://www.ekspres.net/scena/zaboravili-smo-srpski-jezik-i-svoju-kulturu> 05. март, 2018)“. Отуда се озбиљнији приступ овој појави намеће као друштвена неминовност.

Очигледно да језик није искључиво лингвистичка категорија, па се ни проблеми у језику, без обзира на њихову временску или географску дистанцу, не решавају искључиво у лингвистичким круговима. Он је у самом центру друштвене интеракције, те подразумева интеракцију свих релевантних друштвених чинилаца заинтересованих, како за његов развој, тако и за промене у језику. Кључну улогу у том процесу има социолингвистика, као грана лингвистике која се бави проучавањем веза између језика и друштва, али и проучавањем начина на који се језички постулати користе у различитом друштвеном окружењу. С обзиром на то да су језик и друштво вишеструко повезани, категорија променљивости ова два феномена је фундаментална, те се, као таква, за социолингвисте не доводи у питање. Питање се односи на доминантно поље деловање социолингвистике,

а различити научници акценат стављају на различите сегменте тог деловања.

За Прајда (Pride, 1973) социолингвистика није само интеракција социологије и језика, већ се проширује на све аспекте структуре и употребе језика који се односе на његове социјалне и културне функције. Прајд из тог разлога језик види као део друштва и културе и, кроз призму таквог виђења, дефинише га као канал којим људи преносе културу. Према Лабору (Labor, 1972:220), социолингвистика је проучавање језика у друштвеном контексту, док контекст може бити микро или макроконтекст. Микроконтекст истражује начин начин на који социјална структура утиче на језик, док се макроконтекст бави оним што друштво чини са својим језиком у погледу ставова и везаности. Према Трудгилу (Trudgil, 1974), социолингвистика је онај део лингвистике који се бави језиком као друштвеним и културним феноменом. Такође, Трудгил каже да социолингвистика истражује поља језика и друштва и да је уско повезана са друштвеним наукама, рачунарством, математиком, геологијом, социјалном психологијом, антропологијом, хуманом географијом и социологијом. Џул (Yule, 1985) дефинише социолингвистику као науку која је на размеђи језика и друштва. У својим дефиницијама се слаже са Трудгилом и каже да језик има јаку везу са антропологијом кроз истраживање језика и културе, али и са социологијом кроз пресудну улогу коју игра у организацији друштвених група или институција. Социолингвистика је уско везана и за социјалну психологију кроз начин изражавања ставова и перцепције и кроз идентификацију понашања у групи и ван групе. Хадсон (Hudson, 1980) дефинише социолингвистику као „проучавање језика у односу на друштво“. Подразумева се да језик без друштва не може функционисати, јер кроз језик наша хуманост усклађује наше постојање. Без језика, друштво ће бити у функционалном хаосу, јер се оно одржава кроз језик. Коулман (Coulman, 1997) каже да се социолингвистика бави проучавањем корелације између језика - употребе и друштвене структуре. Полазећи од тог става, значај социолингвистике је у покушајима да успостави повремене везе између језика и његових корисника у друштву, питајући се који језички код

доприноси најбољем функционисању заједнице, односно на који начин језик обликује саму заједницу.

Кроз сваку од ових дефиниција провлачи се тежња за бољим разумевањем природе односа између две међусобно условљене категорије. Намеће се закључак да су структура језика и структура друштва нераскидиви делови сваке социолингвистичке анализе у чијој је основи увек човек, јер се специфични друштвени и језички домети увек остварују у комуникацији човека са човеком. Језик, као средство општења, првенствено врши комуникативну² функцију. Он је уједно и систем знакова (мисли, осећања, порука) који се остварује међу људима. Стога је његова друштвена функција сазнајна (когнитивна³) или значењски изражајна (експресивна⁴). У таквој корелацији неминовно је да постаје основно средство којим се преносе искуства и знања из једне генерације у другу. Зато је једна од основних функција језика акумулативна⁵, јер по својој природи он сабира и чува традиционалне културне и цивилизацијске вредности заједнице која тим језиком говори. Ове три функције су полазиште у анализи било ког природног језика, као незаменљивог инструмента општења у заједници (Станојчић, Поповић, 2004:5).

3.1. Утицај информационих технологија на промене у језику

Велике друштвене промене које су крајем 20. и почетком 21. века обухватиле све земље света, а посебно нас, још увек трају користећи, између осталог, и језик као моћно оруђе различитих глобалистичких идеологија. У периоду убрзаног развоја информационих технологија, нарочито оних које залазе у сферу комуникација, наш свакодневни живот попримио је облик информатичке зависности. Интернет је неслућеном брзином прешао пут од пожељног до неопходног, те су рачунари, таблети и паметни телефони

² од лат. *communicati* – „саопштавање“, „општење“

³ од лат. *cognitio* – сазнање

⁴ од лат. *expressia* – израз

⁵ од лат. *assimilatio* – нагомилавање

постали незаобилазни део наше свакодневице доносећи нам, не само промену стила живљења, већ и низ нових лексичких образаца које смо, хтели то или не, били приморани да усвојимо. Самим тим што су постали неопходни, нови електронски уређаји су постали и свима доступни, преузимајући улогу једног од незаобилазних чинилаца људске егзистенције. Социјална отуђеност, коју убрзан темпо живота доноси, превазилази се комуникацијом на друштвеним мрежама, односно привидним осећајем заједништва као начином да човек своју природну потребу за другим човеком вештачки надомести. Многи аналитичари сматрају друштвене мреже једним од најбољих технолошких изума за комуникацију у историји човечанства, између осталог и због тога што свима омогућавају да информације несметано деле са другим корисницима. Паралелно са предностима које информационо – комуникационе технологије доносе, глобална заједница се суочава и са бројним изазовима. Многи од њих измичу обичном људском запажању и рационалној контроли, али се константно прилагођавање и обликовање форме језика осећа на свим пољима.

Једна од најевидентнијих промена уочава се у односу младих према српском језику и његовој употреби. Интензивно неформално комуницирање, у коме брзина реаговања има примат над квалитетом, постаје основно обележје виртуелног света чијим је оквирима омеђен савремени живот. Појава друштвених мрежа условила је доминацију енглеског језика, померајући границе усмене и писане комуникације. Тај процес је нарочито евидентан када је у питању млађа популација, већ самим тим што су они примарни корисници друштвених мрежа. Разговор на друштвеним мрежама у већини случајева се одвија у писаној форми, где је потреба за бржим протоком информација довела до занемаривања правописне норме и недовољног поклањања пажње језичкој стандардизацији. Овај негативан тренд није карактеристичан само за говорна подручја у којима се употребљава српски језик. У земљама енглеског говорног подручја све је више истраживања о променама енглеског језика под утицајем друштвених мрежа. Ако су информационе технологије оставиле траг чак и у енглеском језику, на коме су суштински базиране, јасно је у којој мери се њихов утицај

осећа на свим говорним подручјима, па самим тим и у српском. У том смислу бисмо могли говорити о фонетским, морфолошким и синтаксичким променама, али девијантан утицај енглеског језика најизраженији је у лексици и правопису српског језика. Посматране из перспективе добробити коју интернет и развој информационих технологија доноси, овакве промене у језику можемо сматрати домино ефектом. Са порастом популарности дигиталних медија, коју су им омогућили паметни телефони и таблети, друштвене мреже су постале неизоставни део живота младих. Питање које се намеће је да ли је вршњачки утицај на друштвеним мрежама допринео променама у начину говора. Дејвид Кристал је проблем измене говора код младих препознао још 2004. године. Тада је истакао да развој друштвене функције интернета игра одлучујућу улогу у језичкој револуцији и да се нове вредности које интернет намеће рефлектују на језик младих, али и свих корисника друштвених мрежа. Новине у језику и њихово уплитање чак и у језичку структуру, најочигледније су на ортографском и лексичком нивоу (Crystal, 2004:91). Бугарски у својој књизи „Језик и култура“ примећује стварање посебног стилског хибрида писаног језика који има особине неформалног говора, имајући у виду чињеницу да млади користе језичка средства на опуштенији начин јер „језички стандард лако клизи у субстандард и жаргон“ (Бугарски, 2005:24). У истој књизи наводи да је та врста интернет жаргона везана и за потребу тражења сопственог идентитета, с обзиром на чињеницу да млади теже осећају припадности колективу и на тај начин стварају свест о сопственој личности. Прћић у књизи „Енглески у српском“ примећује да неисправну употребу српског језика на друштвеним мрежама узрокује природа саме мрежне комуникације и хибридизација српског језика под утицајем енглеског, те ставља акценат да такав језички хибрид настаје под утицајем норме енглеског и недовољног познавања матерњег језика (Прћић 2005:78).

Реч *позајмљивање* (borrowing) као термин употребљава Едвард Сапир у свом делу „Језик“. У поглављу „Како језици утичу један на други“ (Сапир 1921:205–220) ознаку *позајмљивање* проширује на *позајмљивање речи*:

„Најједноставнија врста утицаја којом један језик може да утиче на други јесте позајмљивање речи“ (Сапир 1921: 206).

Основна начела језичког позајмљивања су:

а) један језик утиче на други који прима страни материјал или се његов властити језички материјал формира према страним узорима и

б) лингвистичка позајмљивања могу настати из потребе, али и под утицајем наметања, помодарства и незнања, уз могућу комбинацију два - три узрока.

У првом случају се позајмљују садржаји и речи, па су најчешће позајмљенице имена места, лична имена и имена увезених ствари. Ако културно инфериорнији језик позајмљује од културно супериорнијег, знатно ће се повећати број подручја из којих ће се позајмљивати. Ако је језик прималац на вишем културном нивоу и припада народу развијеније цивилизације, знатно ће се смањити број подручја из којих ће се позајмљивати.

Узроци међујезичких утицаја су економско-културолошки и просторни контакти. Економски моћне друштвене заједнице имају водећу и одлучујућу улогу и утицај у међународним односима. Захваљујући таквој позицији оне, ради остварења својих циљева и интереса, намећу другим друштвеним заједницама свој друштвени живот, па и свој језик. Посебан случај представља појава позната под именом културни контакт. Бугарски (2003:59) објашњава да је културни контакт појава да неки светски доминантан језик, посредством комуникација и културне сфере, утиче на развој другог језика са којима може, али и не мора, да буде у географском суседству. Овај феномен посебно је актуелан у данашњем свету, где енглески и још неки језици функционишу као језици даваоци, према географски веома широком спектру језика прималаца.

Први компјутери су имали инсталиране оперативне системе на енглеском језику, тако да је њихово коришћење било ограничено на ужи део популације. Распрострањена употреба рачунара у целом свету довела је до промена у свим светским језицима под утицајем енглеског, који се ширио захваљујући ширењу интернетских мрежа, те је као део свакодневице постао

и свеприсутан. Државе Европске уније су превеле рачунарске термине на своје језике и на тај начин извршиле стандардизацију информатичке терминологије. То у српском језику није учињено још увек, иако постоје интерни покушаји неких групација који се крећу у том смеру, што очигледно није довољно да бисмо данас могли говорити о стандардизованој терминологији у овој области. Мора се, ипак, признати да је Бил Гејтс дао непроцењив допринос дозволивши превод Микрософт програма на српски језик, тако да од априла 2009. године можемо прочитати да је „*Микрософт Интернет Експлорер 8*, најпопуларнији програм за прегледање Интернет садржаја, **доступан и на српском језику**. *Веб читач који користи преко 2/3 корисника рачунара широм света добио је издање које је потпуно локализовано за тржиште Србије: поред приказивања свих команди и менија на српском језику, и то на оба писма – ћирилицу и латиницу, корисници из Србије од данас могу користити и додатке за Интернет Експлорер 8 који су развијени специјално за домаће тржиште, и то од стране домаћих компанија“* (<http://www.microsoft.com>).

Енглески језик би се могао назвати матерњим језиком информационих технологија, а самим тим и интернета. Ако се не ограничимо искључиво на значај који он у овој области има, већ и на промене до којих је дошло у енглеском језику под утицајем новог “електронског” језика, онда је оправдано говорити о појави паралелног језика на друштвеним мрежама, такозваног *онлајн* језика. Овај језик се видно разликује од стандардног енглеског језика, те је заправо он имао највећи утицај на промене у српском језику, о чему ће бити речи у наредном делу рада.

На територијама енглеског говорног подручја информационе технологије се најдуже користе, па је у њима заступљен и највећи број корисника интернета, међу којима је новонастали језик добио назив *онлајн* језик. Проблем, међутим, настаје када *онлајн* језик пређе у *офлајн* употребу, то јест када почне да се користи у свакодневној комуникацији. У енглеском *онлајн* језику упадљиве су скраћенице, тако да се чак праве листе најпопуларнијих скраћеница у Великој Британији. На интернет страници <http://www.innocentenglish.com/news/texting-abbreviations-collection-texting->

[slang.html](#) можемо видети листу великог броја скраћеница које се користе у свакодневној интернет комуникацији, а које све чешће срећемо у писменим задацима тинејџера на часовима енглеског језика, њиховим приватним порукама или слушамо у свакодневној вербалној комуникацији. Неке од њих су: B4 (before); TY (thank you); I ♥ U (I love you); R (are); WB (welcome back) и многе друге.

Онлајн комуникацију, такође, карактерише и честа употреба сленга, сличица такозваних смајлија или емотикона (emot(ion) + icon), који су условљени са једне стране потребом за економичношћу у језику, а са друге прилагођавањем популарним комуникацијским обрасцима. Обично имају од два до пет карактера, увек у истој линији. Емоције и ставови, који се у комуникацији лицем у лице преносе говором тела, сада се изражавају емотиконима. Користе се у инстант порукама, интернет форумима, чету и СМС-порукама. Према је комуникација преко интернета у односу на говорну краткотрајна, ограничена и успорена, њена предност је у лакој преправљивости, спонтаности и маштовитости. Дејвид Кристал (Crystal, 2001:85), експерт за лингвистичке аспекте интернета, каже да интернет говор (енг. netspeak) више личи на писани језик који је на неки начин скренуо на пут говорног језика, него на говорни језик који је записан, па је тако постало неминовно увођење новог назива којим се, у складу са новонасталим околностима, означава посебна врста интеракције трећег миленијума. Ако се зна да је сваки језик на свету „живо ткиво“ које је уткано у идентитете појединих народа, биће занимљиво пратити очигледан развој интернет језика, који по свему судећи веома лако прелази преко националних баријера и граница. За разлику од свих других језика, интернет језик своје постојање оправдава ничим другим до својом глобалном заступљеношћу. У књизи: *A glossary of netspeak and textspeak* истог аутора (David Crystal, 2009) можемо наћи листу емотикона који се најчешће користе. Најпопуларнији код нас су: :-) којим се означава осмех или срећа, :-(за изражавање туге, ;-)) као ознака за намигивање, (:-X за тишину, то јест ућуткавање онога са којим се дописујемо и још многи други.

Ако овакве трансформације доживљава најзначајнији језик информационих технологија, неминовно се намеће питање чиме је условљена и ради чега дозвољена толика променљивост у њему. Одговор можда можемо потражити у чињеници да развој савремених технологија, који подразумева модернизацију свакодневног живота, морају пратити и промене у језику, чак и када је у питању толико распрострањен и значајан језик, као што је енглески. Анализа истраживања, која су у Британији (ББЦ, 2005) урађена на узорку од 2000 људи за интернет страну www.msn.co.uk, показују да неће бити изненађујуће ако обични поздрави „Hello“ и „Good bye“ у наредних педесетак година буду замењени поздравима *онлине* језика: „Hey“, „G'day“, „Hola“, „Howdy“ и другим. Утицај који овај вид комуникације оставља у језичким токовима свакодневног живота огледа се у две ствари:

- а) брже се прича и
- б) користи се знатно више сленга ⁶

Његова изузетна распрострањеност, која га данас чини доминантним светским језиком, често се доводи у везу са информационим технологијама, али и са тежњом за друштвеним престижом, јер се непознавање енглеског језика неретко тумачи као одређена врста културолошког хендикепа. Химе (Нуме, 1961) нуди свеобухватнији приступ еволуционом проучавању језика. Енглески реченик је карактеристичан по својим космополитским карактеристикама, јер је речи у великој мери позајмљивао из германских и романских језика, упијајући током векова не само латинске или француске лексеме, већ и десетине хиљада речи из многих других језика. То што је показао невероватну способност да уплива у многе сфере људског деловања, омогућило му је да открије изузетан магнетизам у позајмљеницама, развијајући космополитску природу своје лексике. На њу, између осталог, упућују речи као што су: ниша, алкохол и харем (арапски), тајкун и икебана

⁶ Неки израз се сматра сленгом ако испуњава барем два од следећа четири услова: 1. смањује формалност говора или писања, 2. његова употреба имплицира да је говорник упознат са оним на шта се израз односи или да је присан са групом која га слуша, 3. то је неприхваћен термин у обичном говору људи вишег социјалног статуса или веће одговорности, 4. замењује обичан, добро познат синоним

(јапански), табу (тонгански), неких 10.000 речи француског порекла, али и огроман прилив латинских речи још из времена ренесансе. Милош Ковачевић, уочавајући опасност која прети српском језику од страних утицаја, подсећа да је још Свети Сава говорио да је „српски језик свјетлост разума и да свако ко мисли да припада Србима мора да зна српски језик и то тако да га не мијеша са другим језицима. Данас се боримо за чистоту и за српски језик под великим утицајем англицизама, енглеског језика и других утицаја, а и у Савино доба очито је било исто“. Борба за очување језика мора бити континуирана и трајати без престанка. Она често може личити на борбу са ветрењачама, посебно у доба процвата информационих технологија. Међутим, баш то што је природан живот замењен онлајн животом, свакодневни разговори комуникацијом на друштвеним мрежама, што стандардни српски језик, правопис и култура изражавања дају свој данак виртуелном животу и комуникацији, борбу за очување српског језика више не можемо сматрати потребом или жељом, већ видом друштвене одговорности. Енглески језик је веома погодан да постане европски *lingua franca* због своје функционалне прилагодљивости и распрострањености широм света, те као језик комуникација готово неосетно постаје универзални језик. Више не постоји никаква сумња да информационе технологије мењају свет, али такве друштвене промене се обично не дешавају без промена у језику, те је њихова условљеност очигледна у свим језицима света.

Промене које су се вековима догађале у српском језику најчешће су биле неконтролисане, улазиле на мала врата и одвијале се далеко од очију јавности, утичући, на овај или онај начин, на промену његове структуре. Убрзан темпо живота убрзао је и процес промена у језику, те су захваљујући информационим технологијама све нефилтриране промене постале доступне великом броју људи, што до савременог доба није био случај. Захваљујући глобалној комуникацији, утицај других и другачијих језика никада на овим просторима није био евидентнији и снажнији, мењајући не само наш језички, већ и културолошки код.

Међународна комуникација се данас одвија готово искључиво на енглеском језику, који улазећи невероватним интензитетом и брзином у образовни систем свих земаља света, постаје не само матерњи језик информационих технологија, већ језик чији је статус у школама изједначен са статусом матерњег језика. То што свака научна област има своју терминологију и доминантан језик и стил, обично не утиче на промене у језицима, али такав случај није са терминологијом информационих технологија. Један од разлога којим се ова појава објашњава налази се у чињеници да се информационе технологије нису задржале у оквирима уске групе стручњака који се њом баве, већ су постале део свакодневне комуникације. Иако свеprisутан, овај феномен није заступљен у истој мери у свим деловима света, али је на српском говорном подручју изузетно изражен. Према Микрософтовом истраживању, одрађеном 2009. године, показало се да сваки пети грађанин користи компјутер, док сваки десети користи повремено или стално интернет (*Употреба информационо- комуникационих технологија у Републици Србији*, Републички завод за статистику Србије, 2009). Познавање терминологије информационих технологија достигло је ниво нужне писмености грађана. Интеракција стандардног језика и језика савремених технологија тек је у зачетку, али из дана у дан постаје све израженија. Она је најупечатљивија у лексици, правопису и појави све већег броја акронима, а лагано залази и у домен семантике. Развој технологије прати и појава нових речи, које су углавном преузете из енглеског језика, али је евидентно да речник информационих технологија најлакше крчи пут ка лексици нашег језика.

Тиме се може објаснити појава великог броја акронима, скраћеница састављених од почетних слова неких речи која заједно написана служе за означавање одређеног појма. Акроними се свакодневно користе у српском језику, али не постоје одређена правила за њихову употребу, те их на једном месту срећемо у изворном облику, на другом деклиноване, на трећем употребљене у облицима множине. Осим чињенице да нису нормом обухваћене, појављује се проблем и код њихове употребе у ћириличном писму, јер се намеће питање на који начин писати акроним настао од

енглеских речи, што је овде углавном случај. На интернет страници www.acronymfinder.com може се наћи значење великог броја акронима. Нису ретке ситуације да се у комуникацији на друштвеним мрежама праве и смишљају неки нови акроними, чије значење разумеју једино учесници дискусије, али се њихова употреба брзо шири изван тог круга чинећи их саставним делом онлајн речника, што је посебно изражено међу младима. О свим овим појавама ће у даљем раду бити више речи, па се надамо да ће нас анализе и истраживања довести до одређених закључака.

Још једном наглашавамо да су промене у српском језику неминовне и да покушај заустављања њиховог природног тока није наш циљ, тим пре што би се појам језичке променљивости могао довести у блиску везу са његовим развојним путем, коме уосталом теже сви језици. Међутим, прихватање енглеских термина из области информационих технологија, што се очигледно тешко може избећи, не представља развојни пут једног језика, већ управо супротно. Намеће се питање колико људи уопште примећују ове промене и колико их развој или кварење сопственог језика занима. Ленард (Leonard, 1959) истиче да је употреба језика током протеклих векова довела до неколико промена у лексичком, синтаксичком, семантичком, структурном и граматичком значењу, те каже да „пажљивије испитивање открива да су неке речи готово исте као и наше, да су друге претрпеле значајне промене, а да су друге нестале као резултат употребе језика“. Друштвене мреже последњих неколико деценија најснажније утичу на категорију променљивости језика, чему доприноси изузетно велики број њихових корисника који се из дана у дан повећава енормном брзином. Ленард (Leonard, 1959) при томе указује на проток информација, као најзаступљенији вид савремене комуникације. Две димензије комуникације, о којима он говори, стварају два вида ограничења која се међусобно повезују, чинећи данашњи језик језиком информација. Џул (Yule, 1985) је објаснио да „комуникација обично укључује двоје људи“, тако да се сва комуникација може анализирати кроз ситуације које подразумевају говорника и адресата. Са друге стране, језик има много неодвојивих додирних тачака са различитим аспектима људског живота. Основни ставови који се приписују

модерним лингвистима и које заговара одбор за језик, могу се дефинисати кроз неколико сегмената: језичка променљивост је неминовност; промена је неопходна, те као таква не представља корупцију већ побољшање; њена употребна вредност условљава њену исправност; коришћење језика је релативна категорија. Употреба језика има везе са различитим манифестацијама језика. Роб Поуп (Rob Pope, 1998) тврди да све „расправе језичких центара“ воде ка ономе што он назива „нивоима употребе“. Према Робу, израз „сленг“ претрпео је снажно ширење свог значења и применио се на толико много врста речи, да је данас тешко повући јасну границу између онога што је сленг и онога што није. За њега се сленг не може дефинисати ни облицима ни строгим значењем самих речи; може се, међутим, окарактерисати у смислу предложених осећања која прате одређене речи - њихове конотације, а не денотације. Данас се енглески језик користи као језик масовне комуникације, штампаних медија, владе, закона, банкарства, финансија, наставе, упутстава, трговине, па чак и у технолошком напретку. Уједно је постао основа технологије и техничких наука.

Образовање, старост, пол и други социјални параметри одређују и избор начина на који ћемо употребљавати језик. Такође, и социјални статус говорника утиче на употребу језика у одређеном друштву. Џул (Yule, 1985) идентификује концепт престижа. Категоризацијом говорника или корисника енглеског језика у Нигерији према нивоу образовања, идентификоване се групе као што су високообразовани корисници, просечно образовани и минимално образовани корисници. У том погледу износи уверење да нечија старост и пол одређују избор употребе језика. Истиче да су се многи млади говорници, посебно студенти, помирили са употребом другог дијалекта, различитог од језика њихових родитеља. У погледу родних варијација, говорнице имају тенденцију да користе престижније облике од мушкараца са истом социјалном позадином.

Свет све више доживљавају (барем они који имају приступ новој технологији) као неку врсту глобалног села, како је шездесетих година 20. века рекао писац Меклахан (McLuhan). За електронске медије, посебно за иновативна средства помоћу којих се пласирају информације, као што су

кабловска и сателитска телевизија или програм за обраду текста, често се каже да брзо трансформишу свет у којем живимо. Самим тим што су упечатљиви и лако уочљиви, заузели су привилегован положај у процесу разумевања комуникације чинећи говор готово непримећеним.

3.2. Појам друштвених мрежа

Може се рећи да су друштвене мреже једно од најпопуларнијих технолошких достигнућа у историји човечанства. Својим развојем, напредком и доступношћу глобалној заједници, оне улазе у све поре људског живота мењајући не само стил живљења већ и начин комуникације између друштва, организација и појединаца.

Ширење обима друштвене и пословне интеракције, која је одавно изашла из националних и досегла међународне оквире, условило је да напредак у развоју комуникационих технологија цео свет доживљава као огроман цивилизацијски искорак. Социјална интеракција је, без сумње, један од главних, можда и иницијални, циљ стварања и распрострањања друштвених мрежа. Виртуелне заједнице су путем дељења и размене информација створиле специфичан језички стил, разумљив, близак и лако доступан свим члановима своје мрежне структуре. Огроман технолошки напредак коме човечанство сведочи има своје лице и наличје, те би сваки озбиљнији приступ његовом проучавању подразумевао различите углове посматрања и вишеструке тачке гледишта. Развој и еволуција друштвених мрежа учинила их је најбољим и најзаступљенијим медијем за комуникацију, о чему сведочи податак да их користи чак две трећине светске интернет популације, служећи се при том језиком који не мора нужно бити стандардизован, јер не подлеже никаквом виду цензуре. Уколико знамо да је енглески језик доминантан на друштвеним мрежама, онда се пред сваким озбиљнијим словенским лингвистом намеће питање коликав је утицај овог језика на ортографску и ортоепску норму српског језика, с обзиром на чињеницу да су том утицају најподложнији млади код којих се вештина читања и писања тек развијају. Може се у том смислу говорити и о развоју

неке друге и другачије културе изражавања, подстанкуте управо свеприсутношћу промена изазваних интензивним коришћењем друштвених мрежа.

Мреже, као средство комуникације и повезивања, карактеристичне су по свом константном ширењу, јер потреба за повезивањем родбине, познаника и пријатеља иде корак даље доводећи до низа нових познанстава и нових облика сарадње кроз успостављање заједничких пословних или академских интереса, чиме се процес умрежавања непрестано наставља.

Као што је већ речено, директна веза између развоја друштвених мрежа и изражене англицизације толико је очигледна да се данас свуда у свету спроводе истраживања о овом феномену који ни у једном свом сегменту није заобишао ни српски језик. На то посебно упозорава стагнација у развоју говорних и писмених способности младих, као најистакнутијих корисника друштвених мрежа, која се не односи само на недовољно познавање матерњег језика, већ и на неправилно коришћење енглеског. Истраживање стила који доминира у интернет комуникацији широм света показало је услед чега долази до крупних језичких промена и занемаривања српског језика, али је уједно отворило могућа поља деловања која би требало да доведу до заустављања те праксе и отварања већег простора за очување и неговање културе изражавања.

Термин *social media* у српском језику је преведен као *друштвене мреже* и први пут се јавља у периоду између 1994. и 1995. године, када је основана прва веб локација са друштвеним мрежама Geocities (Goble, 2012; Kithart, 2011). Неколико година касније, тачније 1997, покренути су AOL instant messenger (АОЛ инстант месенџер) и Sixdegrees.com. Међутим, друштвене мреже су почеле да постоје када је 2002. године покренут *Friendster*, а годину дана касније *LinkedIn* и *MySpace*. Најпопуларнија веб локација Facebook (Фејсбук) покренута је 2004. године, а неколико година након ње и Инстаграм (Goble, 2012; Kithart, 2011). Фејсбук је постао најуспешнија друштвена мрежа, јер се врло брзо издвојила од осталих због своје специфичне платформе и напреднијих карактеристика у односу на оне које

су биле у употреби до 2012. године. Од тог периода је и израз *друштвене мреже* постао познат и општеприхваћен.

Социјални медији и друштвене мреже су појмови који се користе наизменично, често у истом контексту. Међутим, социјални медији се односе на софтвер у облику веб страница и других мрежних заједница, као што су друштвене мреже и микроблогирања, које је креирала велика група људи (позната као корисници) за размену информација, идеја, личних порука, разговора или за развој пословних контаката. Група истраживача⁷ је 2012. године технологију друштвених мрежа дефинисала као веб и мобилне апликације које омогућавају појединцима и организацијама да креирају, ангажују и деле идеје или постојећи садржај у дигиталном окружењу кроз различите облике комуникације.

Друштвене мреже, дакле, представљају вид друштвене интеракције који се одвија у виртуелним заједницама. Андреас Каплан (Andreas Kaplan) и Мајкл Хајнлајн (Michael Heinelein) дефинисали су друштвене мреже као групу интернет апликација заснованих на идеолошким и технолошким основама Веба 2.0 које омогућавају стварање и размену корисничког садржаја. Базиране су на мобилним и веб технологијама које стварају високо интерактивне платформе путем којих појединци и заједнице деле, кокреирају, расправљају и модификују садржаје. Самим тим, оне су унеле свеобухватне промене у процес комуникације између организација, заједница и појединаца. На овим веб локацијама, не само да се може доћи до информације, већ и на путу њеног изналажења остварити комуникација са другима. Као такве, постале су један од главних канала за „ћаскање“ путем платформи као што су Фејсбук, Инстаграм, Вајбер, Твитер и многе друге.

3.2.1. Фејсбук

Друштвена мрежа Facebook - Фејсбук званично почиње да се употребљава 2004. године и то као сајт затвореног типа, у почетку доступан

⁷ Davis III, Deil-Amen, Rios-Aguilar, and González Canché

само студентима са Универзитета Харвард. Група студената овог универзитета га је и основала, иако се Фејсбук везује за име Марк Цукерберг, који је био на челу поменутог студентског тима. Сајт веома брзо стиче популарност, те се почиње користити за умрежавање других универзитета. Године 2006. наступа његово интензивно ширење, јер излази из оквира студентске и универзитетске мреже и прераста је у глобални сајт коме су могли приступити корисници широм света.

Осим ширења комуникације међу људима, која чини идејну основу за настанак ове мреже, данас се на Фејсбуку може развити читаво пословно царство. Ту је мноштво маркетиншких алата прилагођених интересовањима различитих социјалних слојева, могућност за играње најразличитијих игрица, за креирање сопствене групе обједињене скупином корисника истих интересовања, што све у суштини доводи до стварања личног виртуелног света којим господари човек. Његова популарност се свакако може мерити и огромним приходима, као и порастом цене на берзи акција ове друштвене мреже. Чињеница да скоро сваки трећи становник планете има отворен кориснички налог на Фејсбуку, најбоље сведочи о његовом утицају и распрострањености. Свакодневни развој и унапређивање ове друштвене мреже јесте неопходно и то управо на начин који би је учинио још интересантнијом и привлачнијом корисницима. Ако се уопште може говорити о заштити података на интернету, онда треба рећи да је она овде на релативно високом нивоу, што додатно доприноси његовој популарности. Ту је корисник у центру пажње: прате се његова интересовања, контакти, странице које посећује или означава да му се свиђају, те на основу тога креира мала база података. Након тога, Фејсбук му нуди предлоге нових садржаја које може пратити и страница које би га могле интересовати. На овај се начин задржавају постојећи и привлаче нови корисници.

Фејсбук се користи како у приватне, тако и у пословне сврхе. Осим неопходности мрежне везе са интернетом, регистрација на Фејбуку је бесплатна, што је још један од разлога његове велике популарности. Осећај повезаности појединца са целим светом, као један од начина да се превазиђе савремени проблем отуђености и изолованости, нашао је своје упориште

током пандемије вируса Ковид 19, који је људе закључао у куће и одвојио од физичких дружења. Управо од марта 2020. године наступа експанзија употребе Фејсбука, али и свих друштвених мрежа, јер се са једне стране повећао број корисника, а са друге број сати проведен на интернету. Само у Италији, која је појавом овог вируса у Европи била највише погођена, Фејсбук је забележио пораст утрошеног времена на свим својим платформама за 70%, а слање порука порасло је за више од 50%. Видео позиви у свим деловима света су се више него удвостручили. За саму компанију, ова вест је била изузетно значајна, с обзиром на то да је последњих година Фејсбук бележио пад у броју корисника. Међутим, из компаније кажу да им интензивирана употреба друштвених мрежа оптерећује ресурсе. Алекс Шулц (Alex Schultz) и потпредседник инфраструктуре, Џеј Пареик (Jay Pareikh), су изјавили да је „раст употребе због пандемије Ковид 19 без преседана у индустрији и ми свакодневно доживљавамо нове рекорде у коришћењу“, као и да је „одржавање стабилности током ових пикова изазовније него иначе (с обзиром на то да) сада већина наших запослених ради од куће“ (извор: <https://www.engadget.com/2020-03-24-facebook-is-struggling-to-keep-up-with-unprecedented-traffic.html>).

Када говоримо о пословној употреби ове мреже, без обзира на то који је посао у питању, маркетинг који нуди Фајсбук је неупоредиво већи и бољи од свих осталих. Толико велики број корисника по аутоматизму означава да ће рекламу одређеног производа, која је на овој мрежи такође бесплатна, видети огроман број људи. Пословним заједницама, које нису у могућности да плате израду својих веб страница, ова друштвена мрежа нуди могућност да то учине бесплатно и да имају исти, можда чак и бољи учинак, јер ће преко ње допрети до већег броја људи, а тиме и до потенцијалних клијената. Промоција се одвија на исти начин као на веб страницама, али је интеракција много већа, чиме се отварају веће могућности пословања. Редовно ажурирање објава, објављивање анкета или фотографија, имена контаката и основних података у потпуности су доступни свим клијентима, те све то уз чињеницу да су бесплатни, што чини још једну од предности ове друштвене мреже.

Чување приватности својих корисника је једна од ставки на чијем унапређењу Фејсбук константно ради, што доводи до тога да слови за друштвену мрежу на којој је заштита података на виском нивоу. Корисницима је остављена могућност да путем поставки на корисничким налозима сами изаберу са ким желе поделити своју приватност. Такозване пријатеље на Фејсбуку, односно кориснике са којима желе бити у контакту, прихватају и бирају сами, али им је остављена могућност и да изаберу да ли одређени садржај желе или не желе поделити са другима. Такође, сортирајући своје Фејсбук пријатеље у различите групе, корисници ове друштвене мреже прилагођавају приватност сопственим жељама омогућавајући само неком поједницу, неколицини блиских пријатеља или родбини да буду упознати са појединим садржајима. Са друге стране, садржаје који им се чине непримереним могу пријавити Фејсбуку, који разматра могућност њиховог уклањања. Начин приступања овој друштвеној мрежи је веома једноставан. Регистрацијом путем електронске адресе (имејл) прави се кориснички налог на коме корисник оставља оне податке које жели поделити са околином. Приликом регистрације кориснички налог се активира лозинком познатом само кориснику, чиме је обезбеђена заштита приватности, али је остављена и могућност једноставне деактивације и гашења налога.

Због свега наведеног, Фејсбук је последњих година постао је један од најпопуларнијих сајтова овог типа, доступан на преко 70 светских језика са преко 400 милиона корисника, од којих је чак 2.029.260 из Србије⁸ (податак пронађен на блогу AdriaTalk.com). И поред чињенице да се комуникација на Фејсбуку одвија на бројним светским језицима, те да његови корисници не морају обавезно бити познаваоци енглеског језика, она у толикој мери обилује англицизмима да то постаје лингвистички феномен отворен за различита истраживања и студије. У овом делу рада ћемо се осврнути само на неке појмове (у вези са Фејсбуком), који ће нам послужити као манифестација директног уплива англицизама у српски језик.

⁸ податак из 2010. године

Апликација (application) је појам под којим се подразумева софтверски програм прилагођен интеракцијама корисника. Најчешће је реч о стандардним веб апликацијама чија је намена да олакшају размену садржаја или интеракцију између Фејсбук странице, сајта, блога и њихових корисника.

Лајк (like) је један од израза чија је одомаћеност у српском језику директно повезана са појавом Фејсбука. Најједноставнији превод овог термина је „свиђање“, тј. „свиђа ми се“. Међутим, његова употреба на Фејсбуку везује се за три ситуације:

1. лајковањем неке Фејсбук странице постаје се њен пратилац и обожавалац (фан);
2. лајковањем се изражава допадање или саосећање са текстом, коментаром, фотографијом неког пријатеља или усаглашеност са објавом на одређеној веб страници;
3. дугме “like” (често означено сличицом палац дигнут нагоре) може да буде постављено уз текстове, или било какав садржај, са намером да пратилац кликом на њега препоручи тај чланак својим Фејсбук пријатељим; обично се тај линк неће наћи на налогу корисника који га препоручује, већ само међу недавним активностима.

Фан (fan) је назив за особу која је одлучила да „лајкује“ Фејсбук страницу одређене организације, односно постане њен обожавалац, па ће се на њеном News Feed-у (новостима) појављивати њихове објаве.

Анлајк (unlike) се користи као антоним за израз лајк, а термин анлајковати је ушао у употребу у свом изворном енглеском облику. Ако је претходно лајкован неки статус, коментар или страница, поновним кликом на исто дугме он ће бити практично поништен. Преведено на српски језик значи „не свиђа ми се“.

Френд (friend) је израз који је, под утицајем енглеског језика и његове употребе на Фејсбуку, полако код младих истиснуо реч пријатељ. Они све чешће једни друге називају френдовима, мада се тај израз не односи само на пријатеље из реалног света, већ и на оне којима се шаље захтев за пријатељство или прихвата њихов позив у циљу међусобног праћења објаве или остваривања неког вида комуникације. Пријатељи на овој друштвеној

мрежи могу бити класификовани у различите групе (Friend List) како би објаве биле видљиве само онима које корисник одабере. Једном упућен захтев за пријатељство (Friend Request) може и да се откаже.

Анфрендовати (unfriend) не значи прекинути пријатељство са неким у стварном животу, али значи уклањање одређене особе са листе пријатеља на Фејсбуку. Овај израз је такође прешао у свакодневну употребу код младих.

Насловна страна (news feed) се односи управо на оно на шта њен превод и указује - на насловну страну Фејсбук профила. Међутим, израз се употребљава на енглеском језику и ретко га међу корисницима можемо чути преведеног на српски језик.

Пејџ - страна (page) је Фејсбук страница која служи као основа интеракције међу корисницима ове друштвене мреже. Често се користи у значењу насловне стране, али када говоримо о пословној употреби Фејсбука, онда је пејџ нешто што компанијама служи као полазна тачка како би се представили својим потенцијалним клијентима. Неограничен број људи може да „лајкује“ страницу коју су направиле разне компаније, те у том погледу нису потребна никаква одобрења са супротне стране.

Профил (profile) је устаљен израз код корисника Фејсбука, јер сваки члан ове друштвене мреже има свој профил на коме се налазе основни подаци о њему. Такође, на профилу се налази **TIMELINE** (временска линија) замишљена да кроз прикупљање информација које корисник остављају на Фејсбуку исприча његову животну причу: када и где је рођен, која су му основна интересовања, које догађаје сматра битним...

Статус (status) је израз преузет из латинског језика и означава положај, стање⁹, али се на Фејсбуку користи у другачијем значењу од оног које изворно има. Код младих он означава објаву на Фејсбук страници којом се осликава тренутно расположење корисника, размишљање о актуелној теми, нека његова активност и сл. Иако на месту на коме статус треба да буде написан стоји питање „о чему размишљаш“, корисник своју виртуелну заједницу може обавештавати и о другим стварима, као што су нпр. опис

⁹ Речник српског језика, Матица српска, Нови Сад 2011.

места на коме се налази, посла којим се бави и сл., користећи се при томе не само речима већ и графичким симболима.

Таг - ознака (tag) је израз који се често користи у Фејсбук комуникацији, али обично у свом изворном облику, тј. на енглеском језику. Отуда глагол таговати значи означити у својој објави људе или странице или упутити линк ка њиховом профилу, односно страници.

3.2.1.1. Статистички подаци о употреби друштвене мреже Фејсбук у свету

На основу истраживања AdriaTalk.com блога, који се у области информационих технологија сматра релевантним, статистички подаци из 2010. године о употреби Фејсбука показују да је Србија, у односу на број становника, водећа земља у региону и 17. у Европи по броју корисника ове друштвене мреже. Истраживање је показало да у нашој земљи ту друштвену мрежу више користе мушкарци (56 %), а да чак 61 % „улованих“ припада старосној групи између 18. и 34. године. У региону, Србију по броју корисника Фејсбука прате: Хрватска (1,2 милиона), Босна и Херцеговина (775.000), Македонија (692.000), Словенија (568.000) и Црна Гора (160.000). У свим земљама региона више је мушкараца на овој мрежи (између 51% и 59 %) и највише особа између 18. и 34. године старости. Резултати истраживања AdriaTalk.com такође показују да више од 150 милиона становника Европе користи Фејсбук, при чему их је највише у Великој Британији (више од 26 милиона), Турској (скоро 22 милиона) и Француској (мало више од 18 милиона).

Заинтересованост за друштвене мреже расте из године у годину, а прате је и промене везане за начин њиховог коришћења, што у знатној мери утиче на комуникацију компанија и брендова са потрошачима. У складу са тим, мењају се и унапређују и начини комуникације међу корисницима друштвених мрежа.

Social Serbia 2019 је агенција која се бави дигиталним маркетингом у Србији. Већ трећу годину заредом, агенција *Пионири*, која је саставни дио

Social Serbie, у сарадњи са агенцијом *Smart Plus Research*, ради истраживање чији је циљ да се дође до релевантног податка колики је број корисника друштвених мрежа у Србији, открије у којој мери су мреже утицале на формирање њихових ставова и навика и каква искуства имају у вези са оглашавањем. Из ове агенције истичу да је „са вишегодишњим увидом у промене и померања која су се десила у домену друштвених мрежа и употребе интернета, истраживање потврдило трендове који су стабилни последњих година - Инстаграм и даље расте, а приметан је и раст платформи за дописивање - Viber, WhatsApp и Facebook Messenger - али и појава неких нових.“ Истраживање је имало за циљ и да испита разлоге који су појединце мотивисали да буду корисници друштвених мрежа. Резултати до којих се дошло говоре да највећи број испитаника на Фејсбук мрежи занимају „објаве њихових пријатеља“, док само девет одсто њих првенствено интересују „објаве брендова и компанија које прате“.

3.2.1.2. Статистика информационо - комуникативних технологија и употребе Фејсбука за Србију

На основу свега реченог, јасно је да друштвене мреже постају део свакодневице и да је њихов утицај и на друштво и појединца све евидентнији. На сајту <https://nasamreza.rs/informisi-me/biznis-savetnik/1573159980-Facebook-Statistika-za-Srbiju-2019-> наилазимо на податак да је у 2019. години број корисника друштвених мрежа, како у свету тако и у Србији, порастао је за 9%, при чему највећи број користи друштвену мрежу Фејсбук. Она је најтраженији сајт на Гугл претраживачу у Србији за 2019. годину, о чему довољно говори податак да је свакодневно користи чак три и по милиона становника (<https://trends.google.com/trens/>)

Кроз призму свих наведених информација, неопходно је посматрати облике савремене комуникације међу људима и сагледати на који начин интернет и друштвене мреже утичу на њено креирање. У том циљу је статистика коришћења друштвених мрежа за истраживаче веома значајна, јер управо она омогућава да предупредимо и предвидимо многе промене и

тако избегнемо могуће негативне последице по друштво у целини. Већи број корисника, а самим тим и већи обим садржаја који се пласира, условио је да друштвене мреже преузму улогу коју су некада имале породица и школа утичући на формирање културног миљеа у оквиру кога се развијају погледи младе генерације и њихов однос према животу.

Подаци показују да је 3,2 милијарде људи активно на друштвеним мрежама, али и да чак 4.2 милијарде има отворен налог на некој од друштвених мрежа. Сваке секунде региструје се 11 нових корисника, што на дневном нивоу значи 86.400 нових чланова. Ако већ знамо да су друштвене мреже ушле у свакодневни живот целокупне светске популације, битно је утврдити и колико времена се дневно проведе на њима. Подаци показују да појединци у просеку два сата и двадесет два минута дневно посвећују друштвеним мрежама, а да им чак 91% приступа преко налога на својим телефонима (подаци преузети са интернет странице: <http://sharethis.com/>).

На сајту Владе Републике Србије можемо наћи годишње истраживање о употреби информационо - комуникационих технологија (приступљено интернет страници: 20. 09. 2019 -<https://www.stat.gov.rs/sr-Latn/vesti/20190920-godisnje-istrazivanje-o-ikt/>) где се каже: „У Републици Србији 80,1% домаћинстава поседује интернет прикључак, што чини повећање од 7,2% у односу на 2018. годину“.

Заступљеност рачунара у домаћинствима је 73,1%, што представља повећање од 1% у односу на претходну годину. Интернет конекција путем мобилних уређаја (телефон или таблет), као најзаступљенији тип конекције (71, 1%), забележила је годишњи пораст од 3,6%. АДСЛ конекцију употребљава 44,9% корисника, док широкопојасну интернет конекцију поседује 79,6% домаћинстава у Републици Србији.

У последња три месеца рачунар је користило 71,9% лица, што чини повећање од 1,2% у односу на исти период претходне године. Истраживање је показало да је интернет користило 77,4% лица, док га 19,4% лица никада није користило. Преко 3.810.000 лица користи интернет сваког или скоро сваког дана. Уређај који се најчешће користи за приступ интернету ван куће или посла је мобилни телефон или смартфон са 79,8%, следи лаптоп са 8,7%

и таблет са 6,9%. Куповину или поручивање робе путем интернета, у последња три месеца, обављало је 34,2% корисника интернета.

За потребе пословања, интернет користи 99,8% предузећа, док веб-сајт поседује њих 83,6%. Током 2018. године 42,3% предузећа наручивало је производе или услуге путем интернета, док је поруџбине путем интернета примало 27,5% предузећа. Друштвене мреже су све присутније у пословању, а у прилог томе говоре резултати истраживања који показују да је неку од друштвених мрежа за потребе пословања користило 47,4% предузећа.

Статистика друштвених мрежа, која се може видети на интернет страници <https://www.internetworldstats.com/>, показује да је у јануару 2019. године укупну светску популацију чинило 7,7 милијарди људи, међу којима:

- Интернет има 4,2 милијарди корисника;
- укупно има 3,397 милијарди активних корисника на друштвеним мрежама;
- у просеку једна особа има 5,54 налога на друштвеним мрежама;
- интернет корисници у просеку имају 7,6 налога на друштвеним мрежама;
- просечно дневно проводе 116 минута на њима;
- 91% предузећа која послују offline¹⁰ користи два и више канала комуникације путем друштвених мрежа;
- 81% малих и средњих предузећа користе неку од друштвених платформи;
- број корисника друштвених мрежа се повећао за 320 милиона између септембра 2017. и октобра 2018;
- налог на друштвеним мрежама се креира на сваких 10 секунди;
- преко Facebook Messenger-а и Whatsapp се пошаље 60 милијарди порука у само једном дану;
- број корисника на Фејсбуку је 2,271 милијарди.

¹⁰ Термин који се користи како би се означило деловање ван виртуеланог света, изван интернета, такорећи у реалном простору.

Фејсбук статистика која се може видети на интернет страници <https://www.entrepreneur.com/>, обједињујући податке са више интернет страница, показује следеће:

- на Фејсбуку се свакодневно региструје 500.000 нових корисника (шест нових профила сваке секунде);
- 76% Фејсбук корисника проверава свој налог сваког дана;
- у просеку корисник проведе 35 минута на Фејсбуку сваког дана;
- просечан број пријатеља (особа са којима су у контакту) је 155;
- половина интернет корисника који лично не користе Фејсбук живи са неким ко га користи;
- 24% испитаника је потврдило да гледа објаве и слике са туђег профила;
- процењује се да укупно има 270 милиона лажних Фејсбук профила;
- најпопуларнија страница је Фејсбук страница која има 213,7 милиона лајкова (означених свиђања);
- на Фејсбуку постоји 60 милиона активних пословних страница;
- Фејсбук има пет милиона активних оглашивача на својој платформи;
- Фејсбук налози се користе за 53,1% друштвених пријава које су потрошачи направили да би се пријавили на апликације и веб-локације издавача и брендова;
- активних корисника месечно је 2,27 милијарди (у трећем кварталу 2018);
- постоји 1,49 милијарди дневних активних корисника;
- 47% корисника Фејсбука приступају платформи само путем мобилног телефона;
- 83% родитеља на Фејсбуку је пријатељ са својом децом.

3.2.2. Инстаграм

Инстаграм је основан 2010. године са циљем да чланови ове друштвене мреже, која ради путем бесплатне апликације, међусобно

размењују фотографије. Од 2012. године, када га је Фејсбук купио, Инстаграм се може сматрати делом Фејсбука и поред тога што је њихов рад одвојен. У почетку, он је омогућавао корисницима да уређују и отпремају фотографије и кратке видео записе само путем мобилне апликације, али се данас може користити на свим уређајима, те није искључиво везан за мобилне телефоне. Услуге које Инстаграм нуди проширене су у децембру 2013. године, када је, осим дељења фотографија и остављања порука испод слике корисника, уведена и могућност приватног дописивања. Постављеним фотографијама корисници могу додати натпис, али и користити ознаке које се на овој мрежи популарно називају хештагови¹¹ и геотагови¹². Тиме се обележено географско место на којем је фотографија усликана чини доступним другим корисницима, те га сваки пратилац може претражити путем ове апликације. Све објаве појављују се на Инстаграм почетној страни, која се међу корисницима назива фид, од енглеске речи feed. Оне су доступне свим пратиоцима једног корисника, али их и шира јавност може прегледати под условом да су обележене хештаговима или геотаговима. Корисници имају могућност да свој профил учине приватним, тако да само њихови пратиоци могу да виде пост¹³, односно оно што су поставили на свом налогу.

Као и код других платформи за друштвене мреже, корисници Инстаграма могу да означавају „лајком“ своје свиђање, да коментаришу и обележавају постове других и да шаљу приватне поруке својим пријатељима. Фотографије постављене на Инстаграму могу се уједно делити на једној или неколико локација различитих друштвених мрежа, као што су Фејсбук или Твитер, и све то само једним кликом.

Осим што је брзо стекао велику популарност код омладине, Инстаграм у свом пословном деловању и промоцији различитих производа и услуга све

¹¹ # hashtag- a word or phrase preceded by a hash sign (#), used on social media websites and applications, to identify messages on a specific topic (превод на српскијезик- # тараба)

¹² an electronic tag that assigns a geographical location to a photograph or video, a posting on a social media website, etc. (превод на српски језик- ознака за место на којем се налазимо, локација)

¹³ display (a notice) in a public place. (превод на српски језик- послати)

чешће користе и предузећа. Показало се да бесплатним отварањем пословног налога на Инстаграму, бројне фирме налазе најбржи пут до својих сарадника и купаца, што је ову друштвену мрежу учинило изузетно популарном у свету бизниса. Више од милион оглашивача широм света користи Инстаграм за дељење својих прича и ширење пословне сарадње, а истраживања показују да 60% купаца нове производе открива баш на овај начин.

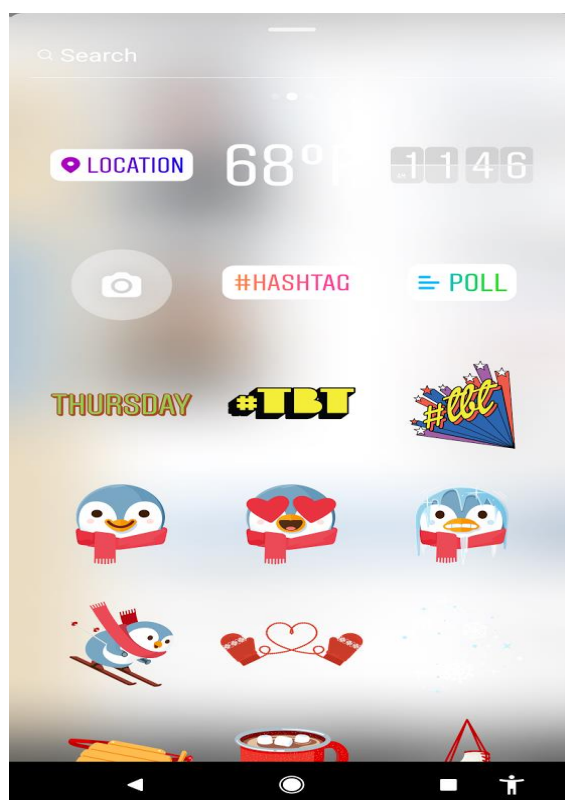
Инстаграм је покренут у Сан Франциску тако што су његови оснивачи Кевин Систром (Kevin Systrom) и Мајк Кригер (Mike Krieger) 2010. године покушали да направе платформу сличну Форскверу¹⁴ (Foursquare), али су затим сву пажњу усмерили искључиво на размену фотографија. Назив је настао спајањем значења два појма: „тренутна камера“ и „телеграм“ (**Instant Camera + Telegram = Instagram**), а њихова комбинација садржи мото читаве апликације: управо сада, баш овде. Инстант камера или Полароид је врста фото апарата који је био популаран осамдесетих година прошлог века јер је из апарата моментално избацавао готове слике, а телеграм је некада био синоним за брзе вести, па се може рећи да реч Инстаграм лингвистички припада портманто¹⁵ речима.

Популарност платформе ове друштвене мреже је нагло порасла, а компанија је пријавила више од 40 милиона активних корисника за само две године од њеног оснивања. Овај податак је привукао пажњу власника Фејсбука, који је званично купио Инстаграм 2012. године. У почетку су на њему могле да се објављују једино фотографије, али компанија је 2013. године проширила могућности и дозволила дељење и видео снимака. Извесна ограничења када је у питању квалитет фотографија и видео снимака на Инстаграму отклоњена су 2015. године, од када је омогућено постављање фотографија и видео записа у пуној величини. У априлу 2017. године

¹⁴ Друштвена мрежа за мобилне уређаје као што су паметни телефони, таблети и сл. која омогућава корисницима да са пријатељима из мреже поделе своју локацију. Основана крајем 2008. године.

¹⁵ Портманто је лингвистички назив за нове речи у енглеском језику које се добијају комбиновањем две речи и практично обухватају значење од обе. Левис Карол (Lewis Carroll) *Oxford English Dictionary*.

компанија је имала 700 милиона активних корисника, што је више него двоструко од укупне базе корисника Твитера. Инстаграм нуди широк спектар дигиталних филтера и функција за уређивање фотографија, укључујући оне који додају винтаж или избледели изглед. Константно напредовање и развијање ове друштвене мреже види се и у томе што је 2016. представила функцију сторија (енг. Story, слика 3.1), односно прича, омогућивши корисницима да деле са пријатељима неке тренутке свог дана, али да након 24 сата те фотографије или записи нестану са мреже. Инстаграм приче имају могућност употребе филтера за дотеривање, налепница за лице заснованих на проширеној стварности и могућност додавања текста, цртежа, емотикона, хештагова и геотагова директно на фотографију или видео. Већ 2017. године омогућено је објављивање више фотографија или видео записа одједном приказаних у формату рингишпила, па у априлу те године Инстаграм бележи 200 милиона активних корисника.



Слика 3.1. Шта све корисници могу навести на свој „стори“

Изражено је веровање да Инстаграм, као и све друштвене мреже, има негативне последице по психичко здравље корисника, посебно младих. Тако је часопис *Time* објавио резултате истраживања у коме је висок ниво депресије, насиља и страха од пропуштања (*fear of missing out*) повезан са коришћењем Инстаграма (Macmillan, 2017)¹⁶. Млади људи који проводе више од два сата дневно на друштвеним мрежама чешће пријављују психичке проблеме. У Великој Британији је 2017. године спроведено истраживање агенције Royal Society for Public Health и Young Health Movement која је на узорку од 1.500 младих људи (од 14 до 24 године) испитивала последице коришћења друштвених мрежа. Мекмилан је објаснио да је испитаницима постављено питање како поједина друштвена мрежа утиче на сваку 14 ставки које се односе на здравље, укључујући анксиозност, депресију, усамљеност, сан, онлајн злостављање итд. (Macmillan, 2017). На основу анализе резултата тог истраживања, дошло се до закључка да Инстаграм има највећи негативни утицај на ментално здравље младих људи, поготову на перцепцију тела, повећање страха од пропуштања и сан, док се на скали негативних утицаја Фејсбук нашао на трећем месту. Међутим, и поред таквих резултата, Мекмилан каже да друштвена мрежа Инстаграм има позитивне стране, као што су креативно изражавање, идентитет, самосвест и заједница (Macmillan, 2017).

Свака друштвена мрежа има себи својствену терминологију, те ћемо у овом делу рада анализирати термине који се користе на Инстаграму, као што смо то учинили говорећи о Фејсбуку. И ови термини су ушли у употребу на српском говорном подручју у свом изворном облику преузетом из енглеског језика.

Фид (Feed) је термин под којим се подразумева низ недавних фотографија једног корисника, видљив његовим пратиоцима на Инстаграму. Инстаграм фид је прво што ће неко уочити након пријаве на апликацију, а видљива су и имена свих који су означили свићањем (лајком) одређену

¹⁶ Macmillan, A. (2017). Why Instagram is the worst social media for mental health. Dostupno на <http://time.com/4793331/instagram-social-media-mental-health/>

фотографију или је коментарисали. Могућност коментарисања и означавања фотографија дата је свим корисницима ове мреже.

Пратилац (Follower) је термин којим се означава „пријатељ“ на Инстаграму, тј. онај ко потенцијално може да види све што корисник поставља на својој почетној страни. Овај термин је код корисника Инстаграма много заступљенији у свом изворном називу - фоловер, те се ретко када користи израз *пратилац*. Више пратилаца обавезно подразумева ширу публику и већу популарност, те се код ове друштвене мреже константно ради на повећавању броја виртуелних пријатеља.

Филтер (Filter) је термин који се односи на фотографске филтере (улепшавање и измену фотографија) који су посебно интересантни млађим корисницима. Посредством Инстаграма он је добио ширу примену, па се често изван ове друштвене употребљава у значењу нечега што је измењено.

Хештаг (Hashtag) је термин препознатљив по знаку тарабе (#) који му увек претходи, а користи се ради организовања фотографија по неком појму или фрази. Ова реч је додата у речнике енглеског језика (Hashtag, n, - a word or phrase with the symbol '#' in front of it, used on social media websites and apps so that you can search for all messages with the same subject, Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2014). Најкраће речено, хештагови организују фотографије које је могуће видети једноставним кликом на хештаг.

Таг (Tag) је термин који се употребљава када се уз фотографију једног корисника на овој друштвеној мрежи желе означити и други корисници. У речнику младих овај израз добија ширу конотацију, али таговање неизоставно подразумева коришћење симбола @ који мора претходити имену означене особе.

Лајк (Like) је термин којим се изражава свиђање, те се на овој друштвеној мрежи употребљава када се жели изнети позитиван став о постављеној фотографији. Означава се кликом на дугме **Like** или двоструким кликом на фотографију, али се овај израз у свом измењеном облику – лајковати – све чешће се користи у свакодневној комуникацији. Управо због своје распрострањености, данас је добио својство глагола који се мења по лицима и глаголским облицима (лајковао сам, лајкујем, лајкују итд.).

Директна порука (Direct Message) је израз који се односи на слање фотографија и текстуалних порука другим корисницима ове друштвене мреже, али тако да их само они могу видети. Такве поруке иду у поштанско сандуче корисника на Инстаграму, а израз се често се користи и у скраћеном облику „ДМ“.

Емотикони (Emojicons/Emojis) су веома популарни на свим друштвеним мрежама, јер убрзавајући и олакшавајући комуникацију доприносе економичности језика. Реч је о иконицама у облику симбола који имају прецизно одређено значење. Управо се и свиђање (лајковање), о коме смо претходно говорили, означава емотиконом 🍷 који, сам по себи, постаје замена за израз „свиђа ми се“. Као синониман израз термину емотикони, појављује се назив смајлији. О њиховој употреби, облицима и значењима више ће бити речи у другом делу овога рада.

3.2.2.1. Статистика употребе друштвене мреже Инстаграм у свету

Иако је у тренутку свог појављивања Инстаграм привукао пажњу, углавном млађе популације, интересовање за ову друштвену мрежу није текло очекиваним темпом. Подаци говоре да је број активних месечних корисника био релативно низак до 2014. године, али је од тада почео видно да расте. Током 2014. и 2015. године Инстаграм је имао скоро 250 милиона нових корисника, у 2016. години тај број је порастао за 100 милиона, док је током 2018. године премашио цифру од милијарду корисника. Од тада је стекао статус најпопуларније друштвене мреже.

Више од 500 милиона корисника се свакодневно служи Инстаграмом, а према статистици на светском нивоу од тог броја 51 посто је женска, а 49 посто мушка популација. Пажњу привлачи податак да је 62 посто популације на Инстаграму млађе од 35 година, због чега се основано тврди да је ово друштвена мрежа младих. У прилог томе говори и чињеница да чак 50 посто тинејџера у САД-у користи Инстаграм.

Статистика показује да:

— је у јуну 2018. године Инстаграм пратило милијарду корисника;

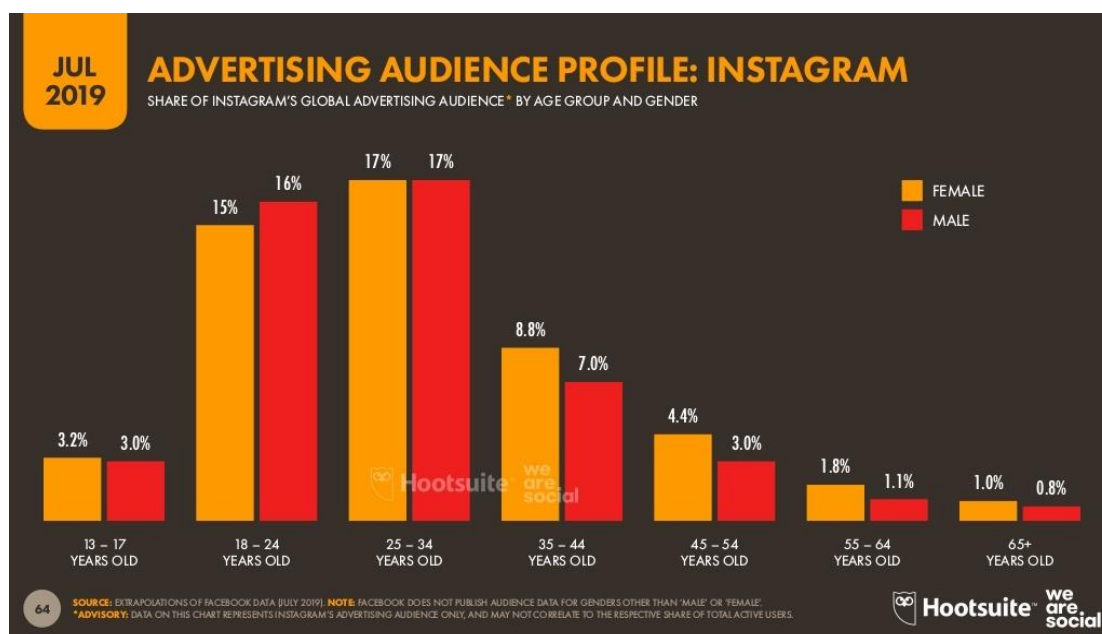
- 500 милиона корисника Инстаграма свакодневно гледа приче (story) на овој друштвеној мрежи;
- 110 милиона корисника Инстаграма живи у САД-у, 70 милиона у Бразилу и 69 милиона у Индији;
- 34% корисника Инстаграма чини популација од 25. до 34. године живота, а 31% је од 18. до 24. године.
- 51,2% глобалне базе корисника Инстаграма су жене, 48,8% мушкарци.
- највише корисника је из САД-а, при чему чак 75% Американаца који користе Инстаграм имају између 18 и 24 године;
- 35% америчких тинејџера каже да им је Инстаграм омиљена друштвена мрежа;
- две трећине корисника који имају између 18 и 24 године употребљава ову мрежу више пута дневно, док то чини 60% оних који имају између 25 и 34 године и 49% чланова старосне доби између 35 и 44 године;
- инстаграмери (корисници Инстаграма) млађи од 25 година проводе 32 минуте дневно на платформи, а они старији 24 минута;
- 73,5% садржаја чине фотографије, 13,7% видео записи;
- 41% корисника Инстаграма не гледа телевизију редовно;
- међу члановима Инстаграма (313 милиона пратилаца у октобру 2018. године), Cristiano Ronaldo је најпраћенији корисник (185 милиона);
- у категорији оних који највише прате демографске групе утицаја (такозване инфлуенсере) су жене старосне доби од 25 до 34 године;
- 89% оглашивача каже да је Инстаграм важан за њихову маркетиншку стратегију;
- на дневном нивоу Инстаграм бележи 4,2 милијарде свиђања (када је реч о фотографијама);
- више од сто милиона објава у току дана буде на Инстаграму;
- два милиона оглашивача месечно користи Инстаграм;

— Блумберг¹⁷ (Bloomberg) је 2018. вредност Инстаграма проценио на 100 милијарди долара;

На слици 3.2. је приказана расподела корисника Инстаграма по полу и старости.

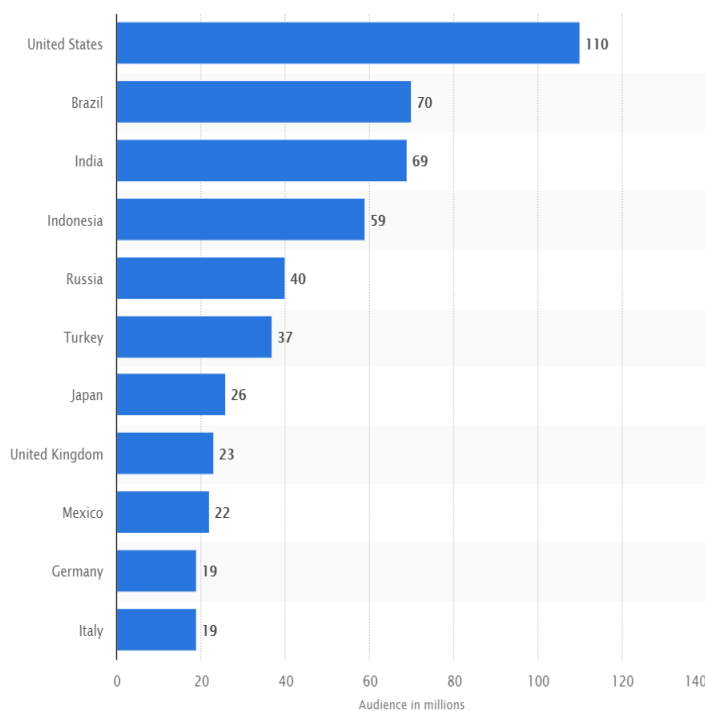
На слици 3.3. приказан је број корисника Инстаграма у милионима у јулу 2019. године, а на слици 3.4. у јулу 2020. године. Интересантно је истаћи да се број корисника ове друштвене мреже за само годину дана приметно повећао, па је на пример у САД-у у јулу 2019. године било 110 милиона, а након годину дана већ 130 милиона корисника. Разлике у броју корисника се могу видети на сликама 3.3 и 3.4.

У марту 2020. године проглашена је пандемија новог вируса, што је на глобалном нивоу затворило људе у домове, тако да је број корисника свих друштвених мрежа у овом периоду био у очекиваном порасту. Уочава се, ипак, да је тај раст постајао и пре проглашења пандемије.

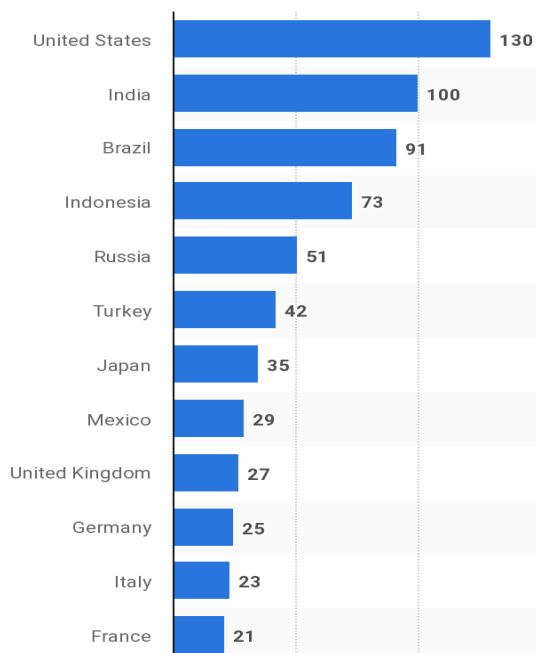


Слика 3.2. Корисници Инстаграма по годинама и по полу у јулу 2019. године

¹⁷ Блумберг је светски позната компанија која се бави финансијским вестима и информацијама, анализама и истраживањима са тржишта.



Слика 3.3. Број корисника Инстаграма у милионима у јулу 2019. године¹⁸



Слика 3.4. Број корисника Инстаграма у милионима у јулу 2020. године¹⁹

¹⁸ Извор: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>

¹⁹ Извор: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>

3.2.2.2. Инстаграм статистика за Србију

Social Serbia 2019 је агенција која је, између осталог, радила и истраживање у вези са друштвеном мрежом Инстаграм. У сврху истраживања обрађен је репрезентативни узорак од 1.000 испитаника, сачињен од припадника онлине популације Србије старости од 13 до 64 године, груписан на основу пола и узраста. На основу резултата истраживања, током 2019. Године, било је 73% корисника друштвене мреже Инстаграм, а већ у 2020. години тај проценат је повећан на 76%. У категорији старосне доби, 62% је између 18. и 29. године, док су од укупног броја испитаних корисника 52% женског, а 48% мушког пола.

На сајту Ellecta digital (Ђуричић, 2017²⁰) наводе се подаци да у је у трећем кварталу 2015. године у Србији било 360.000 отворених налога на Инстаграму, а данас (2020. године) има их преко 2.000.000. Када је реч о локацији, Инстаграм је најпопуларнији у Београду са 460.000 корисника, у Новом Саду их има 95.000, а у Нишу 65.000 (Ђуричић, 2017).

3.2.3. Вибер

Вибер²¹ (енгл. *Viber*) је апликација затвореног кода за смарт (паметне) телефоне која омогућава тренутну размену порука и позива преко Интернет мреже. Viber Media је кипарска компанија са развојним центром у Белорусији и Израелу. Основао је америчко-израелски предузетник Талмон Марко. Вибер је, као директни супарник Скајпа²², пуштен у рад за Ајфон крајем 2010.

²⁰ Ђуричић, Л. (2017). Инстаграм у Србији – сви смо ту. Доступно на <https://ellectadigital.rs/instagram-u-srbiji-svi-smo-tu/>

²¹ Лекторка српског језика Миља Лукић је изјавила да је исправан. изговор „вибер“, док лингвиста Иван Клајн сматра да није неправилно изговарати ни „вибер“ ни „вајбер“, али да је „вајбер“ преовладало. У овом тексту користићемо појам Вибер.

²² (енгл. *Skype*) је мрежа која пружа услугу интернет телефоније. Корисници програма могу бесплатно међусобно да причају преко мреже, а програм пружа услугу како позивања тако и примања позива са стандардних телефонских бројева која се посебно наплаћује.

године. Почетна верзија за Андроид појавила се половином 2011. године, али је била ограничена на 50.000 корисника, док је верзија без ограничења пуштена 19. јула 2012. године. Када је 24. јуна 2012. године достигао 90 милиона корисника, додати су сервиси за Андроид и Ајфон платформе који омогућавају групне поруке и механизме за разговор висококвалитетног звука. У почетку, разговори су били доступни само за Ајфон и Андроид апликације. Вибер садржи текстуалне, сликовне, аудио и видео поруке. У поруке могу бити укључени емотикони и статички или анимирани „стикери“ из богате расположиве колекције „продавнице стикера“. Кориснички интерфејс (софтверско окружење које омогућава кориснику адекватну комуникацију са компјутером користећи претходно дефинисане функције) апликације садржи картицу на дну која пружа могућност приступа порукама, последњим позивима, контактима, тастатури (периферни уређај рачунарског система направљен по угледу на писаћу машину) и типку за приступ додатним опцијама. Након инсталирања, Вибер креира кориснички налог узимајући само број телефона као корисничко име. Он се синхронизује са телефонским имеником, тако да нема потребе за додавањем контаката у одвојеном именику.

Неке од предности Вибер апликације су:

- бесплатна комуникација са другим Вибер корисницима. Све што је потребно је 3G или Wi-Fi Интернет конекција. Наплаћују се позиви као обичним (фиксним или мобилним) телефонима кроз услугу Viber Out, и део стикера на Sticker Market- у²³. У току коришћења апликације пласирају се рекламе.
- Веома је лак је за употребу; довољно је да се преузме Вибер апликација и могу се бесплатно слати поруке и звати други Вибер корисници.
- Понаша се као обичан телефон.
- Квалитет звука је изузетно добар, чак и бољи од обичних позива.

²³ Онлајн продавница која се налази у саставу ове апликације и служи за куповину стикера које корисници користе у преписци на Виберу.

- Комуникација између корисника је заштићена методом шифровања од краја до краја - поруке у дешифрованом облику се налазе само на крајњим уређајима корисника који комуницирају.
- Вибер у понуди има на хиљаде украсних пакета налепница (стикера) за размену порука, од којих су неке бесплатне, док се неке наплаћују.
- Локални стикери подразумевају израду стикера на теме и језик локалних заједница у којима се Вибер користи.
- Постављена је опција на основу које корисници могу сами да направе своје налепнице (стикере).
- Омогућено је коришћење групних видео позива у којима може да учествује до 20 корисника без временског ограничења.
- „Нестајуће поруке“ су још једна од предности Вибера, јер подразумева могућност да корисници подесе тајмер тако да текстуалне поруке, фотографије, видео клипови или било који други фајл нестане после само неколико секунди, минута, сати или дана.
- Вибер не прихвата рекламирање и гарантује да ће позиви и слање порука увек бити без реклама.
- Не троши додатно батерију и не заузима меморију уређаја, тако да се поруке и позиви могу без ограничења примати и слати.
- За Вибер, као једну од водећих светских платформи, није потребна посебна телефонска претплата мимо оне коју корисник већ плаћа кроз услуге локалног телефонског броја на који га могу позивати или му поруке слати и они који не користе услуге ове мреже.
- Иако Вибер не гарантује да личним подацима корисника неће моћи да се приступи без овлашћења, постоје физичке, електронске и процедуралне мере заштите личних података. Ти подаци се чувају на њиховим серверима и заштићени су обезбеђеном мрежом која не дозвољава приступ било коме осим неколицини овлашћених радника и особља. Треба ипак нагласити да ниједан метод преноса преко Интернета, или метод електронског складиштења, није 100% сигуран.

- Уколико Вибер компанија пролази кроз пословне транзиције, као што су спајања, припајања некој другој компанији или продаја целокупне или дела имовине, лични подаци ће вероватно бити међусредства која се преносе. Као део такве трансакције, нови ентитет ће бити у обавези да обезбеди исти ниво заштите личних података, што је и истакнуто у Уговору о приватности. Ако не могу да гарантују такву обавезу, неће се извршити транзиција пословања.
- За све информације које се пласирају преко Вибер апликације, одговоран је корисник лично. Вибер не врши контролу над свим корисницима и није одговоран за прикупљање или коришћење информација које могу бити откривене кроз форуме.

3.2.3.1. Статистика употребе Вибер апликације у свету

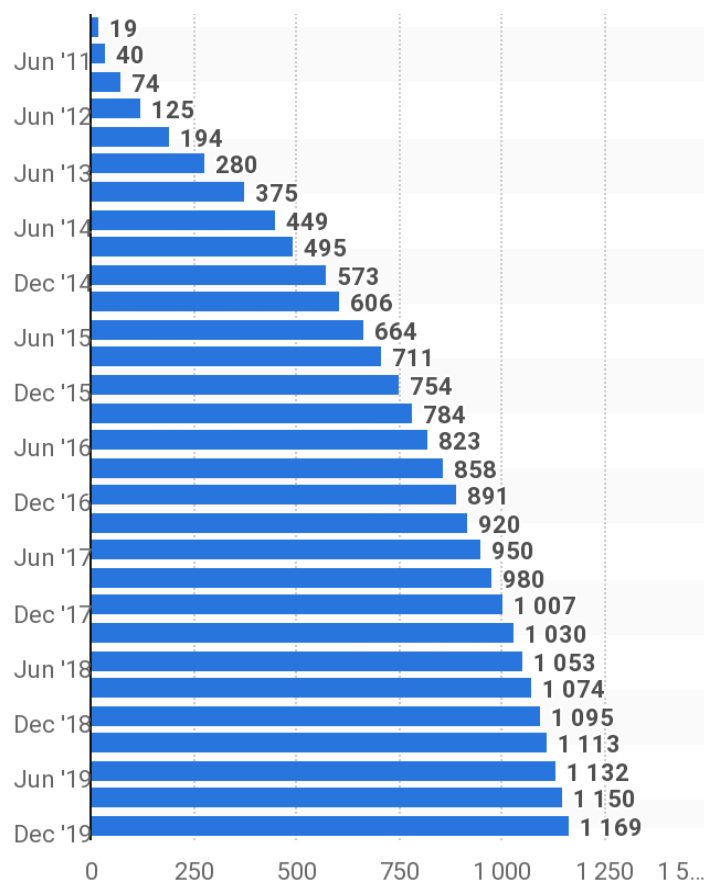
На основу броја активних корисника на месечном нивоу, Вибер је 2017. године уврштен међу 10 најпопуларнијих апликација за мобилне телефоне, а статистика за 2020. годину може се анализирати кроз следеће податке:

- Вибер има више од милијарду корисника, а ниједна технолошка компанија се не сматра озбиљном на тржишту уколико није достигла тај број ²⁴ ;
- од марта 2018. године, када је Вибер достигао милијарду корисника, тај број се до септембра исте године повећао за 50 милиона корисника;
- 30% корисника Вибера свакодневно шаље налепнице (стикере) путем платформе;
- Вибер се користи у 193 земље;

²⁴ Ово се највише односи на технолошку индустрију, посебно на апликације усмерене на друштвену интеракцију, без обзира да ли она подразумева размену порука, забављање или објављивање фотографија.

- делимично је забрањен у Таџикистану;
- забележено је више од 500 милиона преузимања ове апликације преко Google Play Store²⁵ продавнице;
- на Виберу се сваког минута догоди седам милиона интеракција;
- ова апликација је дотупна на 32 језика, међу којима је и српски језик;
- највише корисника Вибер апликације је из Украјине (око 24,24%);
- Вибер апликација није толико популарна у Америци;
- Русија је друга на листи по броју корисника Вибер апликације (око 18,59%).
- током 2019. године 50% корисника Вибера је користило ову апликацију за размену фотографија на дневном нивоу;
- у јануару 2019. године било је 260 милиона активних корисника Вибер апликације;
- просечан корисник покрене Вибер апликацију 12 пута у току дана.

²⁵ Виртуелна продавница која је у виду апликације на паметним телефонима са које се преузимају друге апликације.



Слика 3.5. Број корисника Вибер апликације у милионима од 2011 до 2019²⁶

3.2.3.2. Статистика употребе Вибер апликације у Србији

Међународна групација Кантар, која се бави истраживањем тржишта и пословања на глобалном нивоу, константно испитује употребу дигиталних технологија у свету бизниса, па су самим тим друштвене мреже у фокусу њеног интересовања.

Истраживање агенције TMG Insights, која је део међународне групације Кантар, показало је да у Србији током 2019. године око пет милиона грађана користи мобилне телефоне. Вибер је у том периоду био најпопуларнија апликација за комуникацију, па га је користило 77% испитаника. Истраживање се спроводи на месечном нивоу и на национално репрезентативном узорку грађана Србије, узраста од 15 до 65 година.

²⁶ Извор: Social Serbia

Интервју се обавља лицем у лице у домаћинству испитаника. Месечно анкетирање обухвата узорак од преко 1.200 испитаника, док се на годишњем нивоу испита више од 14.400 грађана Србије.

Social Serbia агенција је 2020. године урадила истраживање са циљем да се дође до релевантног податка колики је број корисника друштвених мрежа у Србији. У сврху истраживања анализиран је репрезентативни узорак од 1.000 испитаника, сачињен од припадника онлине популације, старости од 13 до 64 године, груписаних на основу пола и узраста. На основу резултата њиховог истраживања, током 2020. године било је 92% испитаника који су користили Вибер апликацију, а резултати приказани на слици 3.6, који говоре о броју корисника друштвених мрежа у Србији, односе се на 2019. годину.



Слика 3.6. Приказ броја корисника друштвених мрежа у Србији 2019. године, изражено у процентима²⁷

3.2.4. Осврт на целокупну статистику употребе друштвених мрежа Фејсбук, Инстаграм и Вибер

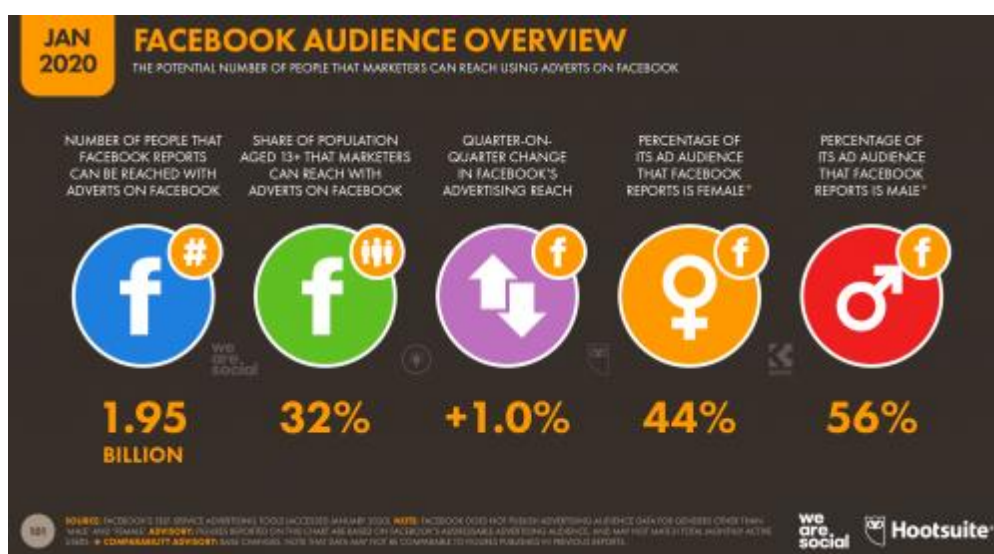
На основу предочене статистике, закључујемо да су дигитални, мобилни и друштвени медији постали незаменљив део свакодневног живота људи широм света. У Извештају²⁸ Digital2020, који је објављен у јануару 2020. године, налази се податак да више од 4,5 милијарди људи на свету користи Интернет, док је број корисника друштвених мрежа прешао границу од 3,8 милијарди. Готово 60% светске популације је „на мрежи“²⁹, а трендови

²⁷ Извор: Social Serbia

²⁸ <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

²⁹ Израз за време посвећено коришћењу Интернет мреже.

указују да ће до краја 2021. године више од половине становника света чинити особе које се служе једном или већим бројем расположивих друштвених мрежа. Повећавањем броја радника који своју професионалну делатност обављају путем Интернета, расте улога и утицај информационих технологија на живот друштвене заједнице. На основу података из Извештаја, број људи широм света који користе Интернет порастао је за седам процената (298 милиона нових корисника) у односу на јануар 2019. Број корисника друштвених мрежа се повећао за девет процената (321 милион нових корисника) у односу на број корисника у јануару 2019. године.



Слика 3.7. Број корисника Фејсбука, као и род корисника³⁰

У јануару 2020. године, како показује статистика у Извештају³¹, више од 5,19 милијарди људи на свету користило је мобилне телефоне, а број корисника је порастао за 124 милиона (2,4 процента) у односу на јануар 2019. године. Просечни корисник Интернета свакодневно проводи шест сати и 43 минута „на мрежи“. То је три минута мање него у јануару 2019. године, али је и даље више од 100 дана повезаног времена по кориснику Интернета годишње. У Извештају се наводи да, према параметрима мерљивости, од целокупног времена које интернет-корисници проведу у будном стању, више од 40% отпада на рад на Интернету. Штавише, они су у 2020. години провели

³⁰ Извор <https://www.globalwebindex.com/>

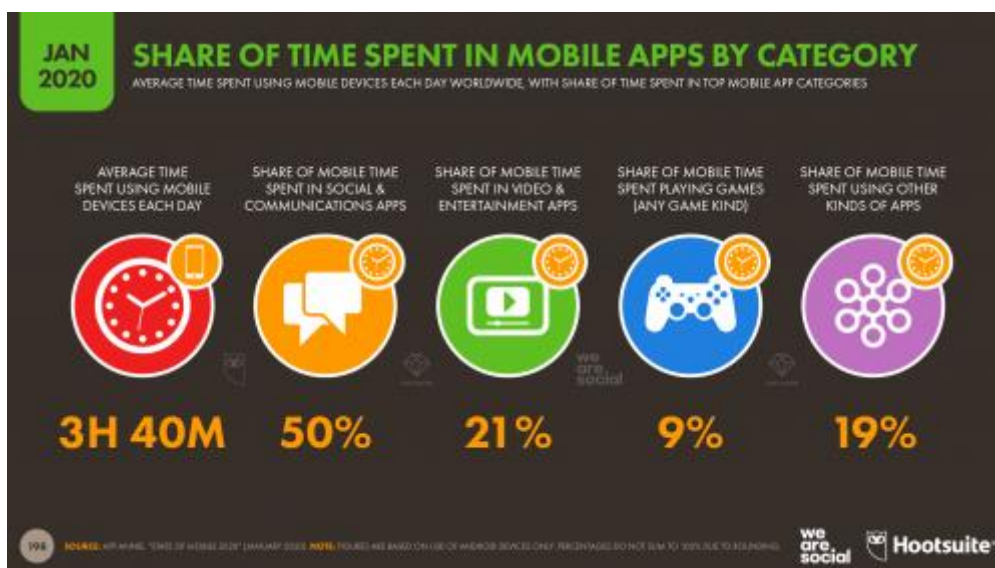
³¹ Подаци се могу видети на слици 2.7

кумулятивних 1,25 милијарди година на мрежи, а преко једне трећине тог времена потрошили у коришћењу друштвених медија. Ипак, време које становници света проведу на мрежи варира од земље до земље, при чему на Филипинима дневно у просеку износи девет сати и 45 минута, што је дупло више у поређењу са Јапаном, где та бројка не прелази вредност од четири сата и 22 минута. И поред података који указују на огроман утицај Интернета и друштвених мрежа на креирање живота на земљи и односа међу људима, не треба изгубити из вида чињеницу да је још увек нешто више од 40 процената укупне светске популације (око 3,2 милијарде људи) неповезано са Интернетом. Више од милијарде ових „неповезаних“ људи живи у јужној Азији, односно 31%, док 27% њих чине становници афричких земаља (870 милиона људи који још увек нису део овог система).

У овим регионима, старосна доб корисника има значајну улогу у одређивању нивоа приступа Интернету. У Африци је више од половине њих млађе од 20 година, а широм Јужне Азије више од 460 милиона корисника има мање од 13 година. Пол у овим областима такође има изузетан утицај на степен коришћења Интернета, на шта упућују подаци из Извештаја у којима је дигитална родна разлика више него очигледна. Жене у Јужној Азији су три пута мање заступљене у свету информационах технологија у односу на мушку популацију, док више од половине свих жена које живе у Индији нису ни свесне постојања мобилног интернета, а самим тим ни друштвених мрежа. Упркос свеprisутности мобилних уређаја, од чега је чак 92% повезано са Интернетом, три четвртине корисника доби од 16 до 64 године и даље се повезују на мрежу путем преносних и стоних рачунара. Поред тога, подаци изнети у Извештају показују да 53% свих захтева за веб странице долази са мобилних телефона, али и да постоји читав низ различитих уређаја за повезивање са овом друштвеном мрежом, међу којима су рачунари заступљени у проценту од 44%. Најчешће није реч о једном уређају за повезивање, већ за различите потребе, у различитим околностима и временским периодима, појединац користи различит уређај.

На сваких једанаест минута које једна особа проведе користећи мобилни уређај, 9% тог времена посвећено је прегледању Интернет

страница, а чак десет минута коришћењу мобилних апликација. Када се зна обим апликација које нуде мобилни урађаји, овај податак не изненађује, ма колико изгледао алармантан. Подаци GlobalWebIndex³²-а показују да апликације користимо у готово свим аспектима живота: у контакту са породицом и пријатељима, опуштању, управљању финансијама, успостављању кондиције или чак проналажењу љубави. Подаци GlobalWebIndex, такође, говоре да удео мобилног телефона у интернет времену износи 50,1%. У Извештају су изнети подаци да од 3,7 сати које људи свакодневно проводе користећи мобилне телефоне, половина је резервисана за различите друштвене и комуникационе апликације, што значи да ове платформе чине исти удео нашег мобилног времена као и све друге наше мобилне активности заједно.



Слика 3.8. Време које проводимо користећи мобилне апликације³³

За рад на мобилним уређајима и рачунарима, који подразумева и коришћење друштвених медија, потроши се у просеку два сата и 24 минута по особи дневно, што је два минута више него у јануару 2019. године. Међутим, и ти подаци варирају од једне до друге државе. Филипинци су најчешћи корисници друштвених мрежа, јер код њих просечан корисник

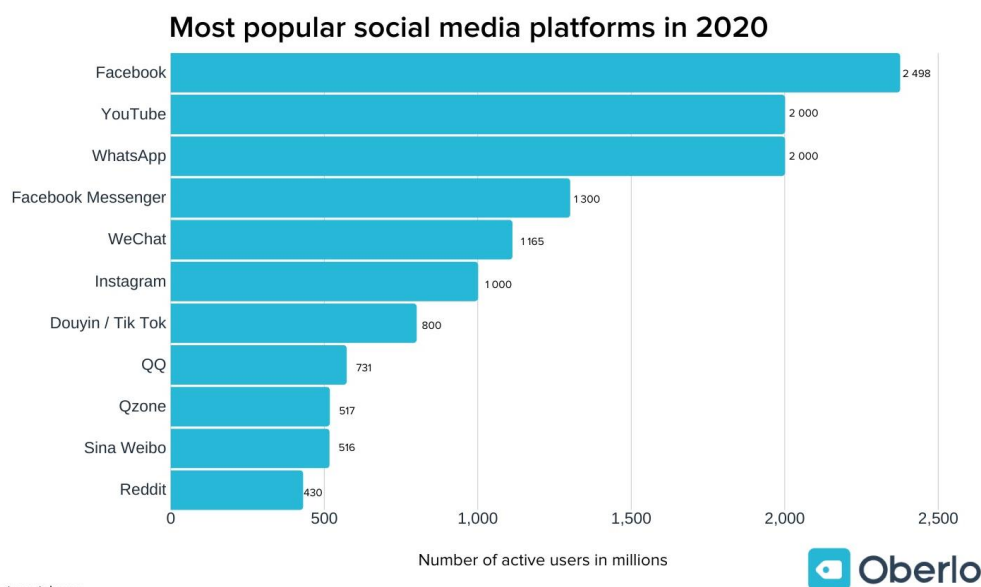
³² <https://www.globalwebindex.com/>

³³ Извор: <https://www.globalwebindex.com/>

Интернета, доби од 16 до 64 године, проводи скоро четири сата дневно на друштвеним платформама. С друге стране, Јапанци у просеку само 45 минута дневно користе друштвене мреже.

Упркос разним изазовима и великој конкуренцији са којом се суочавао током последњих неколико година, Фејсбук је и даље водећа друштвена мрежа. Трендови броја корисника забележени у најавама зараде саме компаније, сугеришу да је платформа већ требало да пређе историјску границу од 2,5 милијарде активних корисника месечно, а тај број је наставио да расте у већини земаља током 2019. године.

На слици 3.9. приказане су платформе друштвених мрежа које се најчешће користе у свету.



Слика 3.9. Платформе друштвених мрежа које се најчешће користе у свету³⁴

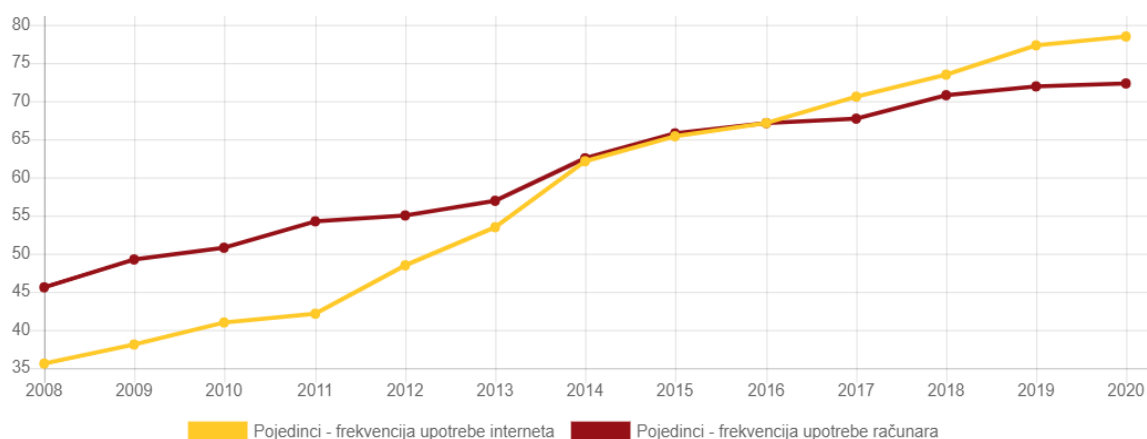
Треба напоменути да је Фејсбук забележио неколико падова у броју корисника током 2019. године, међутим, свеукупно гледано, досег корисника Фејсбука је порастао за 1% само у последња три месеца 2019. године.

Према информацијама које можемо видети на интернет страници Завода за статистику Републике Србије³⁵, преко 3.200.000 лица је сваког или

³⁴ <https://www.oberlo.com/statistics/most-popular-social-media-platforms>

³⁵ <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/upotreba-ikt/upotreba-ikt-pojedinci/>

скоро сваког дана у 2020. години користило рачунар, док је исте године 37% интернет популације користило услуге е-управе. Током августа, септембра и октобра 2020. године, 36,1% корисника је куповало/поручивало робу или услуге путем Интернета. Фреквенција употребе Интернета током августа, септембра и октобра 2020. године је 78,4%, при чему 3.750.000 особа користи Интернет сваког дана, а 71,2% има отворен налог на некој друштвеној мрежи. Подаци су прикупљени на основу истраживања о употреби информационо-комуникационих технологија међу појединцима (ИКТ-ДОМ) и обезбеђују податке о употреби рачунара, мобилног телефона и Интернета. Такође, обезбеђују информације о коришћењу е-управе, е-трговине и поседовању е-вештина од стране појединаца старосне доби од 16 до 74 године. На слици 3.10. приказана је употреба рачунара и интернета за период август - октобар 2020. године



Слика 3.10. Приказ употребе рачунара и интернета за период август-октобар 2020. године³⁶

Половина испитаних грађана чита вести преко новинских апликација на мобилном телефону, а мапе, навигацију и туристичке апликације користи нешто мање од трећине. Из дана у дан расте гледаност ТВ програма на мобилном телефону, као и популарност игрица на различитим апликацијама, док већ сад број становника који користе десктоп или лаптоп рачунар износи скоро 80% целокупне популације. Конзоле за игрице има око 6%

³⁶ <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/upotreba-ikt/upotreba-ikt-pojedinci/>

становништва, док паметне сатове користи 3% грађана. Иако тренутно није велики број становника који имају најсавременије дигиталне уређаје и сервисе (паметни уређаји за домаћинство, уређај за виртуалну стварност, паметне наруквице и слично), он се у Србији из месеца у месец повећава.

3.3. Лингвистичке иновације

3.3.1. Сленг (жаргон)

Сленг се обично дефинише као неформални језик који понекад подразумева непристојне речи и бизарна значања, те стога не може постати део стандарда и користити се у дужем временском периоду. Употребљава се искључиво у говорној комуникацији одређене групе људи која се добро познаје и осећа потребу да на овај начин изгради неки вид сопственог идентитета.

Као нестандардни облик изражавања, користи се у обичном говору и припада разговорном стилу. Сленг се разликује од једне до друге групе која на овај начин исказује различита интересовања и искуства својих чланова. Он је уобичајен и природан феномен међу младима који управо специфичношћу свог говора исказују креативну домишљатост, непрестано разбијајући утврђене стандарде и дајући нове оквире свету око себе. Ипак, лексикон нестандардних речи и фраза неће бити исти код средњошколаца, студената, музичара или неке друге групе младих људи, јер свако од њих има своје специфилности и свој поглед на окружење. Међу корисницима друштвених медија млади су процентуално најзаступљенији, што резултира повећањем сленга на Интернету. Још су 1978. године лингвисти Димас и Лајтер (Dumas and Lighter, 1978) тврдили да израз треба сматрати „правим сленгом“ ако испуњава свој основни критеријум, односно ако умањује достојанство формалног језика. Сленг је, дакле, базиран на очигледној злоупотреби регистра и замени добро познатог конвенционалног појма новим, због чега га људи вишег социјалног статуса сматрају табуом.

Ученици и студенти се користе сленгом да би се истакли, звучали другачије, испољили креативност и показивали припадност. Зато кажемо да је сленг вид идентификације са одређеном групом и игра улогу у конструисању идентитета. Колман (Coleman, 1990) је импликацију и мотивацију сврстао међу основне факторе употребе сленга, описујући их као индексичност и индексност првог и другог реда. Корисници сленга на друштвеним мрежама, односно корисници Интернета, развили су једну нову врсту сленга која се може назвати интернет сленгом. Сама природа интернет сленга је таква да га није лако протумачити. Поруке се пласирају изузетно брзо, а ту је и појава нових речи познатих само групи која учествује у размени одређених информација, односно онима који учествују у комуникацији.

„Жаргоном се може назвати сваки неформални и претежно говорни варијетет неког језика који служи за идентификацију и комуникацију унутар неке одређене друштвене групе. Жаргон је обележен специфичним језичким средствима, пре свега лексичким и фразеолошким, а изузетно граматичким и фонолошким. Основна подела жаргона би била на стручни, субкултурни и омладински. За стручне жаргоне карактеристична је претерана, шаблонска, а често и претенциозна употреба стручних назива, која нестручњацима пара уши. Када су ови стандардизовани, реч је о стручним терминологијама различитих регистара, које у принципу припадају стандардном језику, али, при наведеној употреби, још увек је легитимно говорити и о жаргону. Овај последњи (омладински), пун је маштовитих и живописних креација. Жаргон се одликује језичко-стилским својствима као што су: лексичка продуктивност и иновативност, граматичка флексибилност, семантичка експресивност (нарочито у правцу ироније и пејоративности), метафоричност и асоцијативност, те хуморно поигравање звуком и значењем – неретко са сасвим неочекиваним, па и апсурдним решењима која управо зато делују ефектно. Може се рећи да жаргон настаје као резултат особеног, спонтаног и по правилу усменог вербалног стваралаштва млађих генерација“ (Бугарски, Р. Жаргон 2003: 10).

Британски лексикограф Ерик Партриџ (Partridge, 1950) је још педесетих година прошлог века у својој књизи *Сленг- данас и јуче*, писао о постојању најмање петнаест разлога зашто људи користе сленг:

1. Када се млади људи или они који се младима осећају налазе у одличном расположењу, сленг постаје вид њихове забаве и начин да покажу разиграност или несклад са околином.
2. Некад је то вежба духовитости, домишљатости или хумора, а мотиви који стоје иза ње најчешће су самодоказивање или снобизам, опонашање или одзив, уживање у виртуозности...
3. Бити другачији, иновативан и различит.
4. Приказати себе као особу способну за сликовито изражавање, у позитивном смислу речи, или у негативном смислу, када такав вид изражавања постаје замена за недостатак храбрости.
5. Некад је у питању бег од клишеа или тежња за једноставношћу и сажетошћу у комуникацији.
6. Како би се обогатио језик (ова намера је ретка, осим у случајевима када сленг употребљава образована особа из жеље за књижевноуметничким изразом).
7. Из потребе да се конкретизује апстрактан појам.
8. Када се жели ставити акценат на одбијање или прихватање.
9. Из потребе да се прекомерна озбиљност разговора (или писаног текста) умањи.
10. Из потребе да се ублажи трагедија, улепша неминовност смрти, умањи степен лудила или прикрије ружноћа и сажаљење.
11. Из потребе да се специфичним изразом забави супериорна јавност или одређена тема и публика сведу на раван колоквијалног говора.
12. Ради лакшег друштвеног односа.
13. Да би се измамило нечије пријатељство или подстакла интимност у разговору, што за циљ има прикључивање одређеној групи.
14. Из жеље да се покаже припадност одређеној школи, занату, професији, уметничком и интелектуалном скупу или друштвеној класи.

15. У циљу очувања тајности, тј. прикривања информација пред окружењем, а такву потребу у складу са околностима могу имати: деца, студенти, љубавници, чланови политичких тајних друштава, криминалци у затвору или ван њега, невине особе у затвору...

Колман верује да је сленг повезан са „разиграношћу“ језика, али да се са њим не може идентификовати. Отуда, према овом ставу, сленг не постији тамо где не постоји потреба за нарушавањем стандардног језика. Такође, сленг може бити позајмљени језик, фраза или реч карактеристична за неку групу. Његова све учесталија употреба једна је од главних језичких иновација. Током 19. века, употреба сленга сматрана је неправилном и углавном су је користили необразовани слојеви становништва. Међутим, појавом Интернета отворен је пут његовој прекомерној употреби, која не заобилази ни интелектуалце.

3.3.2. Скраћенице

За термин скраћеница односно скраћени облик речи постоји више дефиниција. Чосер³⁷ је још у 16. веку дефинисао као скраћени или уговорени облик речи или фразе који се користи за представљање целине, користећи мисију слова или дуплирање почетних слова у значењу множине; укључујући знакове као што су +, =, @. Скраћенице штеде простор и спречавају непотребно понављање речи или фразе. Кроз историју, оне су се углавном користиле у државне, војне и пословне сврхе. Њихово интензивније коришћење почиње у двадесетом веку, тачније после Првог и Другог светског рата, да би појавом Интернета добиле огроман замах и својство свеприсутности. Језичке скраћенице су неизоставне у комуникацији на друштвеним мрежама, о чему ћемо детаљније говорити кроз анализу истраживања. Потреба за економичношћу времена, условљена убрзаним темпом живота, довела је до ескалације скраћеница. Брзо куцање порука у

³⁷ Geoffrey Chaucer – енглески песник и аутор

комуникацији на друштвеним мрежама појавило се као неминовност и то из више разлога:

- брзина куцања порука постала је знак престижа којим се доказује вештина у коришћењу паметног телефона или интернет уређаја;
- неки корисници брзо куцају због ограниченог времена;
- употреба Интернета се наплаћује, те је и ради уштеде новца неопходно послати што више порука у што краћем временском року.

Колико су популарне скраћенице, доказује све већи број специјализованих речника. Међу њима су *Вебстеров речник*³⁸ новог света из 1982. године, *Сажети речник америчке баштине*³⁹ из 1987. године, *Сажети речник Оксфорда*⁴⁰ из 1982. године. Сви докази говоре у прилог чињеници да скраћенице постају саставни део стандардних облика језика.

У табели 3.1. дат је приказ најчешћих скраћеница које се користе у препискама на друштвеним мрежама. Треба истаћи да се скраћенице овог типа увек пишу латиничним писмом, јер су настале из реченица на енглеском језику, и то по моделу почетног слова сваке речи у реченици. Иако овај тип скраћеница има значење само на енглеском језику, у употреби је током комуникације која се води на српском језику.

Табела 3.1. Скраћенице које се користе на друштвеним мрежама

| Скраћеница | Значење |
|------------|---|
| BFF | <i>“Best friend forever”</i> - најбољи пријатељи заувек |
| GL | <i>“Good luck”</i> - срећно |
| HF | <i>“Have fun”</i> - забави се |
| IKR | <i>“I know, right”</i> - знам, у реду |
| ILY | <i>“I love you”</i> - волим те |

³⁸ Merriam-Webster, Webster's New Collegiate Dictionary, 1982

³⁹ Houghton Mifflin Company, The Concise American Heritage dictionary, 1987

⁴⁰ J B Sykes, The concise Oxford dictionary of current English, 1982

| | |
|-------|---|
| J/K | "Just kidding" - само се шалим |
| LMK | "Let me know" - обавести ме |
| LOL | "Laughing Out Loud" - гласно се смејем |
| OMG | "Oh My God" - за име бога |
| BRB | "Be Right Back" - одмах се враћам (најчешће у директној онлине комуникацији) |
| BBL | "Be Back Later" - враћам се касније |
| BBIAF | "Be Back In A Flash" - враћам се за час |
| TTFN | "Ta Ta For Now" - ћао за сада |
| WB | "Welcome Back" - добродошао назад |
| RE | "Hi Again" - здраво опет, као "re hi" |
| OFC | "Of course" - наравно |
| OK | "All correct" - све тачно / у реду(због изговора – <i>ол корект</i>) |
| OP | "Original Poster/Post" - корисник који је започео тему или почетна порука на теми (обично на форумима или сличним сајтовима) |
| OT | "Off Topic" - напомена да се у конверзацији скреће са теме из неког специфичног разлога. |
| NP | "No problem" - нема проблема |
| NT | "Nice try" - добар покушај |
| NVM | "Never mind" - нема везе |
| SOS | "Save our souls/ ship" - спасите наше душе/наш брод |
| BTW | "By The Way" - узгред |
| WTF | "What The Fuck" - шта ког ђавола (обично у форми питања, означава запрепашћење) |
| RTFM | "Read The Fine Manual" - коментар на питања за која се одговор може лако пронаћи |
| STFU | "Shut The Fuck Up" - завежи већ једном |
| IMHO | "In My Humble Opinion" - по мом скромном мишљењу |
| NSFW | "Not Safe For Work" - није безбедно за рад (обично као |

| | |
|-----------|--|
| | коментар на непримерене садржаје) |
| YOLO | " <i>You Only Live Once</i> " - само једном се живи (чест хаштаг на друштвеним мрежама као скретање пажње на занимљиве догађаје или оправдање за неодговорно понашање) |
| VIP | " <i>Very important person</i> " - врло важна особа |
| WAM | " <i>Wait a minute</i> " - сачекај минут |
| WAS | " <i>Wait a second</i> " - сачекај секунд |
| MorF? | " <i>male or female?</i> " - уобичајено питање приликом започињања он-лине конверзације |
| tl;dr | " <i>too long, didn't read</i> " - коментар на превише дугачке постове; сам аутор текста може користити ову скраћеницу када постави сажетак опширног текста |
| OMGWTFBQQ | " <i>OMG-WTF-Barbecue</i> " - иронични коментар на претерану употребу интернет скраћеница и жаргона или неразумевање истих |

Због начина на који се изговарају, и бројеви се појављују у скраћеницама. Најчешће се користе – 2 (*my*), 4 (*for*) и 8 (*eum*). У употреби су и слова – В, С и U, такође због њиховог изговора – В (*би*), С (*си*) и U (*ју*):

B2W – Back to work (назад на посао)

BH8 – Be home late (бићу касно код куће)

C4N – Ciao for now (ћао, за сада)

F2F – Face to face (лицем у лице/ у четири ока)

G4C – Going for coffe (идем-о на кафу)

GR8 – Great (сјајно/супер)

ILB8 – I'll be late (закаснићу/касним)

O4U – Only for you (само за тебе)

Q4U – Question for you (питање за тебе)

W8 – Wait (чекај/сачекај)

3.3.3. Хаштагови (#)

Израз хаштаг припада Интернет терминологији. Може се дефинисати као ознака метаподатака, сигнализирана хеш знаком поступка (#), који се користи за означавање садржаја. Символ хаштаг (#) је последњих деценија добио значајно место у популарној култури и генерално је повезан са димензијама различитих активности у окружењу друштвених мрежа. Тренутно је употреба хаштага уобичајена појава, а симбол се користи у најразличитије сврхе. Запавигна описује хаштаг као облик хитне конвенције за означавање теме микро поста и облика метаподатака уграђених у саме постове (Zappavigna, 2012). То значи да су хаштагови конвенције за означавање напомена за тему поста.

Хаштагови тренутно имају вишеструку упућивачку улогу, јер се користе у циљу указивања на мноштво ствари, чији распон се креће од вести до вица. Функционалност овог симбола налази се у уобичајеној пракси сортирања и одабира тематски повезаних информација из бујице порука у контексту платформе друштвених медија.

Већина корисника користи хаш ознаку за стварање такозваних „трендова“. Чак 55% хаштагова су сложенице са више речи. Хаш ознаке имају у свом саставу осам или девет речи, написаних великим или малим словима, мада у већини случајева садрже и једну и другу врсту слова. Употреба хаштагова већ је превазишла своју првобитну намену. У почетку су били популарни искључиво на Интернету, односно друштвеним мрежама, али су временом постали саставни део свакодневне комуникације.

Јасно је да су популарност и континуирани развој друштвених медија све израженији, чему у значајној мери доприноси пораст употребе паметних телефона у свакодневној комуникацији. У већ поменутој књизи Сем Хитон „Разумети друштвене медије“⁴¹ каже се да друштвени медији као колективни појам утичу на све нивое друштва; представљају саставни део живота

41 Hinton, Sam; Hjorth, Larissa, Understanding Social Media (Understanding Contemporary Culture series), SAGE Publications Ltd, 2013

значајног броја људи широм света; а динамично и константно коришћење остварује се њиховим појављивањем у различитим облицима. С тим у вези, тачна је у књизи изнета претпоставка да слике и видео снимци имају значајну улогу у стварању и мењању значења појединих појмова, јер већина медија, попут Фејсбука и других општих облика друштвених мрежа, укључује значајан мултимедијални садржај.

3.3.4. Емотикони као феномен друштвених мрежа

Емотикони су текстуално-графички симболи неког расположења који се репрезентују кроз форме чији је назив познат као „смајли“. Улога им је да пренесу тренутно осећање, а први пут су се појавили 1963. године када је Харви Бол, комерцијални уметник, осмислио лице које је требало да подигне морал запослених у једној компанији. Како је Интернет део глобализације, те рад на њему подразумева мешање људи различитих култура, навика и нивоа образовања, неке поруке могу бити погрешно схваћене управо зато што такав вид комуникације онемогућава визуелни контакт саговорника. Зато се приликом слања текстуалних порука путем Интернета усталила употреба емотикона (emoticon = emotion + icon).

Њихово коришћење у писаној комуникацији развило се напоредо са идејом да се уз текстуалну поруку дода осмех, кроз графички приказ симбола насмејаног лица, као вид емпатије и показивања позитивног осећања. Када је шездесетих година XX века почела комуникација СМС порукама, односно кратким текстуалним порукама које су се слале путем мобилних телефона, настали су и први емотикони.

Најчешће употребљивани емотикони су приказани у табели 3.2.

Табела 3.2. На почетку употребе најчешће коришћени емотикони

| Пример | Опис |
|-----------|---|
| :-) :)))) | добро расположење – ако се дода више заграда означава јаче смејање |
| :D | широки осмех – гласно смејање |
| :-) ;) | смајли који намигује – објашњава да текст не треба озбиљно схватити |
| :-(| „тужни“ смајли (тужић) |
| :'(| смајли са сузом |
| >:-[| „намрштени“ смајли |
| :-* | „пољубац“ смајли |
| B-) | „коол“ смајли са тамним наочарима |
| %- | „ошамућени“ смајли |
| :-P | „исплажен језик“ смајли |
| :-\ | „оклевајући“ смајли |

У интернет комуникацији, посебно комуникацији на друштвеним мрежама, користе се графички смајлији, односно сличице. Уредник Универзитетске штампе Чикаго, Ливај Стал⁴², тврди да је емотикон први пут коришћен још у 17. веку, али за такву тврдњу не постоје никакви докази.

Утемељено је веровање да је знак састављен од две тачке, цртице и затворене заграде, који представља насмешено лице, измислио професор Скот Фалман (Scott Fahlman) са Универзитета Карнеги Мелон у Питсбургу, 1982. године. Стал, међутим, тврди да је смајли много старији и да га је нашао у песми „The Fortune“ енглеског песника Роберта Херика (Robert Herrick) из 1648. године. „У једном свом тексту је објашњавао како је читајући песме

⁴² Levi Stahl, (publicity manager for the University of Chicago Press) уредник University of Chicago Press

Роберта Херика, мислио да је наишао на првог смајлија у историји. Тврдио је да се у једном Хериковом стиху појављује знак „ :)“ поред речи „smiling yet“ (још увек смешећи се)⁴³. Стал би помислио да је у питању штампарска грешка да није након прегледања других издања закључио да се „смајли“ увек појављује на истом месту у песми. Ту тврдњу оспорава професор Алан Џејкобс (Alan Jacobs) са Универзитета Бејлор у Тексасу, који је изричит у уверењу да је у питању штампарска грешка. Утемељење за овај став он налази у чињеници да су се у 17. веку заграде ретко користиле и да их је, највероватније, додао неко од савремених издавача.

Датум настанка емотикона је довео у питање и „New York Times“ када је у септембру 2012. године објавио говор бившег председника САД Абрахама Линколна (Abraham Lincoln) из 1862. у којем се, такође, појављује један емотикон – „;-)“.

На Фејсбук страници компаније Нокиа постављен је кратак преглед историјата емотикона базиран на следећим подацима:

- Емотикони су „унапређени“ смајлији.
- Појавили су се 1995. године у Јапану.
- Први послати емотикон био је срце, а послат је преко СМС-а.
- Срце је седми емотикон од 50 најкоришћенијих на Фејсбуку.
- Пољубац је осми најкоришћенији емотикон.
- Емотикон пољупца се најчешће користи за флертовање.
- Скоро 20% од 100 најпопуларнијих емотикона садрже срце у себи.
- За сваки употребљени бесни емотикон употреби се седам емотикона срца.
- Емотикон сломљеног срца је 46. најчешће коришћени емотикон.

Емотикон описује одређену емоцију, а понекад, иако ређе, објекат. Групе емотикона се разликују у културама Истока и Запада, али у стандарду за енкодирање Уникоду (Unicodeu) неколико хиљада емотикона имају своје кодове и могу бити препознати у свим апликацијама које се користе на

⁴³ <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/04/the-first-emoticon-may-have-appeared-in-1648/360622/>

друштвеним мрежама. Када говоримо о смајлију или смешку, који је претеча за емотиконе, морамо рећи да је то графички приказ насмејаног лица у било ком облику, почев од првог оригиналног :-), па све до овог који се користи данас у виду жутог круга са нацртаним осмехом.

Шигетака Курита⁴⁴, јапански дизајнер, осмислио је 1999. године емоји⁴⁵ и то емоји срца. Иако су они постојали и раније, тек тада стичу праву популарност у писаној комуникацији, јер их мобилни оператери додају у све програме за писање порука.

Употреба емотикона се повећава из дана у дан мењајући тиме и начин комуникације на друштвеним мрежама. Интернет комуникација се, нарочито када су млади људи у питању, не може више ни замислити без емотикона, који су доступни на свим мобилним уређајима. Оксфордски речник је 2014. године за реч године прогласио реч „емотикон“, док је наредне, 2015. године, реч године био управо један од емотикона, тачније жути круг са широким осмехом коме и из очију капљу сузе, што се, условно, може превести као суза радосница, тј. смејање са сузама (😄). Кларк (Clark, 2015) наглашава да, и као дигитални ентитет и као реч, емотикони потичу из Јапана где су их много пре ере паметних телефона тинејџери користили на разним Интернет страницама. Број људи који користе емотиконе за комуницирају у писаном облику, било да су у питању мобилни уређаји или друштвене мреже, нагло је порастао у последњих пет година од њиховог увођења у дигиталну културу, да потпуно оправдано делују тврдње да су емотикони на граници еволуирања у потпуно нови сликовни језик. Мекулох (McCuiloch, 2016) тврди да емотикони садрже семе револуције и иновације, што рађа забринутост и страх да смо сведоци пропадања писаног енглеског језика, иако је комуникација само путем емотикона слична комуникацији кроз гунђање и гестикулацију.

⁴⁴ Shigetaka Kurita, рођен 9. маја, 1972, Јапан.

⁴⁵ Емоји (емоџи) или емотикон, у српском језику се користе као синоними. Појам се односи на сличице које се масовно користе у текстуалним порукама, мејловима и коментарима на друштвеним мрежама.

Барон (Baron, 2009) истиче да је, „баш као и лингвистичке речи, значење емотикона и емоција често недовољно прецизирано“, износећи аргументе на основу којих се може закључити да емотикони нису чак ни знаци емоција. Ослањајући се на теорију говорних чинова, тврди да су емотикони показатељи илокуционе снаге⁴⁶ текстуалног изговора који прате. Они „нити доприносе пропозиционом садржају (локуцији) језика који се користи, нити су само додатни језички комуникациони канал који указује на емоције“. Наглашава да емотикони могу да комуницирају са језичким текстом на шест начина:

- могу заменити реч или фразу.
- Могу изразити емоције или став говорника независно.
- Могу појачати или нагласити емоцију изражену у тексту.
- Могу модификовати значење језичког текста.
- Могу да подразумевају предложени садржај.
- Могу бити искоришћени за учтивост.

Међутим, Кларк (Clark, 2015) тврди да се емотиконима остварује комуникација без речи, јер омогућавају људима да искажу емоцију, а да при том ништа не напишу или кажу. Корисници показују тенденцију да употребљавају више од једног емотикона за изражавање осећања, посебно када им је дат велики избор смајлија. Барон (Baron, 2009) тврди да се немамо чега плашити када су емотикони у питању, јер да би добили статус правог језика била би им потребна граматичка правила. Штавише, због ограниченог речника недостаје им неопходна говорна флексибилност, што је још један од услова за настанак језика.

С друге стране, многи новинари и лингвисти истичу да је сасвим основана забринутост да би емотикони могли постати засебни језик који је у прошлости већ прошао своју сликовну фазу, па се њихова појава у разматраним околностима наше дигиталне културе може сматрати природним напретком. Мекулох (McCuiloch, 2016) је такође приметио „да

⁴⁶ Комуникативна сила исказа. Austin, J.L.. How to do Things with Words, Harvard University Press, 1975

нису емотикони ти који убијају енглески језик - не би то могли чак и ако би покушали - али се то лако може десити преко промена у језицима уз које људи стављају емотиконе - то је онај језик који је у невољи“.

3.4. Кратак закључак

Обим и квалитет међудруштвених и међујезичких утицаја друштвених заједница остваривани су у зависности од степена развоја човечанства и појединих његових друштвених заједница.

Степен развоја је зависио првенствено од техничко технолошких могућности. Техничко технолошки развој је текао постепено и споро, нагло је убрзан после Другог светског рата, а крајем 20. и почетком 21. века остварени су велики успеси у свим областима. Огромни техничко технолошки напредак довео је до радикалних промена друштвеног живота свих друштвених заједница и њихових односа.

Назначени друштвени фактори и други услови су основни узроци који су омогућили да се током последњих година енглески језик учврсти као први и доминантни језик међународне комуникације. То је један од главних разлога зашто је баш дошло до појаве позајмљивања лексема из енглеског језика.

4. АНГЛИЦИЗАЦИЈА СРПСКОГ ЈЕЗИКА

Процес англицизације може да се посматра кроз два међусобно повезана и условљена нивоа. На ширем плану, који подразумева општу англицизацију, реч је о утицају англицистичке културе на друге културе, при чему долази до њиховог мењања кроз промене у образовном систему, друштвено-политичкој заједници, култури пословања, уметности, науци, стилу живота (Harvard, 2004; Pipers, 2009). Овом виду англицизације у великој мери доприноси процес глобализације који је у већини земаља променио социолошко-културолошке токове и друштвене навике, мењајући тиме и свест савременог човека коме англицистичка култура постаје основни критериј за одређивање система вредности, било да је реч о уметничким и научним достигнућима или медијатизацији. Информационо-комуникационе технологије, настале као продукт глобализације, оснажиле су и олакшале процес англицизације чинећи да се она данас јавља и у институционалним оквирима.

На ужем плану, процес англицизације се најчешће везује за језик, тј. за промене које на једном говорном подручју настају под утицајем енглеског језика који на том простору није у службеној употреби. Зато се под англицизацијом у лингвистичко-комуникационо-социолошком смислу мисли уплив енглеских речи у друге језике, што за последицу има лагано, али сигурно, нарушавање њихове структуре. Доминација енглеског језика омогућила је да друштвени животи енглеског језичког колективитета у светским размерама оствари своју надмоћ, чиме су створени социолонгвистички услови за његову технолошку доминацију. Једна од технолошких предности енглеског језика је лака аудиовизуелна доступност, а социолонгвистичке повољности се испољавају у двојном усвајању и функцији допунског језика.

Лака аудиовизуелна доступност остварује се уз помоћ све савршенијих технолошких достигнућа, као што су: компјутери, интернет, мобилна телефонија, сателитска и кабловска телевизија и друга техничка средства за

међународну комуникацију. Свуда по свету се шире рекламни слогани, називи разноврсних производа, филмови, преноси спортских догађаја и други занимљиви и провокативни садржаји на енглеском језику, чиме се вишеструко доприноси развоју процеса који Прћић (2005:15) назива језичком англоглобализацијом. Тако је енглески језик постао аудиовизуелно доступан у једносмерном споразумевању. Ово својство чини га сличним матерњем језику и раздваја од типичног страног језика.

Лака доступност је учинила да енглески језик буде усвојен мимо образовног система и близак деци много пре него што уђу у школске клупе. Деца овај језик уче спонтано посредством цртаних филмова, компјутера, музике, игрица... усвајајући га напореда са матерњим језиком. На овај начин се усвајају поједини гласови, слова, речи и значења. Енглески језик, као прави страни језик, деца уче тек у школи, а како ти садржаји често могу бити другачији од већ усвојених, евидентно је да учење енглеског језика ван образованог система и његово усавршавање унутар тог система, функционишу паралелно и допуњавају се.

Усвајање енглеског језика, односно усвајање значајног броја лексема ван образовног система, остварује се кроз употребу јавних аудиовизуелних средстава. Таква врста доступности омогућена је и популацији која није укључена у образовни систем, тако да функцију допунског језика енглески врши и код говорника који се њим служе повремено. Зато његов константан утицај, како на међународну заједницу у целини, тако и на појединачне језичке заједнице, обухвата подједнако и оне говорнике који се са њим нису сусретали кроз образовни систем, тако и оне који су га усвајали унутар тог система.

Функција допунског језика остварује се тако што он почиње да попуњава стварне и претпостављене лексичке празнине у српском језику и на тај начин доприноси уобличавању једног више или мање заокруженог комуникационог ресурса, који сачињава матерњи језик обогаћен одабраним елементима енглеског језика. Свуда у свету 'говоре' енглеским језиком и тиме умногоме доприносе ширењу појаве која би се могла назвати језичка англоглобализација“ (Прћић, 2005: 16).

Прћић дефинише оставривање функције допунског језика на три начина:

- 1) енглески се јавља унутар српског језика (на нивоу речи кроз позајмљивање, а на нивоу синтагми и реченица кроз калкирање);
- 2) јавља се поред српског језика (када оба језика наступају истовремено, нпр. у филмовима с титлованим преводом, у огласима на енглеском и српском језику, у домаћим новинама, у називима домаћих производа и сл.) и
- 3) јавља се изнад српског језика (када је српски језик потиснут у целости, нпр. у огласима само на енглеском, у називима домаћих часописа и у натписима на изложима и сл). (Прћић 2005: стр17, стр 175)

Мешање српског и енглеског језика распрострањено је данас у говору и писању млађе генерације и старије омладине, код стручних лица различитих профила, а среће се свакодневно у популарним штампаним и електронским медијима, у регистру забаве (телевизија, музика, позориште, мода), у свету рачунарства и интернета, рекламирања, па се и у савременој стручној терминологији у којој се енглеске речи провлаче кроз уобичајне изразе и језичке обрасце.

Термини који се свакодневно користе су: имиџ (изглед, углед који у јавности изграђују јавне личности, па и институције), лук (изглед), хард диск (део рачунара где се смештају подаци), борд директора (пословни колегијум руководећих људи фирме), панел (плоча за облагање зидова, организована јавна дискусија уз учествовање публике), тротоар, прес (новинари као професија, који се односи на штампу, новинарство и новинаре).

Енглески језик се доминантно користи при именовању домаћих производа, фирми и продавница, поп група и песама, телевизијских и радио емисија, часописа, музичких и позоришних представа, културних и других јавних догађаја, као и при смишљању рекламних слогана. Притом се често одступа од стандардне норме енглеског језика. Термини који се јављају су: макси дисконт, идоли, премијера, ивент, етно, фанови и сл.

На учвршћивање позиције енглеског језика као првог и доминантног језика међународне комуникације, а тиме и на позајмљивање лексема, утицали су различити друштвени фактори који се, у крајњој линији, могу посматрати кроз призму глобализације чије су размере, очигледно, много шире и дубље него што се то на први поглед чини. Тај процес су водиле развијене западне земље, посебно Велика Британија и САД, тако да се енглески језик природно наметнуо и постао језик глобализације. У том смислу, енглески је постао и оруђе англицизације светске културе (Hjarvard, 2004).

Друштвено комуницирање, као основни носилац процеса глобализације, ширило се огромном брзином захваљујући информационо-комуникационим технологијама. Нове технологије, попут интернета, рачунара и интелигентног телефона, сматрају се главним узрочницима измењене природе друштвеног комуницирања и окосницом новог, глобалног друштвеног комуницирања.

Не само да су значајно изменили природу друштвеног комуницирања, већ су медији добили и нову друштвену димензију. Постали су саставни део савременог друштвеног живота којима су, хтели то или не, морали да се прилагођавају сви чланови заједнице. Нови медији су почели да дефинишу и регулишу друштвене односе и процесе, и то на начин да у тим процесима они постају кључни учесници (Hjarvard, 2008). Одликује их низ специфичности, а најочигледније су:

прожимање и интертекстуалност садржаја и медија; децентрализација садржаја, медија и саговорника;

- експоненцијално повећање броја медија и садржаја;
- монополизација и концентрација медијског власништва;
- активно учествовање грађана у посредованом комуницирању;
- деконтекстуализација садржаја и саговорника;
- технополија, односно технолошка условљеност учешћа у друштвеном комуницирању;

- комуникацијски редуccionизам, тј. сужавање комуникативних садржаја и израза због технолошких ограничења;
- видеократија, тј. владавина визуелних порука;
- нови жанрови;
- планетарна популарност – виралност;
- појава личног масовног комуницирања;
- комерцијализација јавног, али и личног комуницирања;
- сужавање простора и опадање вредности приватности;
- хиперсензационализам;
- загушење информацијама;
- самосталност, усамљеност и отуђеност појединца;
- општа и језичка англицизација (Bogdanić, 2013).

Ковачевић⁴⁷ константно истиче да је српски језик на сваком кораку преплављен енглеским речима, тако да англицизација прети да уништи темељне вредности српског језика. На делу је језичка акултурација, где се губи самосвест о вредности матерњег језика. Енглески језик се надређује српском, чиме се српски језик у очима младих сматра мање вредним.

Ниједан језик не може без туђица и страних речи, али оваква превласт енглеског језика и статус који стиче, посебно међу млађом популацијом, готово да поништава вредност српског језика. При томе се најчешће заборавља да је језик један од темељних критеријума за одређивање српског националног идентитета.

4.1. Англицизми, појам, подела и псеудоанглицизми

Језик је једно од темељних обележја људског бића јер, како је говорио Бугарски, човек без језика не би био човек. Стога се категорија променљивости, својствена и човеку и језику, јавља као природна неминовност којом се превазилази стагнација и обезбеђује константан

⁴⁷ Ковачевић Милош <https://www.glassrpske.com/lat/plus/intervju/milos-kovacevic-srpski-jezik-i-cirilica-nikada-nisu-bili-ugrozeniji/133245>

напредак и раст. Принцип променљивости, као језичке нужности, ипак подразумева задржавање оних начела на којима је утемељен, јер га она одређују и чине препознатљивим у заједници језика.

Развојем језика долази до богаћења лексичког фонда, обично кроз међујезичку интеракцију, тј. појаву позајмљеница и лингвистичку адаптацију нових речи у оквиру стандардног језика. Најчешће се говори о географској, друштвеној, историјској или културолошкој условљености која утиче на појаву позајмљеница у једном језику. Већину позајмљеница чине интернационализми или речи које се везују за стручну и научну терминологију. На тај начин језик задовољава потребе друштвеног живота који се непрекидно развија, тежећи да за нову појаву пронађе ново изражајно средство, односно нову реч. У томе се огледа сложеност језика, тј. подразумева напоре деловање и принципа променљивости и принципа сталности. Ограничења у језику су нужна, а померањем тих граница језик непрекидно налази решења којима ће у оквиру постојећег и непроменљивог створити нешто ново. Језичка принципијелност не би смела бити у сукобу са његовом комуникацијском функцијом, која подразумева да, пратећи друштвене промене и развијајући се у корак са њима, сачува своју особеност. Стога, језици занемарују оно што престаје бити друштвено функционално, а развијају средства (самостално или позајмљивањем) за изражавање свега што постаје актуелно.

Лингвистички фактори у основи не условљавају развијеност језика, већ то махом чине друштвени фактори. Зато је међујезичко прожимање старо колико и људски род и језици којима се човечанство служи. Тешко да се може наћи развијени језик који у својој историји није био подложен утицају са стране или није утицао на неки други језик. Међујезички утицаји су настали из друштвеног живота и вечите људске тежње да ширећи своја знања успоставља везе са другим људима.

Језичко позајмљивање (language borrowing) није искључиво лингвистичка категорија и не може се анализирати само општелингвистичким методама. Оно је превасходно друштвена појава, као и многе друге лингвистичке и социолингвистичке појаве. Зато их проучава

посебна грана лингвистике – социолингвистика. С обзиром да је она преширока, језичко позајмљивање и све појаве које су у вези са њим проучава посебна грана науке о језику – лингвистика језичких додира или контактна лингвистика.

Главна питања лингвистичког позајмљивања привукла су пажњу лингвиста тек у 18. веку, када су се сусрели с проблемом позајмљеница (loanwords) сакупљајући речничку грађу, а посебно проучавајући страни порекло делова те грађе.

Лингвиста Ејнар Хауген средином 20. века уводи термин *језичко позајмљивање* који је прихваћен уместо старог термина *мешање језика*. Према његовом мишљењу, језичко позајмљивање је „процес који се одвија када билингвални говорник репродукује узорак једног језика у другом“ (Божић, 2003). Овај термин је био у употреби све до појаве новог – *језици у контакту*, који је превладао. (в. Филиповић, Р. Теорија језика у контакту: увод у лингвистику језичких додира, 1986)

Позајмљивање (borrowing) као термин употребљава Едвард Сапир у свом делу „Језик“ (Language). У поглављу „Како језици утичу један на други“ (Sapir, 1921) ознаку позајмљивање проширује на позајмљивање речи: „Најједноставнија врста утицаја којом један језик може да утиче на други јесте позајмљивање речи“ (Sapir, 1921:206).

Сапир указује и на феномен културног позајмљивања као узрока позајмљивања речи. Када се јави културно позајмљивање, увек је могуће да се преузму и с тим повезане речи. Тако је сваки културни талас уносио у језик нови улог позајмљеница.

У развоју теорије језика у контакту постоје три периода у којима се употребљавају различити термини за појаву позајмљивања.

У првом периоду употребљавају се изрази : мешање језика и мешани језици.

У другом периоду преовладава термин језичко или лингвистичко позајмљивање.

У трећем периоду често су у употреби два нова термина: језици у контакту и језички контакти (или контакт језика).

Ипак, термин позајмљивање је већ традиционалан, лингвисти га углавном прихватају и најчешће употребљавају. Семантички садржај синтагме језичко позајмљивање заснован на вези између постојања лексеме у једном језичком колективитету и друштвених узрока који доводе до потребе другог колективитета за њом, што се одвија кроз процесе адаптације и асимилације.

Основни узроци језичког позајмљивања су:

- а) један језик утиче на други који прима страни материјал или се његов властити језички материјал формира према страним узорима и
- б) намећање, помодарство или незнање, уз могућу комбинацију два-три узрока.

У првом случају се позајмљују садржаји и речи, па се може говорити о позајмљеницама у именима места, личним именима и именима увезених ствари. Ако културно инфериорнији језик позајмљује садржај од културно супериорнијег језика, знатно ће се повећати број подручја из којих ће се позајмљивање обављати. Ако је језик прималаца на вишем културном нивоу и припада народу развијеније цивилизације, знатно ће се смањити број подручја из којих ће се позајмљивати.

Економско-културолошки и просторни контакти су главни узроци међујезичког позајмљивања. Економски моћне друштвене заједнице имају водећу и одлучујућу улогу и утицај у међународним односима. Захваљујући таквој позицији оне, ради остварења својих циљева и интереса, намећу другим друштвеним заједницама свој друштвени живот, па и свој језик. Посебан случај је појава позната под именом „културни контакт“. Бугарски (2005) објашњава да културни контакт представља појаву у којој неки светски доминантан језик, посредством комуникација и културне сфере, утиче на развој другог језика са којима може, али и не мора, да буде у географском суседству. Овај феномен посебно је актуелан у данашњем свету, где енглески функционише као језик давалац, према географски веома широком спектру језика прималаца.

Просторни међујезички утицаји се обично остварују када припадници различитих језичких колективитета живе, или су у прошлости живели, у

непосредном суседству или у једној друштвеној заједници. Ареални међујезички утицаји могу постојати и када су припадници језичких колективитета просторно удаљени, али одржавају снажну и дуготрајну сарадњу у свим (или већем броју) областима друштвеног живота.

Процес адаптације позајмљених речи зависи од више фактора, а основни су:

- степен фонолошке и морфолошке блискости језика,
- феномичка структура позајмљене речи,
- обим фреквентности речи у језику који је прималац,
- да ли се позајмљивање врши непосредно или посредно, у средини језичког колективитета даваоца или примаоца.

Најједноставнији облик и најкраћи период адаптације је у случајевима када су фонолошка структура, морфолошки лик и семантички садржај речи из језика даваоца исти као и у језику примаоцу. У свим другим случајевима позајмљивање је мање или више сложен процес и захтева одређено време.

Процес језичког позајмљивања почиње преузимањем лексеме (модела) из језика даваоца у језик примаоца. Од тада модел почиње прилагођавање језику примаоцу и током тог процеса прима облике према природи и законитостима језика у који улази. У лингвистици се сваки аспект током процеса прилагођавања назива супституција. Као завршна фаза у адаптацији модела, кроз његово потпуно уклапање у језик примаоца, настаје облик који се у лингвистици назива реплика, а сваки аспект што га је реплика преузела зове се инпортација.

У процесу позајмљивања субституција је чешћа појава. Филиповић назива субституцију на фонолошком нивоу као трансфонемизација (*transphonemization*), док субституцију на морфолошком нивоу назива трансморфемизација (*transmorpemiztion*).

Ако позајмљеница у својој гласовној структури нема елемената који би се противили језичком осећању тог језичког колективита, она улази у лексикум и више се не осећа као страна реч.

Позајмљеница улази у редовну употребу тек када је спонтано и често употребљавају различити говорници језика примаоца. Прво је употребљава ограничена групација људи повезаних територијално по професији, социјалном статусу или по култури, а затим више таквих групација. Неке се позајмљенице задржавају унутар тих групација, док се друге шире на читав језички колективитет.

4.1.1. Англицизми

Термин англицизми обухвата позајмљенице које су из енглеског ушле у српски језик. Прћић под појмом англицизам подразумева реч која је преузета из енглеског као језика - даваоца и која је уклопљена у систем српског као језика - примаоца.

Промене у лексици настале услед историјских померања и проширивања система појмова, обично су квантитативне природе, што се данас рефлектује као лексичка експлозија, својствена језицима модерног доба. Настанком нове појмовне јединице најлакше се уводи нова реч, и то тако што нови појам, долазећи из иностране средине, доноси и термин из тог језика, у нашем случају из енглеског.

Филиповић дефинише англицизмице као речи које су преузете из језика даваоца и које су адаптиране према саставу језика примаоца, које су у њега интегрисане као позајмљенице и понашају се као домаће речи. И други аутори су дали своје дефиниције појма англицизам, па тако Менфред Герлах истиче да се под појмом англицизам често мисли на реч или идиом који је препознатљив по свом енглеском облику (у писању, изговору, морфолошком облику, или барем једној од те три поменуте форме) и прихваћен у речнику језика примаоца (Görlach, 2003).

Прецизније речено, англицизми су лексичке јединице из енглеског језика које су биле подвргнуте формалној и садржинској адаптацији и на тај начин постале, у већој или мањој мери, интегрисане у систем српског језика.

Под лексичким јединицама подразумевају се, у првом реду, опште (тј. апелативне) речи – лексеме у категорији:

1. именица (голф, мејл, идол, имиџ, компјутер, фајл, милкшејк, стајлинг, стандард, најлон, маркет),
2. глагола (сурфовати, спекулисати, финансирати, цогирати, анализирати, фокусирати, чекирати),
3. придева (хепи, екстра, инстант, оригиналан, софистициран, кул, припејд),
4. прилога (ин, топ, аут),
5. узвика (ауч).

Поред наведених самосталних лексичких јединица, Прћић (2005: 59) у англицизме убраја и несамосталне лексеме:

- префиксе (екс-, ко-) нпр. експедиција, екскурзија, ексклузиван, кооперација, коалиција и сл.
- префиксоиде (мега-, супер-) нпр. мегафон, мегашоп, супериоран, супермаркет и сл.

Ове лексичке јединице нису увек енглеске по свом крајњем пореклу, али представљају англицизме јер су дошле у српски језик из енглеског или под његовим утицајем. Речи и изрази из енглеског језика који се без асимилације уносе у текстове на српском језику, или се све чешће користе у говору, не могу се сматрати англицизмима, јер су то заправо енглеске речи и изрази који нису интегрисани у систем српског језика, као нпр:

By the way – узгред буди речено

No comment! – без коментара

Sorry! – извини

Please! – молим те

Best of – најбољи (од).

Називи производа, фирми и локала, као и телевизијских и радио емисија и рубрика, публикација и манифестација, попут *Image Centar*, *Irish Pub*, *Wild Beauty*, *Go play*, *Brilliant Look*, *: Around The City* или *Women's Health*, у чијем се саставу могу јавити не само опште речи, него и лична географска и друга имена из енглеског језика, имају статус између англицизама и англофоног и псеудоанглофоног властитог имена (Прћић, 2005).

За разлику од Прћићевог схватања англицизама, Соња Филиповић појам англицизам схвата у нешто ширем значењу, те под њим она не подразумева само опште речи преузете из енглеског, већ и речи које су у функцији имена, акрониме и читаве синтагме (Филиповић, 2003).

4.1.2. Подела англицизама

Речи се деле на појмовне и функционалне, те је њихово разликовање од великог значаја за лексику, тим пре што таква подела постоји у свим језицима света. Између појмовних и функционалних речи постоји јасна поларизација, али не и јасно одређене границе. У српском језику се англицизми, посебно последњих неколико година, употребљавају без икаквих правила, па језик појединих говорника, а неретко и читавих социјалних група, подсећа на неславно време историје српског језика које је претходило Вуковој реформи. Говорници српског језика произвољно и некритички употребљавају англицизме, чак и када за њих постоји не само један, већ и по неколико одговарајућих лепих српских синонима. Велики број говорника чак и не зна у потпуности значење многобројних речи које користи, али су њима свакодневно изложени, у највећој мери преко средстава јавног информисања.

За англицизмима посежу, пре свега, млађи говорници српског језика у свакодневној комуникацији, али и стручњаци из појединих области, као и новинари код којих није у довољној мери развијено језичко осећање, али јесте жеља да оставе утисак сопствене учености, нарушавајући при том норму и лепоту свог језика.

Свакако да постоје подручја живота у којима је употреба англицизама оправдана, али је забрињавајуће када они некритички и непотребно уплове у све области људске делатности, од науке, технике, уметности... па до спорта, музике, медија...

Овакво стање је узело маха зато што нема довољно заинтересованости да се проблему приступи плански, свеобухватно и систематично. Недостатак језичке, идентитетске и културолошке самосвесности условљава да

говориници којима је српски језик матерњи још увек не уочавају да тај језик мора доминирати у њиховој комуникацији над енглеским, без обзира да ли је реч о писаној или говорној комуникацији, или евентуалном одличном познавању енглеског, или било ког страног језика.

Прћић у књизи „Енглески у српском“ (2005:186) даје скалу комуникативне оправданости англицизама. Упућује на то како приступити речима из енглеског језика, али и како развијати опште логичке принципе у размишљању и поступању.

- 1) *Англицизам је сасвим неоправдан* уколико већ постоји домаћа или одомаћена реч или израз за дати страни садржај: дрес код – правила облачења, дресинг – прелив, парти – забава, офис – канцеларија, маркет – тржиште.
- 2) *Англицизам је неоправдан* када се дати страни садржај може преобликовати употребом продуктивних морфосинтаксичких и семантичких средстава српског језика: чермен – руководилац, транспорт – превоз.
- 3) *Условно оправданим англицизмом* се краће и економичније исказује нови или постојећи садржај од домаће или одомаћене речи или израза: бек стејџ – простор иза сцене, бизнисмен – пословни човек.
- 4) *Оправдан англицизам* уноси нову ноту значења у систем српског језика: хамбургер – пљескавица, бејбиситерка – дадиља, лаптоп – компјутер, ђус – сок, дуел – двобој.
- 5) *Сасвим оправдани англицизам* уноси ново значење у систем српског језика и на тај начин попуњава неку лексичку или појмовну празнину: милкшејк, фишбургер, таблоид, скенер, софтвер, мобилни телефон, паб, килт, твистер, кечап, сајт, коктел, блог.

Англицизми представљају једну од група страних речи у српском језику које су данас често, дакле, не увек, потребне, али их треба употребљавати са знањем и умерено.

4.1.3. Псеудоанглицизми

Италијански лингвиста Вирџинија Пулцини сматра да су „псеудоанглицизми, или лажни англицизми, речи које изгледају и звуче мање - више енглески, али се разликују од енглеских узора“ (Pulcini, 1997:79). Филиповић дефинише псеудоанглицизме као „речи или изразе састављене од елемената енглеског порекла (дакле англицизама) али целина коју чине није преузета из енглеског језика, јер у њему у таквом лику не постоје“ (Филиповић 1986:193). Може се рећи да попуњавањем празног места у речнику грађењем нове речи од већ постојећих елемената из језика који нису домаће речи већ позајмљенице, настају псеудоанглицизми.

За разлику од англицизама, употреба псеудоанглицизама доста је ограничена. Најједноставнији начин да се попуни празно место у речнику неког језика је да се преузму називи предмета и појмова из другог језика. Како највећи број индустријских предмета и проналазака, али и нових облика организација, долази из земаља са енглеског говорног подручја, то објашњава чињеницу да англицизми имају бројчану превласт у односу на позајмљенице из других језика.

Асимилација псеудоанглицизама врши се на: фонолошком, морфолошком и семантичком нивоу. За разлику од англицизама који пролазе кроз оба нивоа адаптације (примарну и секундарну), псеудоанглицизми пролазе само кроз секундарни ниво адаптације. Зато се псеудоанглицизми често називају секундарним англицизмима.

Псеудоанглицизми врше творбу на три начина:

- a) композицијом - сложенице које се састоје од англицизама и речи *мен* (man), англицизам + *мен* (man) = псеудоанглицизам (нпр. *бизнисмен*, *шоумен*, *џентлмен*);
- b) деривацијом - изведенице настале од англицизама и суфикса – *ер*, који је најчешћи показатељ псеудоанглицизама, англицизам + *ер* = псеудоанглицизам (нпр. *спринтер*, *џезер*, *комбајнер*, *тенисер*, *боксер*, *бајкер*, *финансијер*, *плејмејкер*);
- c) елипсом - када се из енглеских израза изостави суфикс – *инг*.

Примери за псеудоанглицизме

| | |
|-------------------------|---------------|
| нпр.: E. bungee jumping | с. банџи џамп |
| нпр.: E. happy – ending | с. хепи енд |
| нпр.: E. boxing – match | с. бокс меч |

Између англицизама и псеудоанглицизама нема системских разлика. Њихово формирање и употреба условљена је разним социолошким факторима.

У току неколико векова (од 17. века) после „открића“ Енглеске и успостављања језичких додира између ње и осталих европских држава, створена је у Европи атмосфера која представља претерани интерес за све што долази из Енглеске у материјалној и духовној сфери. Тада су и настали социолошки фактори који су погодовали стварању нових израза од страних елемената. У тој повољној социолошкој ситуацији постојале су једнаке могућности да трансфером енглеских речи настану англицизми и да се употребом англицизама стварају псеудоанглицизми.

Празна места у речнику једног језика попуњавају се како англицизмима, тако и псеудоанглицизмима. Англицизме уводе млађе особе које су окупирале свакодневицом и светским вестима, а псеудоанглицизме користи омладина коју занима спорт, забава, музика, филм, телевизија. Псеудоанглицизми су карактеристични за речник политичара, новинара и других јавних посленика, као и за технички и технолошки речник.

На основу претходног можемо закључити да је преузимање енглеских речи, како англицизама тако и псеудоанглицизама, изузетно „популарно“ међу млађом генерацијом, више из помодарства него из потребе. Такође, намеће се закључак да су узроци језичког позајмљивања примарно друштвени, а секундарно лингвистички, о чему ће бити говора у наредном поглављу.

4.2. Англосрпски

Огроман број речи, у великој мери непотребних, које се преузимају у српски језик из енглеског, изложен је деформацијама. Деформације су вишеструке: фонолошке, морфолошке, семантичке и ортографске. На настанак ове појаве делују лингвистички и социолошки фактори. Дужом и честом употребом појединих деформисаних реплика омогућује им се да уђу у стандардну лексику српског језика.

Последњих двадесетак година постоји агресија разноврсних садржаја из укупног друштвеног живота Запада, углавном из САД, међу којима је много и шунда, вулгарности, аморалности... На тој социолингвистичкој подлози настао је јединствен језички, социолошки и културолошки феномен који је, попримивши сва обележја језичке англуманије, постао препознатљив као културолошки и статусни симбол. Разлози за настанак ове појаве су знатно мање језичке, а далеко више ванјезичке, социолошке природе.

Једна од најупадљивијих и најбитнијих последица бројних утицаја енглеског језика на српски, која проистиче из његове функције допунског језика, јесте постепена хибридизација српског језика. (Прћић, 2005). Та мешавина, најчешће деформисаног енглеског и српског језика, названа је англосрпским језиком (Прћић, 2005:15).

„Под англосрпским језиком се подразумева један нови социолект, својствен урбаним, колико-толико двојезичним људима млађе генерације, започетог а незавршеног образовања, који своју језичку и другу културу стичу углавном путем популарних медија“ (Прћић, 2005:15). Овој популацији треба додати необразоване скоројевиће, приучене „интелектуалце“, новинаре и јавне раднике, помодаре итд. (Прћић, 2005:79). Та хибридна и спонтана творевина представља врсту српског језика који све више одступа од своје норме, подређујући је и прилагођавајући норми енглеског језика. Треба истаћи да не припада англосрпском језику сваки утицај енглеског језика на српски, него само они делови који чине неоправдане и објективно непотребне иновације настале под утицајем енглеске норме.

Настајање једног новог и специфичног варијатета српског језика који би се могао подвести под појам социолекта, заснован је с једне стране на непотпуном или недовољном познавању правила лексичког и граматичког система, те принципа употребе у конкретној ситуацији како енглеског тако и српског језика, а с друге стране, на интуитивном приступу језику. Осим крајње индивидуалног и неуједначеног језичког осећања и знања појединаца (по принципу сам свој ауторитет), настанку и ширењу англосрпског језика доприносе и бројни социолингвистички фактори. Потребно је указати на неке од њих. У сивилу укупног живота и немару према вредностима, настаје и општа маргинализација језика и лингвистике. Она се огледа у небризи и немару према српском језику у јавној употреби, нарочито у медијском простору. Чист и креативан језик постао је привилегија језичких стручњака, књижевника, песника и малог броја заљубљеника у његове вредности и лепоту, док већину говорника карактерише низак квалитет образовања (без обзира на степен школске спреме) и недовољно познавање природе и структуре, како српског тако и енглеског језика.

Површно превођење с енглеског језика, које се огледа у механичком пресликавању форме и незнатним структурним изменама оригинала, доприноси снажењу англосрпског језика.

Преузимају се, поред потребних, и непотребни страни културни, технолошки, научни и други садржаји негативних и сумњивих васпитно-образовних вредности, али и исто толико сумњивих лексичких и семантичких квалитета.

Важан узрок за настанак англосрпског је то што код нас још увек не постоји целовита норма везана за преузимање одређених језичких образаца из страних језика, а и оно што је нормирано, ретко се кад поштује у пракси. Уместо тога, формирала се „обичајна“ норма у којој се англицизми употребљавају без икакве осмишљености и реда.

Основна карактеристика англосрпског језика је нападна и неконтролисана употреба енглеских речи у свакој прилици, али најчешће у произвољном фонетском, морфолошком, семантичком и графолошком облику.

Може се уочити да су се у пракси, у великој мери, формирале три тенденције употребе англицизама: струковна, статусна и сленг.

Струковна употреба произлази из чињенице да неки научници сматрају да једино термини на енглеском језику дају право, изворно значење одређених стручних речи. Заменом термина одговарајућим речима из српског језика, према њиховом мишљењу, губи се основно значење и смисао речи. Зато често прибегавају англицизмима, игноришући домаће одговарајуће замене. Примери су дати у табели 4.1.

Табела 4.1. Струковна употреба англицизама

| Модел | Превод | Англицизам |
|-------------|---|------------|
| digital | који показује мере и величине бројевима | дигитално |
| analogy | сличан, сродан | аналогно |
| disc | округла плоча за дигитално снимање података | диск |
| processor | електорнски склоп који обавља сложену обраду података | процесор |
| certificate | потврда, сведочанство | сертификат |
| cocktail | мешавина једне или више врста пића | коктел |

Статусна употреба англицизама је заснована на убеђењу људи да коришћење англицизама у свакодневной употреби чини израз отменијим, модернијим. Примери су дати у табели 4.2.

Табела 4.2. Статусна употреба англицизама

| Модел | Превод | Англицизам |
|---------------|----------------------------|---------------|
| sophisticated | софистикован | софистицирано |
| lifestyle | стил живота | лајфстајл |
| personality | особине појединих личности | персоналити |
| standby | стање приправности | стендбај |
| finance | новчана средства, новац | финансије |

| | | |
|------------|--|--------------|
| press | који се односи на на штампу, новинарство и новинаре | прес |
| conference | скуп више лица, саветовање | конференција |

У обе ове употребе, и струковној и статусној, англицизми својим корисницима служе и као моћан симбол друштвеног статуса, учености, отмености и модерности.

Посебна појава англосрпског језика је она коју можемо уочити код једног дела млађе генерације. То је типична социолингвистичка појава, јер је овај језик по многим особеностима сличан жаргону. Настао је и одржава се у урбаним срединама, посебно у урбаним периферијама, међу недоученим и приученим двојезичарима. С обзиром да се енглески језик повезује са млађим генерацијама и популистичком културом, млади из нижих социјалних слојева, да не би заостали за образованим вршњацима, преузимају англицизме по својој мери и потреби. Ова варијанта англосрпског језика често одступа од стандардне норме и ствара различите неологизме. Иако оваква употреба англицизама постоји у ограниченој популацији и израз је тренутне језичке климе, постоји велика вероватноћа да ће се одређене лексеме усталити и продрети у већ усвојену лексику.

Последице игнорисања негативних појава енглеско – српских језичких контаката, од којих је најтежа англицизација српског језика, погубне су не само по језик, већ и по друштво у целини. Оне се уочавају у речима, њиховој структури, облику, значењу и употреби. Затим се то преноси на понашање говорника англосрпског језика у складу са језичком нормом и културним обрасцима енглеског језика. Напореда са тим, потискује се уобичајена норма и обрасци из српског језика, нарочито у области лексике.

Овакво преузимање речи из енглеског језика у нашој свакодневној пракси најчешће се врши без икаквих правила. Тиме се губи разлика између позајмљеница из енглеског језика које су, више или мање, интегрисане у систем српског језика и чисто енглеских речи које се уносе у српски језик без икаквих промена и прилагођавања.

Услед недовољног познавања прописане норме српског језика, често се енглеске позајмљенице користе према правилима енглеског језика. Овакво стање представља велику језичку опасност која може довести до тога да енглеска норма у српском језику узме примат над домаћом. Посебно алармантно изгледа ова ситуација у медијима, на уличним натписима, рекламним паноима и слоганима, називима производа, фирми, локала, разних манифестација итд.

Англосрпска „норма“ узима толико маха да се код појединих група људи сматра већ потпуно природном и прихватљивом, а обухвата све компоненте српског језика: правопис, изговор, ортографију, граматику, семантику и прагматику.

Према томе, неопходно је извршити обимније истраживање српске лексике, кориговати постојеће и установити нове језичке норме и стандарде приликом језичког позајмљивања.

4.3. Транскрипција речи које долазе из енглеског језика

У савременој лингвистици, појам транскрипције односи се на обележавање звукова писаним симболима из једног језика на други. Уколико се такав систем преношења мења, онда се говори о појму преслојавања, односно преношења знакова из једног језика на други без осврта на њихов изговор. Тај појам се разликује од транскрипције, јер је начин писања прилагођен оним изразима који већ постоје у језику на који се преносе. Савремена лингвистика говори о два начина транскрибовања, на гласовно и на правописно, где гласовно подразумева пренос гласова који су најсличнији гласовима језика на који се транскрибују, док се правописно односи на пренос према унапред одређеним правилима транскрипције.

У раду „Прилагођено писање имена из страних језика (транскрипција)“ из 2010. године (Пешикан и остали, 2010), о овом појму се говори кроз сагледавање историјског приказа: „У писању туђих властитих имена и израза у стандардном српском језику примењују се два поступка - прилагођено (примењиво и у ћирилици и у латиници) и изворно писање

(примењиво само у латиници). Иако су у данашњој норми оба поступка примењива, па чак и изворно писање продуката популарне културе (називи музичких група, песама, филмова) ћирилицом, у прошлости то није био случај. Смишљајући прво писмо за словенске језике (глагољицу око 863), Ћирило и Методије су притом прилагођено писали грчка имена (претеча правописне транскрипције). Сем што у глагољци не постоје еквиваленти слова тета, пси и кси, они су створили праксу деклинационог пролагођавања класичних назива. Тако, на пример, они за Словене нису били Кирилос и Методиос (према грч. Κύριλλος και Μεθόδιος), већ Ћирил и Методиј (за јужне), односно Кирил и Мефодиј (за остале).

Ипак, стварањем ћирилице дошло је и до увођења облика у коме су грчке графичке дословно преношене. Тако су и они постали стсл. Кѳриллѳ и Меѳодѳи (са ћириличном ижицом и фитом, еквивалентима грчког ипсилон и тета, односно словенских *и* и *т/ѳ*). Стари писари су овај графемски пренос доста примењивали, али није био стран ни фонетски запис. Ипак, сви су пратили Ћирилово начело у вези са наставцима; оно је касније проширено, па отуда и облици Ћирило и Методије.

Стварањем националних ћирилица, нестала је могућност дословног писања имена из грчког и словенских ћириличких језика. Тиме је прилагођено писање постало опште правило ћириличких правописа. У латиничким правописима, напротив, доминантно је изворно писање имена из других језика који користе исто писмо. У српској двоазбучној пракси, прилагођавање је широко распрострањено и у латиници, док је навод изворног назива у загради, подбелешкама (фуснотама) или индексима увек отворена могућност. Ако се аутор из неког разлога одлучи за изворно записивање и у ћириличком тексту, и то је правописно коректно.

Када говоримо о транскрипцији речи које долазе из енглеског језика, ту постоје одређена правила која морају да се прате како би транскрипција била исправна.

У табелама које следе (табела 4.3, 4.4 и 4.5) може се видети на који начин се обрађује изговор наглашених и ненаглашених самогласника, као и сугласника у енглеском језику.

Међународно фонетско удружење (*International Phonetics Association - IPA*) је предложило фонолошке симболе за обележавање гласова који су дати у **првој колони**. Британски изговор је обележен са *BrE*, амерички изговор обележен са *NAмE*.

У **другој колони** се налазе поједностављени ИПА симболи које користи Прћић у својим табелама објављеним у његова два речника — *Нови транскрипциони речник енглеских личних имена* (1998, 2008) и *Енглеско-српски речник географских имена* (2004). У симболима су занемарене гласовне разлике које нису релевантне за транскрипцију.

У **трећој колони** налази се српски глас или комбинација гласова која најприближније одговара датом енглеском гласу у одређеној позицији. Одабрана су мала слова, а велика слова означавају дужину самогласника. Да би се ови знакови могли разликовати од слова у правопису, стављени су у косе заграде.

НАГЛАШЕНИ САМОГЛАСНИЦИ

- Енглеским кратким и дугим монофтонзима одговарају српски наглашени кратки и дуги самогласници, претежно са силазним тоналитетом.
- Енглеским дифтонзима за које не постоје одговарајући дифтонзи у српском, одговарају спојеви српских наглашених кратких самогласника са претежно силазним тоналитетом и елемената /j/ и /u/.
- Енглески латентни сугласник /r/, у неким монофтонзима и дифтонзима увек се преноси као Р (по угледу на амерички начин изговора).
- Остале комбинације енглеских гласова сматрају се нивовима монофтонга и дифтонга.

| | | | |
|--------------------|--------------------|------------------|---|
| NAmE | | | |
| /ɑː/ | | | |
| /ɔːr/ | /oːr/ | /op/ | Ford, Warner, Rourke |
| /ɔɪ/ | /oi/ | /oj/ | Moir, Joyce |
| BrE /əʊ/ | | /oy/ | Stone, Coe, Oates, Bowen, Marlowe; |
| NAmE /ou/ | /ou/ | /O/ ⁵ | Fiona, Boulton, Beaumont |
| /ʊ/ | /u/ | /y/ | Wood, Fuller |
| /uː/ | /uː/ | /Y/ | Hoover, Lucas, Brewster, Dougal, Cruise |
| /juː/ | /juː/ | /jY/ | Hume, Dewey, Eugene |
| /ʊə ^r / | /uː ^r / | /yp/ | Moore, McClure |

1. Овај глас се увек транскрибује као /ej/, осим ако се ради о неком гласу из другог језика адаптираном у енглески и представљеном словом /e/, када би га према слову требало представљати као /E/. Преношење овог гласа као /e/ или као /e/ данас се сматра застарелим.
2. Како у српском језику не постоји одговарајућа акустичка адаптација, преноси се као /ep/, под утицајем немачког. Изузеци: комбинација слова (W+)OR када се преноси према словима, као /op/, да би се избегло изобличавање имена.
3. Пошто у српском не постоји акустички одговарајући глас, овај глас се може пренети или као /a/ који је релативно сличнији британском изговору, а и према слову које га представља, или као /e/ према америчком изговору, али и према погрешном тумачењу да се свако слово А преноси као /e/. Нема разлога да се ова двојност одржи, према томе, боље је преносити овај глас увек као /a/ из више разлога:
 - облици са /a/ су старији и бројнији у српском језику, чиме се смањује број укореењених изузетака на /e/;

- изједначује се облик сродних имена са већином осталих европских језика: боље је Адам, Агнес, Алберт, Данијел, него Едам, Егнес, Елберт, Денијел. Осим тога, у енглеском језику глас А из других језика се углавном адаптира као глас /æ/.
4. Овај глас се увек преноси као /А/, без обзира што се у америчком енглеском у одређеним случајима изговара као /æ/. Изузетак: у комбинацији слова AL преноси се као /ал/.
5. Овај глас се увек преноси као /оу/, осим у вишесложним именима где је најчешће представљен словом О, те се и преноси као /О/ како би се избегло изобличавање имена. Погрешно је преносити овај глас увек као /О/ или /о/, што се некад радило или под утицајем адаптације имена из немачког језика или због погрешног тумачења да се свако слово О преноси као /о/.

НЕНАГЛАШЕНИ САМОГЛАСНИЦИ

- Глас /ə/ (шва) се скоро увек преноси, а нарочито у позицијама где би његовим изостављањем у транскрипцији дошло до комбинације гласова који нису у духу српског језика (нарочито на крају речи: *-жн*, *-шн*, *-сн*, *-пн* итд).
- Енглеским ненаглашеним самогласницима одговарају српски ненаглашени кратки самогласници, с неутралним тоналитетом, који се могу адекватно утврдити једино према релевантном слову. Другим речима, ако је представљен словом /e/, овај глас се преноси као /e/ (*Carpenter* — *Карпентер*), ако је представљен словом /o/, преноси се као /o/ (*Mason* — *Мејсон* а НЕ *Мејсн*, *Keaton* — *Китон*, а НЕ *Китн*, *Television* — *Телевижон*, а не *Телевижн*, *Newton* је *Њутон*, а НЕ *Њутн* (осим изузетка, укоренеог имена Исака Њутна). Ако је представљен словом /i/ преноси се као /и/ итд.
- Ово правило о преношењу /ə/ мало је лабавије код заједничких именица; у супротном бисмо имали *сешон* и *плејстејшон* уместо *сешн* и *плејстејшн*, а да је ово друго исправно потврђује и Прћић у књизи „Речник новијих англицизама“.

Табела 4.4. Транскрипција ненаглашених самогласника

| ИПА | Прђић | СР | Примери |
|--------------|--------------|-------------------------|---|
| /ə/ /ɪ/ | /ə/ | /e/ ¹ | Elaine; Carpenter; Derek; Durrel; Burgess; Fawcett; Chamberlain; Madeleine; Bradbury |
| /ə/ | /ə/ | /a/ ² | Astaire; Vanessa; Montague; Pamela; McDonald/MacDonald; William; Sullivan; Wyatt; Badham; Goodman; Cartland |
| /ə/ | /ə/ | /o/ | Tobias; Christopher; Keaton; Mason; Gainsborough; Edgecombe; Chisholm |
| /ə/ | /ə/ | /y/ | Angus; Edmund; Ferguson; Gallup; Aldous |
| /ə˞/ /ə˞/ | /e˞/ /e˞/ | /ɪp/ /ep/ | Virginia; Hampshire Emerson; Hester; Collier; Dacre; McGuire |
| /ə˞/ | /e˞/ | /ap/ | Richard; Hayward; McKellar |
| /ə˞/ | /e˞/ | /op/ | Pickford; Major; Taylor; Barbour |
| /ə˞/ | /e˞/ | /yp/ | Turturro; Arthur; Wilbur |
| /ɪ/ /ɪ/ | /ɪ/ /ɪ/ | /и/ /e/ ³ | Hamilton; Edison; Colin Emotion |

1. У случајима где је овај глас представљен словом Е, понекад се неоправдано преноси као /и/, пошто се у појединим именима изворни говор заиста приближава том гласу. Наставак *-bury* традиционално се преноси као /бери/, вероватно аналогично према преношењу наглашеног енглеског /e˞˞/.
2. У именима у којима је представљен словом А, овај глас се неоправдано преноси као /е/, нарочито у комбинацијама *Mc/Mac, -AM, -AN, -ATT, -HAM, -*

MAN, -LAND, делимично због утицаја адаптације у немачком језику, а делом и због погрешног тумачења да се свако слово А преноси као /e/.

3. Ненаглашено /i/, кад је представљено словом Е, транскрибује као /e/. Ово потврђује Прћић у књизи „Енглески у српском“, где на стр. 96 каже да се „фонема Е /i/ у ненаглашеном положају, приказана графемом Е ипак „према моделу преноси као графолошки условљено /e/“.

СУГЛАСНИЦИ

Сугласници у енглеском језику су углавном исти као и у српском. Енглеским звучним сугласницима одговарају српски звучни сугласници. Исто се дешава и са безвучним сугласницима - српски безвучни сугласници одговарају енглеским безвучним сугласницима.

Табела 4.5. Транскрипција сугласника

| ИПА | Прћић | СР | Примери |
|------|-------|------------------|---|
| /p/ | /p/ | /п/ | P ete; T ippet |
| /b/ | /b/ | /б/ | B ill; G ibbon |
| /t/ | /t/ | /т/ | T om; H utton |
| /d/ | /d/ | /д/ | D ick; T eddy |
| /k/ | /k/ | /к/ | K en; C ole; R ebecca; M cCoy; H ackman; C hris; Q uinn; A lex |
| /g/ | /g/ | /г/ | G ibb; P eggy |
| /tʃ/ | /tʃ/ | /ч/ | C harles; F letcher |
| /dʒ/ | /dʒ/ | /џ/ | J ohn; R oger; G eorge; C oolidge |
| /f/ | /f/ | /ф/ | F red; G riffith; P hilip; G ough |
| /v/ | /v/ | /в/ | V ic; S tephens |
| /θ/ | /θ/ | /т/ ¹ | T hatcher; D orothy; S mith |

| | | | |
|------|------|--------------------------|--|
| /ð/ | /ð/ | /д/ ² | Carruthers; Galsworthy; Rutherford |
| /s/ | /s/ | /с/ | Sue; Ross; Keats; Tracy; Priscila; Alex |
| /z/ | /z/ | /з/ /с/ ³ | Zoe; Dizzy; Boswell; Bridges; Matthews; Evans; Hobbes; James; Galsworthy; Kingsley; Xander |
| /ʃ/ | /ʃ/ | /ш/ | Shelley; Patricia; Charlotte |
| /ʒ/ | /ʒ/ | /ж/ | Roget |
| /h/ | /h/ | /х/ | Hardy; Docherty; Callaghan |
| /m/ | /m/ | /м/ | Mary; Plummer |
| /n/ | /n/ | /н/ | Nick; Lennon |
| /ŋ/ | /ŋ/ | /нг/ /н/ ⁴ | Fleming; Cunningham; Pinkerton |
| /l/ | /l/ | /л/ | Locke; Dillon |
| /r/ | /r/ | /р/ | Ron; Harry |
| /j/ | /j/ | /ј/ | York; Sawyer |
| /w/ | /w/ | /в/ ⁵ | West; Asquith; McGuire |
| /ts/ | /ts/ | /ц/ | Fitzgerald; Krantz; Shulz |

1. Пошто код нас не постоји акустички сличан глас, овај глас, увек представљен комбинацијом слова /тН/, традиционално се преноси као /т/. Разлог за ово је утицај француског и немачког, где се ова комбинација слова тако изговара.
2. Пошто код нас не постоји акустички сличан глас, овај глас, увек представљен комбинацијом слова /тН/, звучни је парњак претходног гласа, па би га сходно томе требало увек преносити као /д/ а не као /т/.

3. Иза самогласника на крају и унутар речи, овај глас, представљен увек словом S, има пуну звучност, па би га увек требало преносити као /з/, а не као /с/. Међутим, кад се нађе иза сугласника на крају речи и иза сугласника унутар речи, онда се преноси као /с/, јер је у изворном говору беззвучен.
4. Пошто код нас не постоји акустички сличан глас, овај глас, углавном представљен комбинацијом /NG/, традиционално се преноси као /нг/, осим када иза слова N следи слово K, па се тада преноси као /н/.
5. Пошто код нас не постоји акустички сличан глас, овај глас, углавном представљен словом W, традиционално се преноси као /в/. Разлог је утицај немачког језика у којем се ово слово тако изговара.

Табеле, као и опис истих, преузете су са

<http://www.srpskijezickiatelje.com/transkripcija-sa-engleskog-jezika>

4.4. Кратак закључак

Последице игнорисања негативних појава енглеско — српских језичких контаката су више него очигледне. Те последице се уочавају у речима, њиховој структури, облику, значењу и употреби. Затим се то преноси и на њихово понашање у складу с језичким нормама и културним обрасцима енглеског језика. Упоредо се потискују уобичајене норме и обрасци из српског језика, нарочито у области лексике.

Овакво преузимање речи из енглеског језика у нашој свакодневној пракси најчешће се врши без икаквих правила, због чега све упадљивије почиње да се губи разлика између позајмљеница из енглеског језика које су интегрисане у систем српског језика и чисто енглеских речи које се уносе у српски језик без икаквих обличних промена.

Услед недовољног познавања прописане норме у српском језику, често се енглеске позајмљенице користе према правилима енглеског језика. Овакво стање представља потенцијалну опасност да енглеска норма у свакодневној употреби англицизама узме примат над домаћом. Англосрпска

„норма“ узима толико маха да се код појединих група људи сматра већ потпуно природном и прихватљивом.

Распрострањеност англосрпског језика је све већа и захвата све компоненте српског језика: правопис, изговор, ортографију, граматику, семантику и прагматику.

На основу свега наведеног, може се закључити да је неопходно и нужно извршити обимније истраживање српске лексике, кориговати постојеће и установити нове језичке норме и стандарде приликом језичког позајмљивања.

5. ЋИРИЛИЦА - ЗВАНИЧНО ПИСМО СРПСКОГ ЈЕЗИКА, У ИНФОРМАТИЧКОМ ДОБУ

Вук Стефановић Караџић је рекао да је „језик хранитељ народа, докле год живи језик, докле год њим говоримо и пишемо, дотле живи и народ, не прелива се у други и не пропада⁴⁸“. Писмо једног народа је као отисак прста. Народи се по томе разликују, баш као и људи. Када се једном народу истреби писмо, то је исто као и киселином уклоњен отисак прста, који након тога заувек нестаје.

У 21. веку, веку информатике и информационо-комуникационих технологија, питање судбине ћирилице само се по себи намеће, јер је јасно да примат имају латиница и енглески језик. Чини се на први поглед да је судбина ћирилице веома неизвесна, јер и свест о значају ћирилице и опасностима у којима се ово писмо налази, није присутна у оној мери у којој би се то морало очекивати. Без обзира на развој технике и доминантну улогу информатике у целом свету, ипак судбина ћирилице не зависи искључиво од тих фактора, већ од појединаца и заједнице коју они сачињавају. Већина људи све више користи латиницу, посебно на друштвеним мрежама, иако не постоји ниједан разлог нити препрека да се користи ћирилица. Владислав Ђорђевић, професор историје и потпредседник Управног одбора Српског сабора удружења „Матица српског језика и ћирилице“, навео је у свом ауторском тексту двадесет разлога који постоје за употребу ћирилице. Ти разлози су следећи⁴⁹:

„1. Естетски. Према општем уверењу, ћирилица је лепше, калиграфскије писмо. Замењивати је мање лепом латиницом знак је помањкања осећаја за лепо.

⁴⁸ Вукови записи, СКЗ, Београд, 1964. страна 21

⁴⁹ <http://www.cirilica-beograd.rs>

2. Лингвистички. Хрватска латиница има три диграма, или диграфа, или двословља (dž, lj, nj), као и четири слова са дијакритичким знацима (č, ć, š, ž). У ћирилици таквих слова нема. Ћирилица је, дакле, лепше и функционалније писмо.

3. Пуристички. Писање ћирилицом подсвесно ограничава употребу страних речи (туђица). Писање латиницом подсвесно поспешује употребу страних речи у српском језику. Брига за чистоту српског језика препоручује писање ћирилицом.

4. Историјски. Срби су, рачунајући и наше словенске претке, писали разним писмима: глагољицом, ћирилицом, арабицом и латиницом. Глагољица се давно повукла пред једноставнијом ћирилицом. Арабица је била писмо само говорника српског језика муслиманске вере. Латиница је била све до средине XX века углавном писмо говорника српског језика католичке вере. Од средине XX века, под утицајем југословенског комунизма, она се проширила и на Србе православце. Упркос овим променама и девијацијама, ћирилица је била и остала суштински једино писмо Срба православца.

5. Културни. Др Петар Милосављевић у књизи „Српска писма“ (2006) опширно пише о писму Лепенског вира и Винчанском писму и тиме уноси збрку. Мада је проучавање тих писама корисно и хвале вредно, њихово сврставање у „српска писма“ је хеуристички нетачно. То што се та писма налазе на територији данашње Републике Србије не говори о њиховој генеолошкој повезаности ни са Србима ни са Србијом. Та праисторијска писма припадају културној баштини целе Европе и света, а не само Србије. Још је горе то што аутор у „српска писма“ убраја и „влесовицу“, писмо „Велесове књиге“, иако је реч о доказаној кривотворевини. Насупрот овим опскурним писмима, ћирилица (старословенска, српкословенска, рускословенска, славјаносербска, вуковска) била је и остала непреварљиви део културе српског народа.

6. Верски. Писмо католичких Словена је латиница. Њом се служе католички Словени: Пољаци, Чеси, Словаци, Словенци и Хрвати. Писмо православних Словена је ћирилица. Њом се служе, или би бар требало да се

служе, православни Словени: Руси, Белоруси, Украјинци, Бугари, Македонци и Срби.

7. Етички. Настанак ћирилице је везан за мисионарску делатност св. Солунске Браће, св. Кирила (нареченог Константина Филозофа) и његовог брата св. Методија. И данас је ћирилица искључиво писмо Православне цркве. Искључиво коришћење ћирилице повезује нас – макар и несвесно – са православном етиком.

8. Духовни. Ћирилица је свето писмо православних Словена. Старословенска азбука представља једну врсту вероисповедања („Аз буки вједи...“). Стога је свака употреба ћирилице у основи потврда веровања у духовни значај писања.

9. Национални. Срби, Хрвати и Бошњаци говоре исти језик, који историјска филологија назива српским. Али ова три народа разликују се у вери. Будући да је основна *differentia specifica* међу њима религија, то значи да ћирилица, као искључиво писмо православне традиције, треба да буде и искључиво писмо Срба.

10. Правни. Познавајући и признавајући културно-историјски и национално-државни значај ћирилице, Устав Републике Србије (члан 10) напомиње да су у службеној употреби у Републици Србији „српски језик и ћирилично писмо“. Ова уставна одредба је обавезујућа за све. И међународне институције признају да је ћирилица једино српско писмо. По класификацији UNESCO-а, Вукова ћирилица је српско, а латиница хрватско писмо.

11. Политички. Употреба ћирилице је мера нашег идентитета, интегритета и суверенитета. Широка распрострањеност латинице у Србији сведочи о слабости српске националне свести и српске државе.

12. Психолошки. Коришћење два писма ствара осећај несигурности и шизофрениности. Коришћење само ћирилице ствара осећај сигурности и целовитости.

13. Педагошки. Баца се у Србији уче двама писмима, што и њима и њиховим учитељима ствара много проблема. Учење два писма представља својеврсну педагошку ентропију – губитак времена и енергије. Двоазбучност штети младима, јер их чини несигурним писцима. Није реткост да млади

бркају ћирилицу и латиницу. И није их због тога кривити. Крив је школски систем који им ствара ту несигурност. Често се могу видети графити, чак и они националистичке садржине, у којима су помешана писма. Све би се то отклонило када би се у школама прешло на искључиво коришћење ћирилице.

14. Социолошки. Коришћење два писма у једном националном корпусу доводи до непотребних гложења. У нормалној држави не би била потребна удружења попут „Ћирилице“, јер би се подразумевало да један народ има једно писмо. У условима једноазбучја не би били потребни чланци, књиге, телевизијске емисије и други облици културног ангажовања у прилог овог или оног писма. Други народи, који су питање писма решили на једини природан начин – на начин једноазбучја, могу своју снагу да употребе на друге културно-језичке делатности. Ми смо, нажалост, у ситуацији када се још бавимо са најелементарнијим питањем – питањем писма. Социјалну кохезију и културни напредак остварило би ћирилично једноазбучје.

15. Војни. Двоазбучје не доприноси идејном јединству ниједног сегмента друштва, па ни војног. Увођење ћириличног једноазбучја допринело би идејном јединству свих сегмената друштва, па и војног.

16. Издавачки. У стању двоазбучја издавачи стално морају да мисле којим писмом да издају књиге. Они то чине час на ћирилици, час на латиници, што не доприноси јасној издавачкој политици. Двоазбучје негативно делује и на писце који такође стално морају да се двоуме на ком писму да пишу. Увођење ћириличног једноазбучја уклонило би та непотребна колебања.

17. Рачунарски. Особе које се баве рачунарима сада су у ситуацији да се премишљају којим писмом да пишу. Иако је службено писмо ћирилица, у рачунарској пракси доминира латиница. Са увођењем ћириличног једноазбучја била би отклоњена непотребна двоумљења и у том сектору.

18. Економски. Исписивање текстова на два писма, како је данас чест случај, представља губљење времена и енергије. Двоазбучност је нееконична и представља економску ентропију.

19. Трговачки. Вукова ћирилица представља својеврстан српски бренд, нешто што одликује само српски народ. Одражавајући српски идентитет, она има и велики трговачки значај.

20. Туристички. Коришћење ћирилице може странце привући у Србију. Љубав и оданост према ћирилици може бити најбоља туристичка реклама.“

По мишљењу Ковачевића, кључни разлог што се у Србији, и уопште Србима, и даље практично намеће туђе писмо јесте у томе што држава, тј. власт, ни после 14 година од усвајања исправне уставне одредбе у Члану 10 о службености српског језика неодвојивог од ћириличног писма, није ускладила Закон о службеној употреби језика и пис(а)ма с обавезом реченом у Члану 10 Устава. Тако у Закону постоји ставка о санкцијама за непоштоавње језика и писма националних мањина, а не постоји ни један једини члан који би се односио на санкције непоштовања уставне обавезе у вези с матичним језиком и писмом српскога народа и државе Србије. Такав потпуно неуставан закон, по убеђењу Ковачевића, кључни је разлог што је у Србији и код Срба изван Србије и даље доминантно туђе писмо у свему што се исписује српским језиком. Објективно гледано, није то једини разлог што је српски језик и данас превише окупиран туђим писмом, али је свакако веома важан.

Ковачевићева књига „Борба за ћирилицу и српски језик“ носи посебан квалитет због тога што и лингвистички и изванлингвистички предочава нераздвојивост српског језика од ћириличног писма. „Између српског језика и српске ћирилице влада однос какав нема ниједан други језик са својим писмом. Ћирилица је неотуђиви дио српскога језика и зато је српски језик у свој пуноћи српски тек кад се исписује ћирилицом“ (Ковачевић, 2018:127). Ћирилица за Србе мора бити и остати неупитна зато што су, како Ковачевић истиче, „српски језик и српска ћирилица темељни идентитетски национални критеријуми српскога народа“ (Ковачевић, 2018:127).

Овде се Ковачевићево тумачење важности ћирилице за Србе, њихов језик и идентитет, њихово културно-историјско суштаство приближава ономе због чега је „Ћирилица“ и основана – да на кључне начине утиче враћању обманутих и смишљено одвикнутих Срба од ћирилице после

вишедеценијских лукавих обмана о „равноправности писама“ и „богатству двоазбучја“, што је примењивано само у односу на Србе и њихов језик и писмо.⁵⁰

М. Ковачевић истиче да „оно што обједињује српски народ, што му даје национални идентитет, јесте прије и изнад свега српски језик и његово писмо - ћирилица. Српски језик и српска ћирилица темељни су идентитетски национални критеријуми српскога народа. Између српскога језика и српске ћирилице влада однос какав нема ниједан други језик са својим писмом“.⁵¹ На истом месту, Ковачевић указује да положај у коме се налази српски језик најбоље можемо сагледати кроз чињеницу „да су све три његове суштинске карактеристике данас ‘у проблему’, да не кажемо ‘у кризи’ : – српско име, као одраз његове етнолингвистичке суштине, – ћирилица, као идентитетска карактеристика српскога народа и – алоглотско нарушавање структуре српскога језика. Зато је пред српском филологијом много неодложних, али и дугорочних задатака“.

Милош Ковачевић је већ одавно препознат као борац за очување српског писма, тако да није чудна његова изјава да „противници ћирилице, а међу њима има и оних који су само заљубљеници у латиницу (будући да је латиница данас ћирилицу скоро па потпуно истиснула из употребе), готово папагајски понављају да су ћирилица и латиница – подједнако српска писма. А оне то нису. Није, наиме, тачно кад се каже да је и латиница, попут ћирилице, српско писмо. Ћирилица јесте српско писмо, а латиница (коју је направио Људевит Гај, и мало допунио Ђуро Даничић) није српско писмо, него је писмо српскога језика. Она није српско писмо зато што и није створена за српски језик, али је писмо српскога језика зато што се тај језик данас, не само код Срба, него и код Хрвата, Бошњака и Црногораца, пише латиницом. Чак када би код Срба српски језик био само ћирилички исписиван, латиница би и даље била писмо српскога језика. Јер српски језик данас као књижевни не употребљавају само Срби. Њега под несрпским

⁵⁰ Проф.др Милош Ковачевић, <https://iskra.co/kultura/udruzenje-za-zastitu-cirilice-srpskog-jezika-prof-dr-milos-kovacevic-dobitnik-nagrade-mrkalj-i-vuk/>

⁵¹ Проф. др милош Ковачевић, <https://www.in4s.net/kovacevic-zaustaviti-odumiranje-cirilice/>

именом користе и Хрвати и Бошњаци и Црногорци, а исписују га готово искључиво латиницом. И таман као што нпр. Крлежа није српски писац него је писац српскога језика, тако ни латиница није српско писмо него је писмо српскога језика. Ћирилица је за Србе, уз српски језик, основ националне културе, везивна нит која повезује осам вијекова српске културе: од Светога Саве до Аустроугарске, која је током Великог рата потпуно забранила ћирилицу – и наметнула свим Србима (и у Србији, и у Црној Гори, и у БиХ, и у Хрватској) само латиницу. И да зло буде веће, латиница је као равноправна ћирилици политички наметнута Србима и у „српској“ Краљевини Срба, Хрвата и Словенаца. Оно што обједињује српски народ, што му даје национални идентитет јесте, прије и изнад свега, српски језик и његово писмо ћирилица. Српски језик и српска ћирилица темељни су идентитетски национални критеријуми српскога народа. Између српског језика и српске ћирилице влада однос какав нема ниједан други језик са својим писмом. Ћирилица је неутуђиви дио српскога језика, и зато је српски језик у потпуности (тј. прави) српски тек кад се исписује ћирилицом“.⁵²

„Српски језик је на удару информатичког доба и савремених технологија, и потребан је национални план за очување нашег језика. Веб иде ка томе да можете развијати квалитетне апликације које зависе од језика. Можете ли туристи који је дошао у Београд помоћи без посредовања? Језичке технологије омогућавају да онај ко не зна велике светске језике, ни српски, при помену ћевапчића или ражњића зна шта ће добити у ресторанском тањиру. То су најнаивније апликације, а иза стоје огромне колекције докумената“.⁵³

Др Душко Витас наглашава да је потребно препознати проблеме, као што је то случај у Словенији, чија је скупштина усвојила програм очувања словеначког језика с различитим аспектима: за говорне технологије, за преводаштво, за разне области у којима се јавља језик и где постоји информатичка подршка коју треба развити. Објашњава да су они један

⁵² Проф. др Милош Ковачевић <http://www.cirilica-beograd.rs>

⁵³ Проф. др Душан Витас <https://timerobber.wordpress.com/>

значајан број својих текстова из 19. века дигитализовали, омогућили да се претражују, ставили на веб... Ми тих и сличних примера готово да немамо, а било би важно да на том пољу делујемо одговорније, озбиљније и организованије. Као лош пример, Витас наводи ијекавске текстове на српском језику, који нису постављени на вебу на одговарајући начин и пита шта би се догодило ако одемо на Гугл и укуцамо ијекавски текст, нпр. одломак из романа Бранка Ћопића „Магареће године“. Кад нам претраживач затражи препознавање језика, биће нам понуђен само хрватски, и то зато што одговарајући класификатор за српски језик, који препознаје ијекавски српски, не постоји. Енглески језик је најбоље опремљен за дигитално доба; француски и немачки су у нешто бољој су ситуацији од других језика, док се од словенских језика пољски издваја у погледу дигиталне опремељености. Следи велика група угрожених језика, међу којима су наш, словеначки, бугарски, румунски... Сви они имају неке ресурсе, али недовољне.

Ковачевић је говорио да уз преименовање и доминацију «немарног функционалног стила» данашњицу српскога језика карактерише и одумирање ћирилице као српског националног писма. Сигурно је, наиме, «да никада ниједно писмо - сем српске ћирилице - није ниподаштавано од властитог народа, или боље речено: од оних који тај народ (желе да) представљају. А српска ћирилица је, што је општепознато, најсавршеније писмо на свијету, јер у њој свакоме књижевном гласу (фонему) српскога језика одговара посебно слово (графема). То писмо у облику који оно данас има, Србима је подарио Вук Стефановић Караџић. Многе Вукове завјете Срби су заборављали и заборавили у ових сто педесет година од његове смрти. Посебно су ћирилицу почели да 'избјегавају' и заборављају. Иако је ћирилица једино српско национално писмо, иако она Србе прати од почетака писмености до данас, у посљедњем стољећу она код Срба бива све више потискивана латиницом, и све чешће њом замјењивана. А латиницу је највећи број Срба добио тек почетком двадесетог вијека. Она је дошла заједно са уласком Хрвата у заједничку државу (Ковачевић, 2015).

Током писане комуникације, посебно на друштвеним мрежама, последњих година се често користи „ошишана“ или „ћелава“ латиница. Овај

појам подразумева употребу латиничног писма, али без дијакритичких знакова⁵⁴. Ако се не користе дијакритички знаци (квачице на словима – š, ć, č, đ, ž), онда долази до грешака у тумачењу порука: сисање (sisanje/ šišanje), вече – веће (vese/ veće -veće), пошао – посао (posao/пошао), висе или више (vise/više), знаци или значи (znaci/znaći). Такође, често се слово „ћ“ у латиничном писму користи у свом првобитном облику, тј. као двознак „dj“, а не као „đ“. Уочавамо да се чак и латинично писмо, као писмо које је доминантно на Интернету (посебно у писаној комуникацији на друштвеним мрежама), не користи правилно, већ искључиво функционално. Корисници, очигледно, дају себи слободу да пишу како им је лакше, мењајући чак и оно што знају да је исправно, уколико сматрају да им је тако једноставније.

Кратак закључак

Постало је готово логично да рад на Интернету везујемо за латинично писмо, можда и због тога што се ћирилица касно „појавила“ на друштвеним мрежама, па су неки појмови већ усвојени на латиничном писму. ICANN⁵⁵ је, као организација која управља глобалном структуром Интернета, омогућио појаву нелатиничких домена на Интернету пре десетак година, али се као преломна година у овим настојањима узима 2003, када је UNESCO усвојио препоруку којом се сугерише равноправно коришћење различитих језика и писама на Интернету. Шест година касније, широм света су се појавили национални домени највишег нивоа на нелатиничким писмима. Наш .срб домен је могуће користити од јануара 2012. године, што га чини другим ћириличким доменом на свету, одмах после руског .рф. Иако постоје научни кругови који се баве очувањем ћириличног писма и културног наслеђа, они

⁵⁴ Дијакритички знак може се појавити изнад или испод слова или на неком другом положају. Главна употреба је да промени фонетску вредност слова у којем је додат, али може се такође користити за измену изговора целе речи или слога.

⁵⁵ Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (Интернет корпорација за додељене називе и бројеве)

још увек немају довољну популарност, нити наилазе на већи одазив корисника. Томе сведочи и домен .срб, који је када се појавио имао и око 6.500 регистрованих домена, али је у међувремену тај број пао на око 3.800.

Не постоје мере на основу којих се писана комуникација на Интернету „мора“ водити по граматичким правилима, као ни по правопису, нити је могуће да се те мере донесу, али би њихово поштовање био један од сигурних начина да се смањи употреба латиничног писма, или макар да се користи правилно, јер подизање свести код корисника подразумева у првом реду свест о значају писмености, а затим и о важности употребе ћириличног писма.

6. РЕЗУЛТАТИ ИСТРАЖИВАЊА

6.1 Истраживање корпуса- утицај енглеског језика на српски језик сагледан кроз временску дистанцу на примерима

Употреба енглеског језика распрострањена је на глобалном нову, а самим тим и његов утицај на остале језике није занемарљив. Колико је енглески језик прихваћен као глобални језик говори и чињеница да је, чак и након повлачења Уједињене Краљевине из Европске Уније, енглески језик остао као један од службених језика у оквиру Европске уније, у којој се користи као службени још од 1973. године.⁵⁶

Као што је већ речено у теоријском делу ове дисертације, енглески језик се сматра језиком Интернета, док су његови корисници не само они који говоре енглески језик, већ и они који га не знају. Дакле, сведоци смо свакодневне употребе све већег броја енглеских речи у свакодневном говору, чак и код оних који не говоре енглески језик. На основу постављеног предмета ове дисертације који се огледа у томе да да ли и које проблеме ствара енглески језик у српском језику кроз језик друштвених мрежа, затим да ли се и које промене јављају у правопису српског језика, али и на лексичком нивоу, као и да ли интернет сленг постаје део српског језика међу младима, урађено је истраживање разговора на интернет форуму, као и анализа новинарског текста у штампаном и електронском издању. Сва истраживања су проведена на текстовима чија је анализа сагледана кроз временску дистанцу. Кроз ове анализе покушали смо да утврдимо: који су разлози повећања броја енглеских речи у српском језику, као и да дефинишемо однос између друштвених мрежа и изражавања младих, што су

⁵⁶ Податак који се налази на званичној интернет страници Европске Уније <https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages>

и циљеви ове дисертације. Такође, кроз ова истраживања се испитују и постављене хипотезе.

Појавом интернет страница, као и растом популарности истих, појавили су се форуми као део страница на којима су учесници могли да размењују своја мишљења на неку тему. Форуме, као такве, можемо посматрати као претече друштвених мрежа, јер су у свом опису, управо, имали оно што су друштвене мреже данас.

Интернет апликације које служе за дискусију називају се интернет форуми. Под термином форум можемо посматрати дискусију чланова целокупне заједнице која чини тај форум или, пак, групе чланова са одређеним интересовањем. У односу на интересовање чланова, поруке се на форумима групишу по одређеним категоријама, односно темама. Форуми су често подељени у неколико група ради бољег сналажења његових чланова. Групе се категоришу по темама дискусије. Поруке које се размењују на форумима су анонимне.

Један од најпознатијих интернет портала у Србији је Крстарица, која у оквиру своје странице има и форум који је у употреби још од 1999. године. Имајући у виду да су се у свету форуми појавили 1998. године, након само годину дана се и у Србији појавио форум као вид дискусије и размене мишљења на интернету. Први део овог истраживања односи се на анализу дискусија на форуму Крстарице, као и анализу порука на једном затвореном форуму. Други део истраживања односи се на појаву портала као информативних страница, односно интернет часописа, и то са фокусом на текстове који су преузети из часописа са енглеског говорног подручја. Урадиће се анализа текстова из штампаног издања и електронског издања истог часописа у временском размаку од десет година.

6.1.1 Опис и циљ истраживања дискусије на форуму Крстарица

Сваки форум подељен је на подфоруме, а подфоруми на одређене теме. За потребе овог истраживања изабрали смо форум Крстарице, јер се први појавио на простору Србије. Затим смо изабрали подфорум „Тинејџери“, под

претпоставком да се ту највише може уочити употреба енглеских речи као и измене у говору код младих, што у потпуности одговара циљу ове дисертације. Изабрали смо тему „Хомосексуалци“, јер та тема постоји и 2008. и 2021. године.

Дискусија која се одвијала међу члановима форума на изабрану тему током 2008. године имала је само седам страница, тако да смо у анализу уврстили поруке са свих седам страница, док је дискусија 2021. године била на много већем броју страница, па је у анализу узет приближан број оних порука које су послате 2008. године. Сlike екрана на којима се види анализирани материјал биће дате у прилогу 1.

6.1.1.1 Анализа резултата истраживања

Дискусија из 2008. године садржала је 21 поруку. Урађена је анализа свих порука и то на следећи начин: прво смо урадили правописну анализу порука која ће бити представљена у следећим одељцима: употреба великог слова, измењено писање, изостављање интерпункцијских знакова; затим смо лексичку анализу поделили на: употребу емотикона, транскрипцију англицизама и скраћивање исказа, а које су производ језичког контакта између енглеског и српског језика.

Од укупно 21 поруке које су анализиране, само је једна порука написана ћиричним писмом. У осталих двадесет порука кориштено је латинично писмо. У чак 17 порука кориштена је такозвана ошишана латиница⁵⁷, односно писање фонема (ч, ћ, ш, ж) без квачица. Но, треба имати у виду да описана тенденција потискивања ћириличног писма не мора нужно бити у вези са англофоном културом. Свакако, знајући да латиница у српском језику јесте истоветна енглеском алфabetу (абeцeди), с изузетком неколико слова која су специфична за два поређена језика, употреба англицизама (посебно у случајевима када је она потпуно неоправдана и када се речи из енглеског у целисти уносе у текстове на српском језику)

⁵⁷ Милош Ковачевић

корисницима је лакша и природнија ако се одвија у оквиру латиничног писма (текста) због поменуте сличности. Међутим, један од разлога занемаривања ћириличног писма може се објанити чињеницом која је практичне природе. Наиме, поставке оперативних система често су на енглеском језику, те језик који се кориснику рачунара нуди јесте енглески алфабет. Дакле, може се констатовати да разлози за потискивање ћирилице не морају увек бити питање личног избора већ је употреба латинице мање захтевна опција.

Пет порука писано је малим словом од почетка до краја уз употребу интерпункцијских знакова. У сличном маниру као и код претходног случаја, неупотребљавање великог слова не мора се довести у везу са утицајем енглеског језика већ чињеницом да одређен број корисника не придаје значај правилној употреби језика. Ова појава може се објаснити претпоставком да многи корисници у процесу писања желе да уштеде на времену, јер свако писање великог слова подразумева коришћење већег броја тастера на тастатури.

Такође, у пет порука примећена је замена латиничних фонема *č, ć, š, ž, đ* и то тако да се ова слова замењују на следећи начин: *č*, и *ć* замењена су словом *c* (често и *ch - č*), *š* је замењено словом *s* (често и *sh*), *ž* словом *z*, док се слово *ђ* које се латиничним писмом пише као *đ* замењује словима *dj*. Разлози поједностављивања поменутих *č* и *ć* словом *c* поново би се могли довести у везу са практичном страном писања. Наиме, као што је претходно поменуто, велик број тастатура које се могу наћи на тржишту не садрже дата слова, те се често током писања мора нагађати где се она налазе, што додатно успорава читав процес. Но, овакав утицај свакако се индиректно може повезати са енглеским језиком због присуства енглеског алфабета (абецедe) на тастатурама. Када је у питању замена *ch-č* и *sh-š*, таквих речи је било чак 22 у ових пет порука, на пример: *zvuchi, vishe, josh, shta*, и тако даље, што се може видети у прилогу. Код поменутих слова уочава се значајнији утицај енглеског језика због чињенице да таква комбинација слова у српском језику не постоји и не може да гради друга слова тј. постојеће гласове у српском

језику. Очито је да комбиновање слова *s* и *h* не може да гради *š*, а исто се може рећи за комбинацију *s* и *h*, која не може да гради слово *š*.

У порукама које се пласирају преко интернета, један од начина да се надомести недостатак фацијалне експресије и директног исказивања осећања су такозвани *емотикони* или *емотограми* који доприносе виталности комуникације. Код анализираних порука, односно код 21 поруке, емотиконе примећујемо код осам порука.

Када је реч о лексемама, које су директно и потпуно неоправдано преузете из енглеског језика, наилазимо на седам таквих примера, од тога три акронима (*OK*, *RL*, *OMG*), док су остале лексеме *shock*, *gay*, *spam*, *please* и *extra*. Поменути акроними и лексеме могу се дефинисати/објаснити на следећи начин:

OK – *okaу*, узвик који користимо када се слажемо са неким или нечим;

RL – акроним од *Real Life*, што би се превело као *стваран живот*,

OMG – акроним од *Oh my God*– *Боже мој*, као израз чуђења или дивљења,

Shock – у значењу да је неко узнемирен изненадним догађајем,

Spam – нежељена електронска пошта,

Please – узвик молбе (*молим те*),

Extra – изванредно, посебно.

Наведени акроними и лексеме представљају најочигледнији и најинтензивнији вид присуства енглеског језика у српском, без икакве основе. Од 7 наведених примера, њих 4 спада у домен свакодневне комуникације коју карактерише употреба неформалног језика. Примери као што су *OMG*, *extra*, *OK* и *please* користе се у ситуацијама изражавања нашег става према саопштеној тврдњи, и они су углавном експресивног карактера, најчешће у виду узвика. Дакле, ради се о необавезној врсти комуникације која може бити пуна емотивног набоја. Као што је претходно констатовано, закључује се да се ради о примерима за које у српском језику постоје адекватне замене, којима се истоветни садржај енглеских речи и акронима у потпуности преноси српским кореспондентима. Пошто се не може говорити о потреби за коришћењем директно преузетих јединица, које су у датим случајевима потпуно неприлагођене норми српског језика, може се

закључити да је главни узрок њихове употребе статусног карактера. Наиме, корисници, у жељи да се поистовете са припадницима англофоне културе, највероватније посежу за датим речима јер себе желе да представе као савременије и забавније. Ова друштвена и језичка појава не би требало превише да чуди имајући у виду чињеницу да су корисници обрађених форума и часописа махом тинејџери и адолесценти који осећају потребу да се докажу у друштву осталих корисника као појединци који су у току са најактуелнијим дешавањима.

Треба имати у виду да су се учесници форума извињавали и речју *извини*, што указује на недоследност употребе ове лексеме. Ради се о веома честој речи и основни разлог употребе енглеске лексеме лежи у чињеници да учесници форума желе да се истакну својом везаношћу за енглески језик. Овај неприлагођени вид преузимања присутан је и код јединица *RL* и *spat*, али се овог пута ради о речима које потичу из домена рачунарске технологије, код које постоји неправилна тенденција задржавања англицизама због јаке спреге између САД и рачунарских производа који из ове државе потичу. Опште је познато да је сфера информационих технологија у процвату, те не треба да чуди да се и у српском језику могу наћи случајеви преузимања речи из енглеског.

Што се тиче англицизама који су преузети у српском језику, таквих примера имамо осам. Ови примери биће приказани у наредној табели:

Табела 6.1. Англицизми преузети у српски језик

| Англицизам | Реч на енглеском језику | Реч на српском језику |
|---|-------------------------|-----------------------|
| Демонстрирати | demonstrate | показивати |
| Конфузан | confuse | збуњујући |
| експонирају ⁵⁸ (exponiraju) | expose | показују, истичу |

⁵⁸ Иако се ова реч сматра латинизмом, у овом примеру је написана *exponiraju* тако да се претпоставља да је употребљена као англицизам.

| | | |
|--------------|----------|----------------|
| Банализовати | banal | поједноставити |
| Толеранција | tolerate | трпељивост |
| Флертовање | flirt | удварање |
| бановати | ban | забранити |
| геј | gay | хомосексуалац |

Анализа обрађеног корпуса указује на постојање примера који су прилагођени српском језику с изузетком примера *exponiraju*, чије је присуство неоправдано у српском језику, јер не попуњава лексичку празнину, нити уноси нову нијансу у значењу. Одређен број примера (*демонстрирати*, *конфузан* и *банализовати*) релативно је неутралан у погледу тематске области у коју се може сврстати. Међутим, примери као што су *експонирати*, *толеранција*, *флертовање* и *геј* могу се сврстати у тематску област моде и таблоидне штампе која обилује дискурсом о јавним личностима и правима мањинских група. Имајући у виду да су млађе генерације склоне праћењу актуелних дешавања у свету моде и људских права, не треба да чуди присуство речи ове природе у обрађеним корпусима. Осврнувши се на глагол *бановати*, може се констатовати да се ради о лексеми која спада у домен информационих технологија и форумског дискурса. Иако се ради о јединицама које су прилагођене у оквиру циљног језика, оне спадају у *англосрпски језик*⁵⁹, јер њихово постојање није оправдано. За све поменуте речи у српском језику постоје еквиваленти, који се из нашег језика потискују махом из статусних разлога, тј. осећаја да се употребом англицизама стиче утисак о супериорности корисника.

Дискусија на тему Хомосексуализам из 2021. године садржала је преко 350 порука. У анализи смо обухватили исти број порука као што је био случај у дискусији из 2008. године. Урадили смо анализу 21 поруке. Прво је примећено да је сам наслов теме промењен и да 2021. године гласи „ЛГБТ

⁵⁹ Англосрпски представља употребу графолошки и морфолошки неадаптираних англицизама и уметање енглеских речи у текст. Прћић, Твртко (2005). *Енглески у српском*. Змај, стр. 57. ISBN 86-489-0474-9.

популација“, што је директни утицај енглеског језика. Кроз медије у САД термин ЛГБТ брзо је ушао у употребу, те тако и у већини земаља енглеског говорног подручја, затим и у ширу употребу.

Током ове анализе прво је примећено да су све поруке писане латиничним писмом, од чега је 13 порука написано такозваном ошишаном латиницом, односно без употребе квачица код *č, ć, ž, š*. Већ раније је констатовано да узроци ове језичке појаве не морају нужно да потичу од утицаја енглеског језика, већ због уштеде времена или због претходно дефинисаних поставки или тастатуре. С друге стране, може се констатовати да није било замене *ch-č* и *sh-š*.

У свим порукама примећено је да су се поштовала правописна правила употребе великог слова, као и употреба интерпункцијских знакова.

Када је у питању употреба емотикона, од 21 поруке које су анализирани, употреба емотикона примећена је код 6 порука.

Када је реч о лексемама које су директно преузете из енглеског језика, наилазимо на 19 таквих примера, од којих је 3 акронима (*OK, bff* и *LGBT*):

OK – *okay*, узвик који користимо када се слажемо са неким или нечим;

Bff – *best friend forever* (најбољи пријатељи заувек);

LGBT – акроним који се односи на лезбејке, геј, бисексуалне и трансродне особе.

У датим случајевима, закључује се да се преузете речи јављују у својем непромењеном облику. Дакле, ради се о примерима који су неоправдано преузети у српски језик због чињенице да за њих постоје адекватни српски кореспонденти. Поново се може констатовати да се ради о акронимима који су саставни део жаргона који се везује за домен разговорног језика (*OK* и *bff*), као и јавног живота пропраћеног у медијима (*LGBT*). Такође, може се приметити да је присутност датих примера уједначена, тј. да се поменуте речи јављају на доследан начин – без прилагођавања српском језику и без алтернативних решења у виду кореспондената у српском језику. Пример *LGBT* представља реч релативно скоријег датума која је као таква ушла у српски језик да попуни лексичку празнину.

Остале лексеме (њих 16) разврстано је у оквиру следеће табеле:

Табела 6.2. Лексеме које се јављају у непромењеном облику

| Реч на енглеском језику | Реч на српском језику | Начин на који је употребљена у примерима |
|-----------------------------|--|--|
| nice | лепо | Najs |
| Nick | надимак | nick, nick-u |
| Fail | грешка, промашај | Fejl |
| Blog | електронски дневник | Blog |
| Mindset | начин размишљања | majndset |
| Tag | означити | tagovati |
| Like | свиђати се | lajkovati |
| Supermode supermoderator | интернет сленг који се односи на особу која води интернет страницу | supermod |
| Public | јавно | pub (као скраћени облик) |
| Gay | хомосексуалац | Gej |
| Sorry | извините | Sorry |
| Teen | тинејџер | teen, tin, tinejdžer |
| off-topic | ван теме | off topic |
| Straight | равно, право (правац) | Strejt |
| Post | пошиљка | postovi |
| popular | популарно | popular |

Дата табела илуструје учесталу неоправдану употребу англосрпског језика који је присутан у преписци на форумима на српском језику. Код наведених примера уочава се присуство одређеног броја примера који спадају у домен информационих технологија и подразумева речи као што су *nick*, *blog*, *like*, *supermoderator*, *post* и *pub*. Код ових именица види се да оне садрже падежне наставке карактеристичне за српски језик, те се може закључити да су примери прилагођени српском језику у формалном смислу. Пример као што је *nick-u* указује на присуство падежног наставка за датив

иако је писање речи остало изворно, док глаголи *лајковати* и *таговати* садрже глаголске суфиксе, а речи су и на фонетском нивоу прилагођене српском језику. Код облика *nick-u*, на именицу је падежни наставак додат употребом кратке црте како би се показала граница између енглеског изворног облика и српског наставка. Код примера *постови*, присутан је наставак који је додат на енглеску реч без употребе цртице. Дакле, не постоји доследност код вокабулара који спада у поменути тематски домен. Може се закључити да начин прилагођавања не зависи од врсте речи већ од самог корисника и од начина на који он или она желе да употребе реч. Може се спекулисати да је један од фактора који одређује начин писања речи сами доживљај корисника. Другим речима, уколико се одређена лексема доживљава као страна, корисници је махом користе у изворном облику, без додатног прилагођавања, док речи које сматрају одомаћеним пишу према правопису српског језика. Затим, речи као што су *стрејт* и *геј* спадају у домен родне оријентације и фонетски су прилагођене српском језику, док облици у којима се јављају не указују на употребу падежних наставака. Речи као што су *најс*, *фејл*, *sorry*, *off-topic* и *popular* спадају у домен разговорног жаргона. Прва 2 примера представљају случајеве прилагођавања јединица српском правопису, док остала 3 представљају пример кршења норме српског језика. Што се тиче међуодноса домаће лексике и енглеске, у највећем броју случајева не могу се уочити српске лексеме које се јављају као замена за енглеске. Међутим, за примере *gay* и *teenager* јављали су се и стандардизовани англицизми *хомосексуалац* и *тинејџер*, али се не може говорити о доследности у погледу ситуација када су се јављали једни примери, а када други. Једини закључак је да се та доследност остварила на нивоу појединаца, где су једни користили одређене облике, док су други употребљавали друге.

Што се тиче англицизама који су преузети у српски језик, таквих примера имамо 11. Ови примери приказани су у наредној табели:

Табела 6.3. Англицизми преузети у српски језик

| англицизам | реч на енглеском језику | реч на српском језику |
|-------------------------|---------------------------------|---|
| Tinejdžer | teen | школарац, мада је у употреби тинејџер |
| Gotičarka | gotic | припадница супкултуре која поштује и следи културу готике |
| avatar ⁶⁰ | avatar | силазак с неба |
| misteriozan | mystery ⁶¹ (mystery) | тајанствен |
| linčovati ⁶² | Lynch | осудити |
| Banovati | Ban | забранити |
| cenzurisati | Censure | уклонити |
| manifestovati | Manifest | приказати |
| iritirati | Irritate | нервирати |
| hetero ⁶³ | Heterosexual | хетеросексуалан |
| popularan | popular | општеприхваћен |

Уколико се анализирају преузети англицизми прикупљени у оквиру корпуса, може се закључити да су они по својем тематском домену слични претходно анализираним лексемама које су се неоправдано нашле у обрађеним часописима. Ако се у обзир узму лексеме *тинејџер*, *готичарка* и *хетеро*, уочава се да упућују на старосне, родне или субкултурне категорије којима појединци могу да припадају. Дакле, у датим случајевима ради се о категоризацији људи. У примерима као што су *линчовати* и *цензурисати*, очито је да се ради о лексемама које припадају новинарском регистру којим се упућује на теме из јавног живота медијских личности. Остале јединице (*мистериозан* и *популаран*) спадају у категорију придева за које постоје

⁶⁰ означава инкарнацију божанства на земљи у хиндуизму. Parrinder, Geoffrey (1997). *Avatar and Incarnation: The Divine in Human Form in the World's Religions*. Oneworld. стр.19—20. ISBN 978-1-85168-130-3.

⁶¹ Архаични облик за реч *mystery*

⁶² Глагол који потиче од фразе *lynch law*, појма који се односи на казну без суђења.

⁶³ Скраћена форма од *heterosexual*

српске лексеме као што су *тајанствен* и *општеприхваћен*, што се може рећи и за глаголе *иритирати* и *манифестовати* (уместо српских кореспондената *нервирати* и *приказати*), који су највероватније услед немарног превођења нашли своје место у српском језику. *Аватар* је једини пример где у српском језику постоји описна замена, те се због културолошке специфичности донекле може оправдати њена употреба. *Бановати* представља пример лексеме која се везује искључиво за поље информационих технологија, тј. форумског дописивања, где се некоме *забрањује* приступ групи због непримереног понашања. Значајна јединица за анализу је и лексема *хетеро*, која је стандардизована у односу на лексему *стрејт*, чиме се поново упућује на родну оријентацију појединаца и где очито постоји заступљеност обе опције.

6.1.1.2 Компаративна анализа дискусија

Након извршених појединачних анализа, урадили смо компаративну анализу дискусија.

Резултати до којих смо дошли када смо упоредили дискусију на форуму Крстарица из 2008. године са дискусијом на истом форуму и на исту тему из 2021. године, су следећи:

- Од укупно 42 поруке које су анализирани током обе дискусије, само једна порука написана је ћириличним писмом, и то током дискусије из 2008. године, док је у свим осталим порукама кориштено латинично писмо. Један од разлога давања приоритета латиничном писму свакако може бити приписан утицају енглеског језика, јер је његова присутност евидентна, поготово у сфери информационих технологија (с акцентом на рачунарским игрицама), забаве, моде и разговорног жаргона, с којима корисници долазе у контакт управо путем рачунара и интернета. Међутим, претходно је било речи и о практичним разлозима који могу играти улогу у давању предности латиници. Један од разлога ове појаве могао би бити техничке природе, тј. подешавања на рачунарима где инсталирани пакети Мајкрософтовог софтвера не

садрже ћирилично писмо. Дакле, због превођења међународног софтвера на српски језик од стране преводаца, где је приоритет имала латиница, могло би се констатовати да су посебни корисници језика⁶⁴ одиграли улогу у томе да се употреба ћирилице стави у други план. Исто тако, тастатуре које су у употреби на овим просторима често нису прилагођене српском језику, те је писање на њему отежано, без обзира на писмо које се користи. Чињеница да је у првој дискусији била присутна једна порука писана ћирилицом, свакако потврђује претпоставку да се временом истискује њена употреба. С друге стране, што се латиничног писма тиче, чак 30 порука написано је ошишаном латиницом, односно без употребе квачица. И у овом случају, претходно је сугерисано да, осим утицаја енглеског језика, који у својем словном систему не садржи поменуте симболе, значајну улогу у давању предности ошишаној латиници игра употреба тастатура које не садрже дата слова. На њиховим местима налазе се слова која припадају енглеском алфabetу, те се мора погађати право место српских слова, што очито отежава правилну употребу управо ових слова. Током писања порука у дискусији која се одвијала 2021. године, није било замене *ch-č* и *sh-š*, док је у дискусији из 2008. године било чак пет порука те врсте. Оваква тенденција временом је постала мање заступљена, што не потврђује претпоставку да енглески из године у године постаје све присутнији у употреби корисника.

- У односу на поруке из 2008. године, када смо имали примере у пет порука где се није поштовао правопис српског језика, у порукама током 2021. године примећујемо да је поштован правопис у делу употребе великог слова и интерпункцијских знакова. Иако је тешко доћи до правог разлога оваквог тренда, може се спекулисати о израженијем бављењу овом проблематиком првенствено у настави српског језика. Имајућу у виду подложност млађих корисника

⁶⁴ Посебни корисници језика представљају појединце који систематски утичу на формирање језичких навика јавности. Прћић, Твртко (2005). *Енглески у српском*. Змај. стр. 31. ISBN 86-489-0474-9.

- енглеском утицају, претпоставља се да им се више скреће пажња на проблеме ове природе.
- Емотикони су се користили током обе анализиране дискусије и то код приближног броја порука. Од укупно 42 анализиране поруке током обе дискусије, емотикони су употребљени код 14 порука. Претходно је било речи о улози емотикона у писаној комуникацији. Иако се може закључити да је употреба ове допуне у комуникацији дошла управо преко енглеских корисника током слања порука и дописивања на форумима, право је питање колико се заправо ради о језичкој појави. По свему судећи, овај утицај је првенствено културолошког типа, као што је, примера ради, припадност одређеној супкултури, која са собом доноси и одређену моду и музичке укусе. Било би погрешно везати њихову употребу за одређену тематику, иако би било логично претпоставити да се јавља првенствено у оквиру свакодневне комуникације међу корисницима код којих постоји одређена доза блискости.
 - Број англицизама који је директно преузет из енглеског језика дупло је повећан у дискусијама током 2021. године. Овај податак не поклапа се са смањеном тенденцијом употребе великог слова и погрешне интерпункције, већ потврђује претоставку да је директно преузимање лексема без адекватног прилагођавања српском језику узело већег маха током претходних година. Оваква појава указује на мању ангажованост корисника српског језика који велик број језичких недоумица које имају у српском језику решавају на најнеконвенционалнији начин, тј. кроз неприлагођено писање енглеских речи у српском језику. Речено је да разлози за овакве одлуке често могу бити мотивисани жељом корисника да покажу своје познавање материје, тј. жеље да се наметну као интелектуално надмоћнији уколико прибегавају описаној пракси. Може се закључити да су области у којима је директно преузимање било најзаступљеније било везано за разговорни жаргон, домен информационих технологија, јавног живота и моде.

— Посматрајући број лексема преузетих из енглеског језика, примећујемо да се број таквих примера током 2021. године драстично повећао. Тако је у дискусијама из 2008. године тај број био 7, док је у дискусијама из 2021. године тај број 16. На основу тога, може се закључити да је у овом аспекту анализе веома приметна разлика у овом временском интервалу. Може се констатовати да је очекивање пораста у броју преузетих речи било оправдано због чињенице да је утицај информационих технологија све заступљенији тј. да ће српски језик преузимати све речи из ове области, како нове лексеме буду настајале у енглеском. Такође се може закључити да је повећан број преузетих јединица из енглеског језика био очекиван због чињенице да су се речи које припадају разговорном жаргону више усталиле у односу на раније, као и речи које упућују на родне категорије које су новијег датума и којима је потребан именитељ. С друге стране, број употребљених акронима остао је исти, што наводи на закључак да се ради о језичким јединицама које настају у много мањем броју због присуства већег броја речи које их сачињавају.

Све наведено указује на то да постоје разлике у употреби српског језика на анализираном форуму. Те разлике највише се уочавају код употребе англицизама. Међутим, и код једне и код друге анализе уочавамо утицај енглеског језика на српски језик који се пре свега односи на употребу латиничног писма, затим употребе емотикона и, наравно, већ поменуте употребе англицизама и акронима. Евидентна је појава стварања нових акронима, који су својствени језику младих, који имају праксу скраћивања порука на начин што сами стварају своје акрониме, било да су они од синтагма преузетих из енглеског језика или српског.

Временски размак, у овом случају од 13 година, доводи нас до закључка да се временом утицај енглеског језика на српски повећава и да је све очигледнији. Међутим, намеће се и закључак да се, у односу на дискусију из 2008. године, поштовање правописа побољшало, што донекле указује на то да млади више воде рачуна о правилима правописа српског језика.

6.1.2 Опис и циљ истраживања дискусија са гејмерских⁶⁵ и модних форума

Као додатак претходном истраживању, урадили смо анализу дискусије са форума где се окупљају играчи рачунарских игрица, као и дискусија особа које прате модна дешавања. Имајући у виду чињеницу да најпопуларније компјутерске игрице већином долазе са енглеског говорног подручја, као и да је свет моде директно повезан са говорницима енглеског језика, кренули смо од претпоставке да је на оваквим форумима употреба српског језика учесника изложена великом утицају енглеског језика.

6.1.2.1 Анализа резултата истраживања

Овом анализом обухватили смо 40 порука које су размењиване 2019, 2020. и 2021. године. Анализу нећемо обавити по годинама, већ ћемо овај период анализирати као један, јер су две године релативно кратак период да би се уочиле велике разлике.

— Од укупно 40 порука које су анализиране током ових дискусија, закључили смо да су све поруке писане латиничним писмом. Као што је био случај и код претходне анализе, евидентно је да енглески језик игра веома важну улогу у области информационих технологија, с тим да се овде ради о посебној области играња рачунарских игрица. Као што је у неколико наврата констатовано, млади учесници, који су у великом контакту са садржајем са интернета, укључујући и саме игрице чији су корисници, свакодневно су изложени енглеском језику. Приморани су да читају и слушају упутства на енглеском језику како би успешно обавили мисије, те не изненађује податак да је целокупан број порука био написан латиничним писмом. Затим, 34 поруке написане су „ошишаном“ латиницом, односно без употребе квачица, и то све са дискусије преузете са гејмерског сајта. Поменути податак

⁶⁵ Скуп особа којима је хоби играње рачунарских игрица

- указује на висок степен занемаривања правописа српског језика који је својствен корисницима игрица који су често, под утицајем динамике играња, навикли да пишу саиграчима из целог света на енглеском језику, и уз минималну употребу правописа. Током анализе ових порука није било замене *ch-č* и *sh-š*. Овај податак поклапа се са претпоставком да играчи нису склони коришћењу већег броја слова, већ се опредељују за економичније свођење речи на што мањи број словних знакова.
- Током анализе, приметили смо да се правопис поштује у погледу писања великог слова после интерпункцијских знакова који то захтевају, али сама употреба интерпункције није у свим порукама употребљена на правилан начин. Имамо свега 5 порука за које можемо рећи да су написане поштујући сва правила правописа српског језика. Као и код претходне појаве искључиве употребе латиничног писма, које је додатно сведено само на слова која су иста као и у енглеском алфabetу, може се претпоставити да се занемаривање интерпункције као такве јавља, не толико као последица утицаја енглеског језика, већ због немара самих корисника који због својег узраста не увиђају значај правилне интерпункције.
- Кренули смо од претпоставке да ће поруке коју су анализирале у овим дискусијама имати велики број емотикона. Међутим, у обрађеном садржају наилазимо само на једну поруку у којој су емотикони употребљени. Овакав податак јесте изненађујућ због чињенице да је употреба емотикона својствена управо млађим корисницима који имају потребу да се изразе на визуелан начин. Затечено стање по питању емотикона могло би се тумачити у светлу чињенице да се чланови форума не познају у тој мери да желе да користе такав начин комуникације.
- Број употребљених акронима је занемарљив. Само један акроним може се видети у 40 анализираних порука и то *FB* за *Facebook* као скраћени облик назива друштвене мреже *Фејсбук*. Овакав податак није очекиван због претпоставке да ће млађа популација, која је навикла да скраћује

писање, прибећи управо поменутом виду комуникације. Затечено стање могло би се објаснити претпоставком да велик број играча ипак није упознат са значењима која се крију иза акронима, без обзира на њихову економичну природу, те да се због тога не опредељују за њихову употребу. Такође, интересантно је поменути да се појављује скраћеница *Роуу*⁶⁶ која је карактеристична за сленг.

- Из енглеског језика директно је преузето 148 лексема. Неке од њих понављају се више пута, тако да ћемо их анализирати по групама.
- Прва група су англицизми који су већ преузети у српски језик и подлежу свим правилима српског језика. Такви примери су: *еволуција, конзументи, конзумирање, тренд, клијент, комерцијализовати, стилиста, униформисано, индивидуалност, спонзорство и инспиративно*. Све ове речи већ су стандардизоване у српском језику, тако да није потребно њихово додатно објашњење. Анализом наведених речи уочава се да оне припадају областима пословања, моде али и општег вокабулара и представљају одраз превасходно америчког начина живота. Област пословања нераздвојна је од капиталистичког друштвеног поретка који се везује за САД. Ова држава има дугу предузетничку традицију и треба имати у виду да су поменуте речи преузете раније и кроз нормативни оквир српског језика. Но, без обзира на то, њихова употреба није потпуно оправдана, јер српски језик поседује адекватне кореспонденте који потпуно одговарају значењу преузетих англицизама. Примера ради, уместо *конзументата* и *конзумирања*, предност би требало дати речима из српског језика као што су *потрошачи/корисници* и *потрошња*, док речи као што су *клијент, комерцијализовати, еволуција* и *спонзорство* могу да се замене речима као што су *муштерија, рекламирати, развој и новчана помоћ*. Дакле, у погледу међуодноса домаћих лексема и

⁶⁶ Роуу настаје као производ куцања на QWERTY тастатури која је добила назив по почетним словима. Како је слово (Y) на месту на којем стоји (Z) када је тастатура прављена за српско говорно подручје, тако је ова скраћеница у ствари: поzz (pozz).

англицизама у области пословања, закључује се да српских речи није било. Лексема која спада у домен моде (*тренд*) могла би се заменити српском лексемом као што је *мода*, док реч *стилиста* представља лексему која се односи на појам релативно новијег датума, за који у српском не постоји адекватан кореспондент. *Униформисано* је реч чија је употреба оправдана због чињенице да за њу не постоји кореспондент у српском језику, који би морао бити у виду описног еквивалента и који би звучао неприродно (рецимо, *обучен у званично одело*), док *индивидуалност*, која је поново у спречи са капиталистичким поимањем друштва и појединца, може да се замени речју *посебност*. *Инспиративно* је лексема свакодневног говора (општег вокабулара) и као таква је неоправдана због постојања речи *надахњујуће*. Дакле, лексеме ове категорије указују на то да је одређен број јединица оправдан, док се оне лексеме чија употреба није оправдана нису јављале у комбинацији са домаћим, већ се њима давала искључива предност. Као разлог за овакву појаву, може се истаћи то да корисници поменутих англицизама сматрају да ће бити прецизнији ако користе речи страног порекла које се, према њиховом доживљају, више везују за одређену област и препознатљивије су у односу на домаће.

—Друга група лексема су енглеске речи које су преузете без икаквих измена, у њиховом изворном облику. Такви примери су: *leader, likes, screenshot, full, pay to play, rank, fly, near, enemy, raid, staff, team, launcher, update* и *free*. У табели 6.4 која следи приказаћемо значење тих речи, односно превод на српски језик користећи *Енциклопедијски енглеско-српски речник*, издање Просвете (Београд), из 2007. године. Као што смо већ нагласили, анализирани су поруке из дискусија током 2019, 2021. и 2021. године, што значи 13 година након издавања енглеско-српског речника у којем смо тражили преводе енглеских речи на српски језик, тако да се намеће закључак да осим две речи (*launcher* и *update*), које се у речнику налазе у другом облику (*launch* и *upgrade*), све остале речи налазе се у речнику чије је издање из 2007. године. Тај

закључак наводи нас на претпоставку да се енглески језик није променио у толиком обиму као што је то случај код српског језика, што би била корисна тема за неко наредно истраживање које би произашло из овог рада. Наиме, уколико се сагледа 16 прикупљених речи (табела 6.4), очито је да велик број њих може да се сврста у тематско поље рачунарских игрица и информационих технологија. Имајући у виду да су речи које припадају овој области новијег датума и да их на поменутом форуму користе млади корисници, не треба да чуди што је њихов облик потпуно неприлагођен српском језику. Млади корисници немају адекватан начин да преведу велик број специфичних појмова који се у игрицама јављају, те се као најлакше решење намеће директно преузимање речи које су свим осталим учесницима препознатљиве. Примера ради, *енету*, *pay-to-play*, *raid*, *rank*, *теат* и *update* спадају у речи које се очито сврставају у описану област, иако су за њих понуђени српски кореспонденти у оквиру табеле 6.4. Може се констатовати да кореспонденти као што су *непријатељ/противник*, *напад/пљачка*, *тим*, *ранг* и *ажурирање* у српском јасно упућују на појмове који припадају области информационих технологија и рачунарских игрица, те да неприлагођеним енглеским лексемама не би требало да буде место у обрађеним форумима. Преводи као што су *плати* и *играј*, *плати да би играо*, *плати игрицу* били би потпуно разумљиви, иако би, без обзира на јасноћу, могли да збуне учеснике форума, који су очито навикли на праксу коришћења енглеских речи у комуникацији. Осим ових упечатљивих примера, пронађене су и лексеме које припадају општијем вокабулару (*full*, *staff*, *free* и *near*) које би се могле превести на српски као *пун*, *запослени*, *бесплатан* и *близу*. Наведене речи неоправдано су се нашле на форумима, јер се њима не упућује на појмове који се везују за уски (стручни) домен.

Табела 6.4. Енглеске речи које су преузете без икаквих измена

| Р.бр | Реч на енглеском језику | Превод на српски језик |
|------|-------------------------|---------------------------------------|
| 1. | Enemy | непријатељ, противник |
| 2. | Fly | мува, лет, летети |
| 3. | full | пун, највиши степен, сасвим, напунити |
| 4. | free | слободан, бесплатан.. |
| 5. | Near | близак, суседни |
| 6. | launcher (launch) | бацити, покренути |
| 7. | Leader | вођа, руководилац |
| 8. | like(s) | једнак, волети, допасти се.. |
| 9. | Pay | платити.. |
| 10. | Play | играти..., игра |
| 11. | pay to play | платити игру |
| 12. | Raid | пљачкати, препад... |
| 13. | Rank | ред, низ, врста... |
| 14. | Staff | штап, ослонац, особље... |
| 15. | team | раса, група, спрега.... |
| 16. | update (upgrade) | успон, успеће |

— Трећа група лексема су оне које су преузете из енглеског језика, само у оном облику који одговара изговору на српском језику и које су написане поштујући правила писања српског језика, као и граматичка правила (промену по падежима, глаголска времена, конгруенцију, итд.). Треба нагласити да ове лексеме нису ушле у стандардни речник српског језика. Велики број ових лексема су оне које се више пута понављају, тако да ћемо у загради поред лексеме ставити број понављања. Ови примери ће, такође, бити приказани у табели 6.5 са објашњењем или преводом на српски језик. На основу примера наведених у табели, закључујемо да се не ради о великом број лексема које су преузете из енглеског језика, али је забрињавајућ број њихових понављања. Управо понављања

доказују да те лексеме улазе у свакодневни говор српског језика и на тај начин га мењају без контроле и стандардизације. У табели је приказано 16 лексема, али укупан број њихових јављања у анализираним порукама је 70 и то на начин где се оне користе као да су речи српског језика, те се мењају по падежима, лицима и броју. Може се спекулисати да учесници ових форума осећају да су обрађене речи постале толико блиске и одомаћене да их доживљавају као лексеме за којима постоји стварна потреба у српском језику. Претпоставља се да речи као што су *андејтовање*, *баговање*, *бановање*, *итем*, *модератор* и *скриншот* за поменуте учеснике форума представљају специјализоване речи којима је место у српском језику и без којих није могуће комуницирати на ефикасан начин. Другим речима, уколико се програм *ажурира*, игрица *успорава*, или, ако је некеме *збрањен приступ*, или су купили неки *предмет* који им треба како би обавили мисију, ако је *уредник/уређивач* дао приступ новим корисницима, или се некеме шаљу *слике екрана*, претпоставља се да би корисници овог хибридног језика (англосрпског) били збуњени, тј. да не би разумели употребу српских кореспондената. Дакле, може се констатовати да у области рачунарских игрица апсолутну предност код учесника форума имају лексеме које спадају у англосрпски језик, док се речи српског језика готово потпуно занемарују. У обрађеним форумима нису пронађене домаће лексеме које упућују на исте појмове, те се не може говорити о појављивању лексема обе врсте. Што се тиче лексема које спадају у домен моде, *инфлуенсери* и *старлете* јављају се не само у анализираним форумима већ су уобичајене и у медијима информисања. Речи као што су *утицајни корисници* и *медијске звезде* (или томе сличне конструкције у српском језику) нису се јављале, док је реч *инфлуенсер* била присутна чак 12 пута, што указује на меру њене усвојености међу форумским учесницима. Слично поменутиим речима, глагол *влоговати* показао се као

приоритетан у односу на могуће српске конструкције као што је објављивање видео записа, што указује на чињеницу да се и у свету моде првенство даје англосрпским лексемама. Другим речима, и у области моде уочава се да српских јединица за поменуте појмове није било.

Табела 6.5. Лексема преузете из енглеског језика, у облику који одговара изговору на српском језику и које су написане поштујући правила писања српског језика, као и граматичка правила

| Р.бр | Преузета лексема | Енглески језик | Превод или објашњење на српском језику |
|------|---------------------------------------|----------------|---|
| 1. | апдејтовао (4) | update | побољшати, учинити новијим, ажурирати |
| 2. | баговање (4) | Bug | проблем који омета рад компјутерских програма |
| 3. | бановати (2) | ban | забранити, уклонити |
| 4. | блог, блоговати (2) | blog | енглеска скраћеница која се односи на низ текстова на исту или сличну тему на једној интернет страници. |
| 5. | влог, влоговати | vlog | енглеска скраћеница за видео лог, односно за видео запис у току текста или разговора |
| 6. | инфлуенсер (12), инфлуенсовати (2) | influence | утицати, деловати |
| 7. | итеме | item | производ, артикал |
| 8. | инсајд | inside | унутар нечега |
| 9. | лајк, лајковати (18) | like | једнак, волети, допасти се |
| 10. | линкови (3) | link | веза, повезаност |
| 11. | лидер | leader | вођа, руководилац |

| | | | |
|-----|--------------------------------|------------|--|
| 12. | лефтат | left | отићи, напустити |
| 13. | модератор | moderate | у значењу вођа дискусије |
| 14. | скриншот, скриншотовати (6) | screenshot | сликање садржаја екрана компјутера или телефона |
| 15. | старлете | starlet | звезда |
| 16. | голда | gold | злато |

Имајући у виду анализиране поруке, можемо закључити да је латинично писмо примарно у употреби када су у питању форуми из области рачунарских игрица и моде. Такође, закључујемо да је на овим форумима доминантна употреба преузетих лексема из енглеског језика, како у директном преносу, тако и у адаптираном на начин који није по стандардима српског језика. Акроними и емотикони у овим дискусијама веома су ретки.

Закључак до којег се долази јесте да је начин коришћена псеудонорме српског језика (англосрпског) својствен учесницима форума који се тичу рачунарских игрица, као и моде и да се англосрпске лексеме у српски језик уносе произвољно. Коришћење латиничног писма представља једну од најупечатљивијих карактеристика ових форума, док коришћење енглеских речи, било директно или уз одређену адаптацију, најчешће зависи од личног доживљаја по питању тога колико је реч одомаћена. Поред наведене произвољности, намеће се закључак да је основни мотив употребе речи из енглеског језика у било којем облику жеља учесника форума да се што прецизније изразе, како би их остали учесници разумели. Што се тиче употребе енглеских речи у оквиру модне тематике, закључује се да је оно било мотивисано првенствено жељом да се постигне ефекат отмености самих корисника, без праве потребе да се укаже на неки појам термиолошке природе. Другим речима, модни форуми указују на то да је употреба англосрпске псеудонорме још мање оправдана у односу на форуме за рачунарске игрице, а о теми моде биће речи и у делу рада који следи.

6.1.3 Анализа разлика између штапаног и електронског издања модног часописа кроз временску дистанцу од десет година

Штампа, као и остали медији, има директан и наглашен информативно-пропагандни утицај на појединца и друштво у целини. Уколико порука оствари свој циљ који се огледа у комуникацији до краја, односно ако изазове механизме идентификације и емпатије код читалаца, тада веома лако може и да мотивише начин размишљања и понашања људи. Уколико се порука успешно проследи до макар једног од чиниоца који чине став читалаца, тада долази до усмеравања понашања које је директно условљено изнетим ставовима у поруци која се пласира читаоцима. Утицање на ставове појединца, на његове вредности или норме, било да су припадници више или ниже статусне групе у процесу социјализације којем сваки појединац тежи, веома се лако може обављати и новинарским причама из свакодневног живота. Зато се медији користе како за информацију и едукацију, тако и за пропаганду.

Доскорашња штапана издања и свакодневно ишчитавање дневне штампе, увелико су заменила електронска издања. Наравно, и даље се објављују и једна и друга, мада статистика показује да се број продаје штампаних издања из године у годину смањује.

Значајне промене у медијима диктира развој интернета, који је и све-присутан, тако да су и сви производи, као и осамдесет одсто свих информација у свету доступни онлајн. Изузетан приказ употребе модерних технологија у будућности представио је Роџер Фидлер у својој књизи *Mediamorphosis*. У сценарију који је претпоставио као *Cyber Dwellers* (сајбер становници) Фидлер описује старији брачни пар који користи систем виртуелне реалности за комуникацију са пријатељима и породицом широм света, као и да би сазнали најбитније информације и остали укључени унутар својих локалних и виртуелних заједница. Аутор у овом сценарију предвиђа да ће мреже за комуникацију посредством компјутера на крају постати интимни продужеци људских бића. Границе између стварног и виртуелног света ће се изгубити, а развије-

ни видови међуличних сајбер медија постаће саставни део свакодневног живота многих људи.⁶⁷

Интернет је медиј који измиче цензури, регулацији и комерцијализацији као ниједан други пре њега. Слобода коју интернет има од комерцијалних и политичких притисака, као и приступачност и интеракција са корисницима, чине га технолошком иновацијом која на јединствен начин доприноси демократији пласирања информација.

Истраживање под називом „Стари и нови медији и медијска зависност публике“ које је спровео „Позитив центар за дигиталне медије“ од јануара до маја далеке 2011. године, показује нам да четвртина грађана мисли да претерује са коришћењем медија, док 26,1 одсто не може да им се одупре.

Током овог истраживања дошло се до податка да је још тада, више од две трећине грађана Србије тврдило да има неку врсту медијске зависности. Друштвени медији су међу млађом и образованијом популацијом популарнији од традиционалних медија. Друштвени медији се дефинишу као скуп интернет апликација и платформи, тј. као медији који омогућавају повезаност међу људима, заједничко стварање и размену медијских информација и садржаја. Примаоци информације, односно читаоци, нису више само пасивни корисници већ и креатори самих садржаја. То се постиже спајањем информационе технологије са интеракцијом корисника, уз учешће корисника и садржај који генеришу корисници. Говорећи о новим медијима, друштвене мреже на интернету су на првом месту заступљености, а међу њима најпопуларнији су Фејсбук, Твитер, Линктин и Мајспејс. Блогови (веб дневници) су на другом месту по популарности и сада их има око 230 милиона на свету, затим разни сервиси за размену мултимедијалних садржаја, од којих је најпопуларнији Јутјуб. Данас се друштвене (социјалне) мреже сматрају „грађанским новинарством“.

У овом делу урадићемо анализу текстова модног часописа ELLE, који је један од најпопуларнијих међу читаоцима. Материјал који ћемо анализирати

⁶⁷ Fidler R., *Mediamorphosis*, Clio, Beograd 2004, str. 243.

односи се на штампано издање овог часописа из 2011. године, као и материјал из електронског издања овог часописа из 2021. године.

Анализу ћемо вршити на три изабрана текста, и то: садржај, реч уредника и један насумично изабран текст. Ови делови биће анализирани у оба издања. Након појединачне анализе, урадићемо компаративно анализу и на основу добијених резултата доћи до закључака, као и разлога промена у начину писања текстова. Временска дистанца од десет година добар је показатељ промена и начина писања текстова као и начина обраћања читаоцима.

6.1.3.1 Анализа штампаног издања часописа ELLE, издање децембар, 2011. ИССН 1452-0095 80

Штампано издање овог часописа писано је латиничним писмом. Анализа корпуса указује на то да нема ниједног текста или дела текста у читавом часопису који је написан ћириличним писмом. Дакле, ради се о појави која је присутна и код претходно обрађених садржаја, те се може закључити да је употреба ћириличног писма потпуно истиснута.

У писању текстова штампаног издања, приметили смо да се емотикони нису користили. Имајући у виду да се ради о штампаном часопису, не треба да чуди чињеница да поменути симболи нису били присутни јер се они превасходно везују за електронску комуникацију. Међутим, велики број енглеских речи примећен је у анализираним текстовима.

Кренувши од самог садржаја штампаног издања, запажамо да су сви сегменти одвојени великим штампаним словима латиничног писма. У самом садржају уочавамо седамнаест (17) лексема или синтагми које су преузете из енглеског језика, тј. нашле су се у реченицама писаним на српском језику, и то већина у облику како се пишу на енглеском. Те лексеме биће приказане у табели 6.6, а неке од њих се понављају, те ће поред њих бити написан и број њиховог јављања. Примећујемо да су употребљене и синтагме на енглеском језику, које ће такође бити приказане у Табели 1 која следи.

Табела 6.6. Лексеме и синтагме на енглеском језику

| Лексема или синтагма на енглеском језику | Превод на српски језик | Оправданост употребе у тексту |
|--|------------------------|-------------------------------|
| She is the boss | Она је газда | нема |
| Zoom | приближити слику | нема |
| new kids on the block | нова деца у крају | нема |
| cocktail | коктел, мешавина пића | нема |
| fashion week | недеља моде | нема |
| beauty (3) | лепота | нема |
| beauty insider | упућени у лепоту | нема |
| beauty news | вести о лепоти | нема |
| lifestyle | начин живота | нема |
| family news | вести о породици | нема |
| fashion | мода | нема |
| style for less | стил за мање | нема |

Што се тиче прикупљених лексема и синтагми које су је јавиле без икаквог прилагођавања нормама српског језика, може се закључити да анализирани јединице не попуњавају лексичке празнине у српском језику. Стиче се утисак да је њихова употреба искључиво статусног карактера, тј. да се употребљавају с циљем да постигну ефекат отмености и актуелност, што је био случај и код модних форума. Другим речима, употреба енглеских речи без прилагођавања српском језику превасходно је резултат жеље аутора да текст добије на тежини. Анализирано штампано издање садржи енглеске речи које имају очите и директне кореспонденте у српском језику. Примера ради, лексеме *beauty*, *lifestyle* и *fashion* представљају типичне случајеве где се не уводи никаква додатна нијанса у значењу. Дакле, ради се о потреби аутора да постигне ефекат привлачног и савременог стила, јер се претпоставља да би, у супротном, употреба речи као што су *лепота*, *начин живота* и *мода* била исувише једноставног и празног конотативног садржаја.

Нешто сложенија ситуација може се уочити код синтагми које по својој природи изражавају комплекснији скуп појмова, те би се код примера *fashion week* могло говорити о сраслој комбинацији речи која има готово терминолошку улогу. Но, и у том сличају, опција *фешн вик* донекле би могла бити прихватљивија, иако је *недеља моде* најприхватљивије и оправданије решење. Слично претходном примеру, *Њу кидс он д блок* у извесној мери могло би да има смисла (уз предложену фонетску адаптацију у српском језику) због алудирања на музичку групу с краја осамдесетих година прошлог века која код читалаца буди одређена осећања. Но, и у овом случају, прихватљивије решење било би *Нови клинци из краја*. Што се тиче остатка синтагми, *beauty news, family news* и остале комбинације нису довољно срасле у домену моде, нити имају посебне асоцијативне квалитете који би довели до тога да се оне користе у облику у којем се јављају. Имајући ово у виду, као једино решење, намеће се употреба српских кореспондената као што су *вести о лепоти* и *вести о породици (породичне вести)*. Оно што је значајно поменути јесте чињеница да се у обрађеном тексту јавио изванредан број синтагми састављених од домаћих лексема, тј. нису сви изрази били сачињени од енглеских речи. Српске синтагме на које наилазимо су *будуће филмске иконе* (састављена од стандардизованог англицизма *икона*), *дванаест величанствених, гламурозни пољупци* (англицизам *гламурозан*) и *вечно здрави и младолуки*. Питање које се намеће је због чега су наведени изрази задржали српске лексеме у односу на претходне, а један од разлога могао би се објаснити потпуно произвољним и насумичним одабиром. У сваком случају, може се констатовати да на нивоу фраза постоје комбинације састављене и од енглеских и од српских лексема, а забележени су и случајеви где постоји комбинација енглеских и домаћих лексема у оквиру истих фраза. Примери ових комбинација су *beleške beauty urednice* и *beauty kolumna*, што указује на намеру аутора да истакне значај речи *лепота*, која јесте кључни појам у оквиру модних тема.

Од седамнаест примера, имамо свега 3 англицизма који су употребљени на начин који подлеже правилу употребе англицизма у српском језику. Међутим, оправданост употребе је и у том случају упитна, јер

за све употребљене англицизме постоји одговарајућа лексема у српском језику. Ти англицизми биће приказани у табели 6.7. која следи.

Табела 6.7. Англицизми

| Англицизам | Реч на енглеском језику | Реч на српском језику | Оправданост употребе |
|-------------|-------------------------|-----------------------|----------------------|
| Дизајнерски | design | Načrt | делимична |
| Интервју | interview | razgovor | нема |
| Гламурозни | glamorous | čaroban | нема |

Што се тиче англицизама који су прилагођени српском језику, приметно је да су сва три одомаћена, те се закључује да је мотив аутора био да их прилагоди правопису српског језика, јер их доживљава као речи које су саставни део српске лексике. Код примера *дизајнерски*, могло би се говорити о оправданој употреби дате лексеме, јер би српска лексема *нацртни* или томе сличан придев звучао необично и неадекватно. Придев *гламурозан* често се може чути у српском језику и свакако спада у домен моде, али би предност у односу на њега имала лексема *сјајан* или *чаробан*. Што се тиче лексеме *интервју*, ради се о јединици која је веома одомаћена у српском језику и која се, према својем значењу, не везује за домен моде. Међутим, имајући у виду да *разговор за посао* постоји као српски еквивалент, закључује се да је комбинација оправданија.

Свако штампано издање овог модног часописа почиње текстом уредника, тако да ћемо урадити анализу овог текста.

У самом тексту, који је писан латиничним писмом, прво примећујемо да су одређене речи писане великим словима. Претпоставка је да је то био начин наглашавања значаја тих речи за сами текст. У самом тексту нисмо пронашли велики број енглеских речи, чак ни англицизама. У односу на велики број таквих примера који су анализирани у садржају, овде наилазимо на само четири англицизама, од чега су две речи написане на енглеском језику, а остале две употребљене су као англицизми који су стандардизовани у српском језику. Речи написане на енглеском језику су: *Facebook* (назив

друштвене мреже *Фејсбук*) и *Premium* (врхунски квалитет, најбољи у категорији или класи). Анализа прикупљених лексема указује на то да оне не припадају области моде, већ да се у првом случају ради о друштвеној мрежи, док је други пример везан за општи вокабулар који се везује на ниво квалитета. У оба случаја, ради се о неоправданој употреби енглеских речи, с тим да *Фејсбук*, када се фонетски и правописно прилагоди српском језику, задржава енглеско име јер се ради о званичном и потпуно препознатљивом називу друштвене мреже, док се код случаја *врхунског квалитета* може говорити као адекватном преводу на српски језик. Оно што је у овом тексту интересантно је да су употребљене три синтагме које су добиле свој облик под директним утицајем енглеског језика (калк), а то су: *ударне вести – breaking news* (најновије вести), *топ тема – topic* (главна тема), *стати у сенку – in its shadow* (под нечијим утицајем). Прве две синтагме првенствено спадају у тему новинарства, а не моде. Разлог за употребу оваквих комбинација треба првенствено тражити у квалитету самих превода, а не у нечијој потреби да звучи отмено и савремено. Посебни корисници језика, међу којима су и преводиоци, често прибегавају преводним решењима која су мање ангажована, тј. која пресликавају структуру изворног језика. Оваква појава могла би се приписати брзини при превођењу и неузимању у обзир колокацијских карактеристика речи у српском језику, те преводи овог типа могу звучати неприродно. Англицизми у тексту су *таблоиди* и *ексклузивно*. Код ове две лексеме, може се закључити да обе припадају домену новинарства, с тим да прва упућује на одређену врсту часописа која је у српском језику препозната управо под називом *таблоид*, док придев *ексклузиван* може да се преведе као *посебан* или *другачији*, што би било оправданије решење.

У односу на анализирани садржај, овде закључујемо да је уредник приликом писања овог текста водио рачуна о речима које употребљава у тексту, односно о контролисаној употреби енглеских речи, што се највише очитује кроз минималан број директно унетих речи из енглеског.

Следећи текст који је анализиран у овом штампаном издању је „Носталгична шопинг тура“. У самом називу текста примећујемо употребу 3

англицизама, а поред тога у самом тексту их има још 12, од којих се један (*шопинг*) понавља 4 пута, док се лексема *куповина* није јављала, без обзира што се њом јасно упућује на радњу садржану у енглеској лексеми. Две лексеме написане су на енглеском језику (*high-tech* и *group*), иако су *високо-технолошки* и *група* адекватно решење. Такође, у тексту примећујемо 3 синтагме (*викенд тура, шопинг тура, спа центар*) које су у употреби под директним утицајем енглеског језика уз прилагођавање српском језику. Међутим, примери као што су *врхунска гастрономска понуда, дубоко плаветнило језера* и *ђаконије медитеранске кухиње* представљају само неке од синтагми које су написане правилно, користећи домаће лексеме или позајмљенице (*гастрономски*), без замене речи *врхунске* речју *топ*, што се може рећи и за лексеме *ђаконија* и *кухиња*, које су остале у том облику, без употребе *delicatessen* и *cuisine*. Дакле, уочава се да је употреба англосрпских синтагми произвољна, али да је у датом тексту сведена на мали број. У табели 6.8. која следи приказаћемо англицизме који се јављају у овом тексту.

Табела 6.8. Англосрпске синтагме и лексеме

| Англицизам | Реч на енглеском језику | Реч на српском језику | Оправданост употребе |
|-------------|-------------------------|--------------------------------|----------------------|
| шопинг | shopping | куповина | нема |
| тинејџерски | teenager | омладинац | делимична |
| старке | all star | назив робне марке All star | жаргон |
| петстокец | levis 501 | назив робне марке Levis 501 | жаргон |
| лансирати | launch | пустити у јавност, обелоданити | делимична |
| ваучер | voucher | налог за исплату | нема |

У анализираном тексту наилазимо на неколико примера жаргона који се везују за домен моде и за којима постоји потреба. Осим ових лексема (*старке* и *петстокец*), којима се упућује на одређене одевне предмете, закључак који се изводи је да остале англицизме који су пронађени у штампаном корпусу не би требало користити због чињенице да не попуњавају лексичке празнине у српском језику и да за исте појмове на које упућују постоје домаће лексеме. Код примера *тинејџерски*, може се констатовати да српска лексема *омладинац* не упућује толико прецизно на старосну групу на коју се односи *тинејџер*, те се може говорити о извесном нивоу оправданости због нијансе у значењу коју уводи.

Дакле, уколико се сагледају сви анализирани текстови штампаног издања овог часописа из 2011. године примећујемо само 9 англицизама. Приметили смо праксу употребљавања синтагми које су или написане на енглеском језику или преведене и уметнуте у српски језик под директним утицајем енглеског језика. Оно што је већ тада требало бити алармантно за лингвисте који се баве очувањем српског језика је првенствено латинично писмо, а затим и велики број енглеских речи које су чак и написане на енглеском језику у текстовима који су за часопис који је штампан за српско говорно подручје.

6.1.3.2 Анализа електронског издања часописа ELLE, издање октобар, 2021.

Електронском издању часописа приступљено је 19.10.2021. године у 20.00 часова. Анализирани текстови могу се наћи на следећим интернет страницама: <https://elle.rs/Moda/Trendovi/a32278/Trenerke-su-nove-farmerke-evo-kako-da-ih-nosite-kao-Francuskinje.html> <https://elle.rs/Stav/Zivot-i-ljubav/a32248/Rec-urednice-Kako-preziveti-oktobar.html>, а у прилогу ће бити дате слике екрана текстова.

Анализирали смо садржај, текст уредника, као и код штампаног издања и један насумично изабран текст.

Када је реч о садржају, код електронског издања садржај се разликује тако што је подељен по секцијама и налази се у падајућем менију. Свака секција има свој назив и тему коју обухвата. У овом електронском издању приметили смо да су четири теме, од укупно девет, написане на енглеском језику: *lifestyle* (начин живота), *celebrity* (позната личност), *decor* (украс - ова реч је латинизам, али је написана тако да може да се претпостави да је на енглеском језику, иако се на исти начин пише и на латинском) и *astro* (префикс у сложеницама који такође потиче из латинског језика и значи звезда). На основу анализираног садржаја, можемо закључити да оправданости за употребу енглеских речи нема, посебно не за написане на енглеском језику у издању које је за српско говорно подручје. Имајући у виду да су 4 наведене лексеме написане на енглеском језику без икакве адаптације, може се констатовати да је скоро 50% лексема у садржају, којима се упућује на одређену тематику, написано на овај начин. Одређени међуоднос са домаћим лексемама постоји, јер су остале написане на српском језику (*мода, лепота, став и активизам*), које су могле бити написане као *fashion, beauty, attitude* и *activism*, за шта се аутор ипак није одлучио. Но, речи *fashion* и *beauty* јављале су се у штампаном издању корпуса. На основу обрађеног текста, не може се установити да ли су се на нивоу целог електронског корпуса уместо наведених енглеских речи понекад јављале и домаће, јер исти појмови нису забележени неколико пута. Право је питање чиме се руководио аутор када је одлучивао о томе које речи ће писати на енглеском, а које на српском. Један од начина на који се ово може протумачити је да су речи *celebrity* и *lifestyle* веома својствене датој области, те је аутор сматрао да за њима постоји реална потреба, иако се очито ради о речима за које на српском постоје кореспонденти у виду *јавне личности/звезде* и *начина живота*. Дакле, поново се закључује да се ради о произвољном одабиру по питању тога које лексеме ће се писати на српском, а које на енглеском.

Код електронског издања, приметно је да се много више користе фотографије које прате одређену причу.

У наредном тексту који смо анализирали („Реч уредника“) наилазимо на само један англицизам и две метафоре настале из преведених енглеских идиома. Једини забележени англицизам је *исхендловати* и указује на чињеницу да се не ради о лексеми која припада домену моде, већ општем дискурсу. Дата лексема прилагођена је правопису српског језика али је очигледно да се ради о речи за коју постоји српски кореспондент *руковати* или *изборити се* (зависно од контекста), те се употреба англицизма *исхендловати* не може сматрати прихватљивом. Може се закључити да је употреба ове лексеме мотивисана искључиво помодарским намерама аутора.

Метафоре употребљене у овом тексту, а које су производ преведених енглеских идиома су *...тешке приче... (hard stories)* и *...приближите се себи... (come to yourself)*. Ове метафоре могу се јавити у новинарским текстовима, где се метафорама ставља акценат на оно што следи у самом тексту, односно придаје значај одређеним темама. Као алтернативни превод постојећим синтагмама може да послужи комбинација *потресна прича*, као и *освестити се*. Метафоре често представљају потешкоћу за преводиоце јер приликом превођења често не успевају да направе одстојање у односу на колокације изворног језика, које неретко пресликавају, а не базирају се на колокације циљног језика (у овом случају српског).

Код насумично изабраног текста за анализу из овог електронског издања наилазимо на много већи број примера употребе енглеских речи али и англицизама. Као што можемо видети у табели 6.9, у анализираном тексту пронашли смо 1 стандардизовани англицизам (*тренд*), 2 изведена англицизма која припадају жаргонском изражавању и чак 9 речи које су написане на енглеском језику, од којих се 3 више пута понављају.

Табела 6.9. Англицизми

| Англицизам | Реч на енглеском језику | Реч на српском језику | Оправданост употребе |
|--------------|-------------------------|--|----------------------|
| / | stylish (2) | стилизовано | нема |
| / | street style | улични стил | нема |
| инфлуенсерке | influence | утицати, деловати | нема |
| тренд | trend | основни правац кретања | нема |
| / | casual | | нема |
| уггсице | Ugg | робна марка од које је изведена реч за производ. | нема |
| / | outfits (3) | изглед гардеробе | нема |
| / | chic | шик, елегантност | нема |
| / | crop(2) | кратко, пресечено | нема |

Научне оправданости за употребу свих наведених примера нема. Жаргонски начин изражавања у часописима није по правилу писања у журналистичком стилу, осим у случају да нису у питању колумне где се дозвољава слобода изражавања аутора, али чак и тада се морају поштовати правила. Наилазимо и на примере где се речи које су написане на енглеском језику мењају по падежима, лицима и броју, тако да имамо примере: *outfitu*, *outfite*, *сгору*. Конгруенција у овом случају не сме бити употребљена. У случају две наведене лексеме, може се констатовати да су у питању речи које се у великој мери могу чути у српском језику и да често имају предност у односу на српске лексеме за исте појмове. Примера ради, за лексему *outfit* може се користити кореспондент у виду *комбинације*. Међутим, енглеска лексема постала је препознатљива и, као такву, корисници је мењају по падежима иако су свесни њеног страног порекла, те се затиче управо у

облику који задржава енглеско писање, али и падежне наставке српског језика. Што се тиче лексеме *crop*, сличан закључак може се извести претходном, с разликом у томе што преводни еквивалент у српском језику који може гласити *кротка мајица/пресечена мајица* није толико јасан и препознатљив, те би енглеска лексема потпуно прилагођена српском (*крот*) била могуће решење. Дати текст један је од ретких где је могуће уочити употребу истих лексема које су написане на неколико различитих начина. Другим речима, може се говорити о одређеном степену недоследности у одабиру речи којима се упућује на појмове. Разлози ове појаве могу се објаснити чињеницом да различити корисници другачије доживљавају англицизме, те их, у складу са тим, користе на специфичан начин. Значајно је упоредити речи *stil*, *style* и *stylish* које се користе да упуте на истог референта. На основу ова 3 примера примећује се да постоји недоследност код истог аутора електронског часописа. Може се спекулисати о разлозима који стоје иза одлуке аутора да користи више опција. Наиме, реч *стил* саставни је део српског језика и као таква, њена употреба не би требало да чуди. Међутим, енглеска лексема *style* у комбинацији са лексемом *street* потпуно је неоправдана јер српски кореспондент *улични стил* потпуно одговара енглеској синтагми која, кад се преведе на српски, задржава значење и звучи природно. Као што је и раније био случај, може се претпоставити да је аутор желео да звучи отмено и да у текст унесе одређену дозу атрактивности и савремености. Код речи *stylish* може се констатовати да се ради о лексеми која, уколико се преведе на српски као *стилизовано*, звучи неуобичајено, те би више смисла имало рећи да је нешто у *моди*. У недостатку очигледног кореспондента у српском језику, аутор је одлучио да задржи енглеску реч како би читаоцима часописа звучао интересантно.

Електронско издање часописа има своју страницу на друштвеној мрежи *Фејсбук* са најавама текстова са везом која једним „кликом“ води до текста. У прилогу се могу видети примери тих најава, односно оглашавања текстова на овој друштвеној мрежи. Закључује се да се речи написане на енглеском језику често користе. Од појединачних речи, поново је присутна лексема *outfit*, на којој је присутан падежни наставак (*outfita*). Наиме, што се

тиче прикупљених фраза, могу се издвојити *Paris street style*, *second skin* и *no-make up*, где се очигледно ради о комбинацији речи које су потпуно преузете из енглеског језика. Предложени српски кореспонденти били би *Париска улична мода*, *друга кожа* и *без шминке*. Јасно је да се све три фразе везују за тему моде, од којих прва упућује на моду у контексту места и врсте, друга на врсту пудера који се предлаже читаоцима, а трећа на изглед који не подразумева употребу шминке. Значајно је приметити да се код треће синтагме јављају и енглеска и српска верзија у истом тексту, што говори о недоследности аутора текста. Оваква недоследност присутна је и код фраза *beauty стручњак* и *beauty експерт*, где је јасно да се ради о задржавању речи *beauty*, која је поново присутна у тексту чија је тема мода. *Стручњак за лепоту* био би најадекватнији превод који садржи искључиво речи српског језика.

6.1.3.3 Компаративна анализа штампаног и електронског издања часописа ELLE

Након извршених појединачних анализа, упоредили смо ове две анализе и дошли до следећих закључака:

- латинично писмо је једино заступљено у оба издања,
- број англицизама је приближно исти,
- број речи које су написане на енглеском језику већи је у електронском издању него што је то случај у штампаном,
- број изведеница које нису стандардизоване приближно је исти у оба издања,
- примећује се разлика код електронског издања у односу на штампано-начин писања је другачији, поједностављен и са много више граматичких грешака.

6.1.4 Дискусија анализе истраживања корпуса дискусија на форуму Крстарица, гејмерских и модних форума и часописа ELLE

Освртом на кључне тематске области у којима је утицај енглеског језика на српски био присутан, закључује се да се ради о лексици везаној за општи форумски дискурс младих (свакодневни вокабулар), моду, информационе технологије и рачунарске игрице. Разлог за утицај у овим областима огледа се у погрешној претпоставци корисника да за енглеским речима (било да су написане без адаптације или са њом) заиста постоји потреба. Неспорно је да је српски језик, као и многи други, примио велик број англицизама који јесу оправдани. Међутим, за највећи број пружених адаптираних и неадаптираних енглеских лексема, запажа се да за овим речима нема потребе јер се оне у највећем броју случајева могу заменити домаћим. На нивоу свакодневне комуникације, утицај је најчешће био мотивисан жељом корисника да се истакну и осталим учесницима/саговорницима звуче интересантније и интелигентније. Дакле, радило се о психолошким разлозима лишеним језичке димензије. Утицај се највише тичао узвика, кратких одговора и жаргона, који су свакодневни део комуникације. У овој области може се говорити о извесној коегзистенцији енглеских и српских лексема, а претпоставља се да је одабир најчешће био произвољан или да једноставно постоје појединци који предност дају енглеским лексемама у односу на српске. У преписци која се тичала мањинских група, била је присутна варијација у одабиру речи јер се ради о релативно новој тематици, а веома слична ситуација затечена је код лексике из области таблоидне штампе. Што се тиче моде, обрађен је велик број лексема. У овој области затиче се потреба корисника за енглеским речима како би показали своје познавање тематике која је отмена и, као таква, примамљива за велик број људи. У овој области затечена је доследност у коришћењу енглеских лексема, али су уочени и случајеви где су појмови изражени на неколико начина. Тематика везана за информационе технологије и рачунарске игрице обухвата велик број јединица које се везују

за стручну терминологију, где се може спекулисати да за прилагођеним енглеским лексемама постоји потреба јер се њима попуњавају лексичке празнине за нове речи из ове области. Иако је тематика рачунарских игрица у вези са информационом технологијом, затечени англицизми и енглеске речи неоправдано су се јављале у форумском дискурсу на доследан начин, без покушаја да се користе српске лексеме. Овим је потврђена постављена хипотеза да је узрок инвазије енглеских речи примарно условљен друштвеним факторима.

Што се остатка анализе тиче, утицај енглеског језика очигледан је како у примерима од пре десет година тако и данас, што нас наводи на закључак да се у временском распону од 10 година ништа није десило на институционалном нивоу како би се тај утицај макар довео под контролу, јер га је свакако немогуће зауставити.

Кроз анализу дискусија на форумима, где смо анализирали поруке корисника, што можемо довести у везу са свакодневним говором код младих, наилазили смо на велики број одступања од правилне употребе српског језика, а чак и великог броја граматичких и правописних грешака и велике употребе енглеских речи у разговорима. Све то није се променило ни након 10 година, већ је само настао нови правац код младих где су почели да праве своје изведенице које улазе у употребу у свакодневном говору. Нове речи које настају без икакве контроле, без поштовања правила српског језика, тј. његовог правописа, представљају највећу изазов у очувању српског језика. Један начин контроле употребе таквих речи је креирање рачунарског програма који би био уграђен у програм писања и који би аутоматски препознавао такве изведенице и одстрањивао их из текста. Међутим, проблем је што би такав програм морао имати базу података која би се морала ажурирати на дневном нивоу, јер такве речи код младих настају веома брзо.

Латинично писмо је доминантно, како пре десет година тако и данас. Разлог такве појаве могао би бити то што кроз образовни систем није довољно наглашавана важност употребе ћириличног писма, тако да ни свест

код младих није довољно пробуђена како би им употреба ћириличног писма требала бити примарна.

Када говоримо о променама у новинарству, морамо поменути појаву електронских медија које преовладавају у односу на штампане. Интернет свима омогућава приступ знању и информацијама широм света, различите облике повезивања и удруживања, учење о реалном свету у реалном времену, из различитих извора. Медијска писменост је способност приступа, анализа и оцене производње медијских порука у различитим облицима. У многим земљама већ је уведено медијско образовање у школске програме, основних и средњих, али и универзитетских, често не као обавезни део већ понегде као иницијатива школа или као регионална иницијатива. Медијски писмени корисник интернета зна како да одабира, проверава и користи те информације. На овај начин је доказана постављена хипотеза да речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику.

Промене у језику не могу се зауставити, нити сматрамо да их треба заустављати, већ се само морају дешавати под контролисаним условима. Стално се мора наглашавати значај очувања језика, кроз писмо и кроз употребу наших речи за оне примере где постоје. Тренд који се не зауставља код младих је помодарство употребе страних речи, а последњих десет година је то доминантно енглески језик. Тај вид помодарства узрок је проблематичних промена у употреби српског језика, посебно код групације младих, јер они су ти на којима тек треба да се темељи будућност нашег друштва, тако да морају имати довољно развијену свест да кроз очување српског језика и писма могу очувати и наше друштво у целини. Све адекватне институције морају бити укључене у процес контроле промена у српском језику, али примарну улогу има образовни систем, односно предшколски и школски план и програм рада са децом, јер се у том узрасту поставља темељ за даља учења која следе у средњој школи и на факултетима. Уколико се у том узрасту почне са развојем свести за важност очувања језика, онда су много веће шансе да у каснијем периоду размишљају о начину употребе српског језика.

6.2. Резултати истраживања корпуса који се односи на анализу слика екрана са друштвене мреже Инстаграм

Циљ овог истраживања базиран је на тежњи да се утврди да ли, у којој мери и на који начин енглески језик утиче на српски доводећи до лексичких и граматичких промена у његовој структури, што ће се показати на примеру изабраног корпуса. Хипотеза од које се полази је да енглески језик остварује снажан утицај на српски језик, и то на свим лингвистичким нивоима, што за последицу има кршење и измену чак и оних граматичких и лексичких правила која би, без обзира на облик и врсту комуникације, морала бити испоштована.

Спроведено истраживање односи се на анализу двадесет (20) „слика екрана“, такозваних „скриншотова“, на Инстаграму. Сlike екрана познате су под називом „приче“, а свака од анализираних у овом раду појавила се као плаћена објава на профилима особа које имају 300 пријатеља, односно пратилаца. Појављивање плаћених реклама у виду прича се повећава са бројем особа које одређени корисник прати на овој друштвеној мрежи. Корпус је сакупљан у временском интервалу од недељу дана. Кренуло се од претпоставке да је тај период довољан како би се донели почетни закључци, а потом на основу њих вршило даље истраживање.

На основу анализе прича са Инстаграма на дневном нивоу, дошло се до закључка да се у просеку на налогу који има око 300 особа које корисник прати, појављује око 100 прича пријатеља и око 50 плаћених (спонзорисаних) прича којима се махом рекламирају производи намењени продаји. Од 150 прича, примећено је да је преко 80% њих писано латиничним писмом. Такође, велики број прича је написан уз употребу емотикона, налепница и кратких видео записа (гифова), са текстом који је, као по правилу, на енглеском језику. Плаћене, односно спонзорисане објаве, имају домет до великог броја корисника, те самим тим имају и већи утицај на особе које се с њима срећу; било у смислу рекламирања неког производа, или кроз промовисање писма на коме су написане, или начина на који је реклама објављена. Писмо на коме се реклама појављује је готово увек латиница, а

није редак случај да се у тим текстовима појављују речи енглеског језика, иако се рекламира домаћи производ, а оглашивач припада говорном подручју српског језика. Битно је нагласити да Инстаграм приликом регистрације, у писању назива профила, не дозвољава употребу ћириличног писма, као ни употребу латиничних слова са квачицом (č, ć, š, ž, đ), тако да се ова слова замењују са: c-č,ć (често и са ch-č), са s- š (често и са sh), са z-ž, док се слово „ђ“ које се латиничним писмом пише као „đ“ замењује са „dj“.

Слике екрана су анализиране односе се на рекламе које се приказују у сваком моменту, односно у било ком тренутку када корисници овог сервиса пожелеле да прегледају „приче“ својих пратилаца. Инстаграм, као тренутно најпопуларнији сервис друштвених мрежа, чији су корисници у проценту од 90% млади људи, постао је занимљив као лингвистички феномен. Комуникација на њему преплављена је англицизмима или новокованицама својственим само младима. У књизи „Енглески у српском“ Прћић даје дефиницију англицизма: „Под термином англицизам (овде) се подразумевају две врсте језичких јединица: у уобичајеном значењу термина, англицизам представља општу реч или везану морфему (тј. префикс или суфикс) из енглеског језика која се употребљава у српском (нпр. бодибилдер, екс), с различитим степеном интегрисаности у његов систем. Али, у понешто неуобичајеном значењу термина, англицизам чини и реч, синтагма или реченица у српском језику чија употреба одражава и/или следи норму енглеског језика – ортографску, фонолошку, граматичку, семантичку или прагматичку“ (Прћић 2005: 59). У корпусу који је коришћен за ово истраживање преовладава друга врста англицизама, који чак одступају понегде и од те дефиниције и представљају само пресликавање речи из енглеског језика. Михајловић говори о језику као о нечему што се свакодневно мења. Управо те промене захватају све његове нивое, а бројна истраживања су потврдила да је лексички ниво најосетљивији језички план који први подлеже променама“⁶⁸(Михајловић, 2019). Производ претеране

⁶⁸ Михајловић 2019: Милица М. Михајловић. Филозофски факултет у Нишу Лексикологија у наставним плановима и програмима и школским уџбеницима. *БАШТИНА*, св. 47, Приштина – Лепосавић.

употребе енглеских речи је хибрид енглеског и српског језика, у коме се временом све више елемената српског, или замењује одговарајућим елементима из енглеског, или следи норму енглеског језика. „Ако реч постане популарна и дуго остане у употреби, може и на крају да постане стандардна, књижевна реч, и да има јасно дефинисано значење“⁶⁹ (Томић, 2017). Степен хибридизације српског језика видећемо у корпусу из кога је узет узорак дат у Прилогу 4, а који ће бити детаљно описан. Утицај енглеског језика на српски, испитиван кроз ове прилоге, односи се на два нивоа: правописни и лексички. У било којој врсти корпуса чији је извор Интернет, постоји неколико недостатака који се односе на његову „трајност“ и доступност. Иако се број Инстаграм профила повећава великом брзином, многи од њих временом могу бити обрисани или привремено деактивирани, што аутоматски доводи до одређеног нивоа несигурности када је у питању доступност наведеног текста. Трајност прича корисника је ограничена на 24 сата, али када је реч о нашем корпусу, где се анализирају искачуће (енг: pop up) рекламе, њихова трајност није ограничена на 24 сата. Поред недостатка који се односи на доступност корпуса, ту је и питање идентитета корисника који су део корпуса, а који би по правилу требало да остану анонимни, првенствено због тога што од њих није добијена дозвола да се приче са њихових профила користе у било које сврхе. Међутим, с обзиром на чињеницу да је реч о производима који се рекламирају, кренуло се од претпоставке да њихова дозвола и није неопходна. Иако због наведених недостатака корпус на изванредан начин губи на вредности, треба имати на уму чињеницу да дискурс електронских медија уопште, у овом случају друштвене мреже Инстаграм, за лингвистичку анализу представља велики изазов. Он указује на неке аспекте језика и потенцијалне правце у којима се језик може мењати и развијати, а који нам не могу бити доступни у неким другим видовима писане комуникације или у говорном језику.

⁶⁹ Томић 2017: Јована Д. Томић, Ана П. Здравковић. Творбено-семантичка анализа неологизама у новинском дискурсу, *БАШТИНА* св. 43, Приштина – Лепосавић.

Треба нагласити да је комуникација која ће бити наведена и анализирана у овом делу рада, писана латиничним писмом. Анализа ће се вршити тако што ће се текст са сликаних екрана пренети онако како је написан, урадиће се правописна и лексичка анализа, а биће наведен и могући разлог зашто је текст написан на тај начин. Имена корисника који су објавили ове приче нису наведена, због поштовања њиховог права на приватност. Прво је урађена правописна анализа корпуса која ће бити представљена у следећим одељцима:

- употреба великог слова,
- измењено писање,
- изостављање интерпункцијских знакова.

Након тога је урађена лексичка анализа, подељена на анализу:

- употребе емотикона,
- транскрипције англицизама и
- нових конвенција, које се првенствено односе на скраћивање исказа, а које су производ самог Инстаграма на коме се комуникација одвија и језичког контакта између енглеског и српског.

Текст са слике 1:

„ZECANKA BACK TO SCHOOL

Najpovoljniji izbor računarskih stolica“

а) Велика слова на овој слици су употребљена код читаве прве реченице која је написана на енглеском језику. Овакав начин писања, употребом великих слова, се не може објаснити утицајем норме енглеског језика, јер у овом примеру није испоштована норма ни српског ни енглеског језика када је употреба великог слова у питању.

б) Измењено писање, то јест одступање од ортографских правила српског језика, на овој слици се примећује код речи *ZECANKA*, где је слово „Ć“ на латиничном писму српског језика написано без дијакритичког знака, тј. квачице изнад, што указује на директно кршење основног ортографског правила српског језика.

в) Изостављање интерпункцијских знакова на овој слици се не примећује.

г) У дискурсу Интернета, један од начина да се надомести недостатак фацијалне експресије и директног исказивања осећања су такозвани емотикони или емотограми, који доприносе виталности комуникације. На овој слици се не примећује употреба емотикона.

д) Уочава се изузетно лоша транскрипција англицизама, тачније њен потпуни изостанак, јер је реч на енглеском језику написана у њеном изворном облику, што је погрешно.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању, на овој слици се не уочавају.

Текст са слике 2:

„Ponedeljak u 16.30h je termin kada cemo se ponovo online druziti uz LIVE KURS Nasminkaj se sama“

а) Велико слово на овој слици уочава се код почетне речи у реченици и код речи које су из енглеског језика пресликане и у оригиналу написане. Анализирајући облик *LIVE KURS* уочава се код речи *KURS* недоследност, јер је дискутабилно да ли је оглашивач хтео и ову реч да напише на енглеском језику, па је то учинио погрешно, или је користио реч српског језика, неправилно написану великим словом. Чак и ако се пође од норме енглеског језика, ове речи се не пишу великим словом, јер не представљају властите именице и не налази се на почетку реченице, тако да тиме није испоштовано ни правило српског, а ни енглеског језика.

б) Измењено писање, то јест одступање од ортографских правила српског језика, на овој слици се примећује код речи *cemo druziti Nasminkaj*, где су слова „Ć“ „Ž“ „Š“ на латиничном писму српског језика написана без квачице изнад.

в) Изостављање интерпункцијских знакова на овој слици примећује се у делу изостављања тачке после речи курс, где наредна реч почиње великим словом, па је претпоставка да је требало да буде тачка испред.

г) На овој слици се не уочавају емотикони, осим на крају текста, али се баш због тога не могу довести у везу са дискурсом, већ највероватније са потребом да се нагласи значај самог текста.

д) Уочава се изузетно лоша транскрипција англицизама, јер је реч на енглеском језику написана у њеном изворном облику, што је погрешно, а већ је било речи о типу грешке присутном код писања речи *курс*.

ђ) Осим наведених, може се уочити да се као део нове конвенције у писању користи скраћеница „h“, што на овој слици видимо у делу *u 16.30h*. Овај начин писања скраћенице за временски период од једног часа прешао је одавно у употребу код нас, иако он долази од енглеске речи „hours“, па би стога правилно било написати „ч“ од речи „час“, а не „h“.

Текст са слике 3:

„be cool for school

-20%

Na novu kolekciju “

а) Употреба великог слова на овој слици је примећена само код почетне речи у делу текста који је на српском језику, док је почетно слово текста рекламе код прве речи на енглеском језику написано малим словом. Ако се пође од норме енглеског језика, реч која стоји на почетку реченице требало би да буде написана великим почетним словом.

б) Измењено писање, то јест одступање од ортографских правила српског језика, на овој слици се не уочава.

в) У тексту на овој слици интерпункцијски знаци су у потпуности изостављени.

г) Не примећује се употреба емотикона.

д) И на овој слици се уочава да је транскрипција англицизама погрешна, јер је реч на енглеском језику написана у изворном облику, што је погрешно.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 4:

„Become a life coach

Earn a Neuro Linguistic Programming (NLP) Certificate!“

а) На овој је слици дат текст који је оглашивач са српског говорног подручја у целости написао на енглеском језику и то следећи сва граматичка и правописна правила енглеског језика. Стога се као једини логичан закључак намеће да је текст рекламе у потпуности прсликан са рекламе која долази са енглеског говорног подручја и као такав пуштен у етар говорницима српског језика. То наравно није погрешно, јер је текст написан исправно, али је необично то што нигде није наведено да је производ који се рекламира, можда, намењен само страним корисницима.

Текст са слике 5:

„ZAPRATI

@.....

VOLCANO CASINO ONLINE “

а) Текст на овој реклами је у целости написан великим словом. Према правилима информатичког писања, када се текст у целости напише великим словом тада се наглашава „тон“ текста или ствара ситуација која делује као да се виче на оног ко текст чита, те једино објашњење за велика слова у овој реклами може бити наглашавање важности њеног садржаја. Свакако, у питању је одступање од правила српског језика.

б) Измењено писање, то јест одступање од ортографских правила српског језика, на овој се слици не примећује.

в) Изостављање интерпункцијских знакова на овој слици се примећује у потпуности.

г) Употреба емотикона се не уочава на датој слици.

д) И на овој слици примећујемо да је англицизам написан у изворном облику, што је погрешно.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 6:

*„Uskoro jedan savrsen Givavey (emotikon srce dva puta)
Jeste li spremne (emotikon usne, nasmejano lice sa zvezdama i sa srcima)“*

а) Осим на почетку реченице, велико слово уочавамо само код речи која је требало да буде пресликана из енглеског језика и написана на енглеском језику. Међутим, корисник овог профила не само да је грешио пресликавајући енглеску реч у текст написан на српском језику, већ ни њу није правилно написао, највероватније услед недовољног познавања енглеског језика. Написано је *Givavey*, а ова реч на енглеском треба да буде написана *giveaway*. С обзиром на то да се дата реч не налази на почетку реченице и да није именица, она се не пише великим словом ни у енглеском језику, што значи да у овој реклами није испоштована норма ни српског ни енглеског језика.

б) Измењено писање, то јест одступање од ортографских правила српског језика, на овој слици се примећује код речи *savršen*, где је слово „ш“ на латиничном писму српског језика написано без дијакритичког знака (*savrsen*), чиме је прекршена ортографска норма српског језика.

в) Анализом упоребе интерпункцијских знакова на овој слици примећује се да на крају питања које се налази у тексту не стоји упитник „?“ (*Jeste li spremne*), а недостаје и тачка после прве реченице (*Uskoro jedan savrsen Givavey*). Претпоставка је да грешке у овом случају нису последица незнања, већ све популарније језичке економије на Интернету, којом се промовише тежња да се порука пренесе/откуца уз што мање труда и са што мање ознака.

г) У дискурсу Интернета један од начина да се надомести недостатак фацијалне експресије и директног исказивања осећања су такозвани емотикони или емотограми који доприносе виталности комуникације, али се на овој слици види чак пет емотикона. У конкретном случају, они су израз

индивидуалности корисника овог профила, односно његове тежње да емоцију стави у први план, чиме би додатно скренуо пажњу на рекламу.

д) Већ је указано на недостатак неопходне транскрипције англицизама на овој слици, јер не само да је реч енглеског језика написана у свом изворном облику, што је само по себи погрешно, него је и ту начињена грешка и презентовно недовољно познавање и српског и енглеског језика (*Givavey- giveaway*).

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 7:

U narednih par story-a biće objavljen mali blog sale

а) Употреба великог слова на овој слици у складу је са нормом српског језика, јер се велико слово јавља само на почетку реченице, али не и у речима које нису властите именице.

б) Измењено писање се примећује само код пресликавања англицизма где је, можда, због уштеде на времену, употребљена цртица, па се уместо *storija* среће облик *story-a*. Још је вероватније да се овај тип грешке појавио као последица незнања, односно неупућености корисника о томе на који се начин пишу англицизми у српском језику.

в) Изостављање интерпункцијских знакова се на овој слици примећује само у изостављању тачке на крају реченице. Може се претпоставити да је ова грешка у мањој мери продукт незнања корисника, а много вероватније израз његове индивидуалности и тежње да текст буде што сличнији реклами.

г) У тексту на овој слици нису коришћени емотикони.

д) Иако цитирани текст не садржи много речи, свега десет, у њему се уочавају чак три англицизма у сировом (изворном) облику: *story, blog, sale*, што значи да је 30% од укупног текста написано на енглеском језику.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 8:

U RADNJAMA OD SUTRA 22.08.

END OF SEASON SALE FINAL CLEARANCE HOT DISCOUNTS

ONLINE SHOP FINALNO SNIŽENJE KREĆE ODMAH.

а) Комплетан текст на овој слици написан је великим словима. У дискурсу Интернета текст се пише великим словима ради наглашавања, те у том случају велика слова постају писана замена за повишен тон (викање) у усменој комуникацији. Наглашавање је, очигледно, био основни разлог за грешку овог типа.

б) Измењено писање се примећује код пресликавања англицизама, односно код великог дела текста који је написан на енглеском језику. Од укупно 18 речи, колико овај текст садржи, чак 10 је на енглеском језику, што значи да је више од 50% текста пласираног на српском говорном подручју написано туђим писмом.

в) На овој слици нема изостављања интерпункцијских знакова, али се уочава непотребна употреба тачке. Имајући у виду да овај текст представља рекламу у којој реченице нису синтаксички повезане, тачка на крају текста је у овом случају сувишна.

г) У тексту на овој слици нема употребе емотикона.

д) У наведеном примеру се не може говорити о англицизмима, већ о делу текста који је написан на енглеском језику. Могло би се рећи да су англицизми употребљени само у последњој реченици (*ONLINE SHOP FINALNO SNIŽENJE KREĆE ODMAH.*) и то *online shop* и *finalno*, што би на српском језику било *online shop* - интернет продавница и *finalno* - крајње, последње.

ђ) Нове конвенције у писању, на овој слици се примећују код писања читавог текста великим словом. Међутим, оно што је у овом случају алармантније, је употреба текста на енглеском језику, односно мешање речи два језика, у овом случају српског и енглеског језика, на истом месту. Тиме се прави хибрид српског језика који не поштује правила нити једног нити другог језика.

Текст са слике 9:

Da je svaki nas #giveaway pravi i da mozete osvojiti mobilni telefon

Dokazacemo vam nocas u lajvu. Vidmo se u 19:40h

а) Употреба великог слова на овој слици се не примећује, осим на почетку реченице, што је у складу са нормом српског језика.

б) Измењено писање се примећује код одступања од ортографских правила српског језика. И у овом тексту је то случај код писања слова „ш, ч, ж“ у латиничном писму „š, č, ž“, која су употребљена без квачица изнад слова као „s, c, z“ (*nas, mozete, Dokazacemo, nocas*). Такође, примећује се употреба симбола # испред англицизма (*#giveaway*). Симбол # је чест у комуникацији на Инстаграму и означава хаштаг (енгл. *hashtag*). За овај термин је тешко наћи превод на српски језик; преводи се као *тараба*, али се у том облику не користи на Инстаграму, већ му је намена груписање и претраживање појмова ради њиховог лакшег проналажења. Међутим, сви корисници Инстаграма схватају намену хаштага, јер се увек користи са истим циљем.

в) Изостављање интерпункцијских знакова на овој слици се примећује, осим у изостављању тачке на крају последње реченице у тексту. С обзиром на то да је у претходној реченици тачка употребљена на крају реченице, једини разлог њеног изостајања на крају текста може бити индивидуалност у изражавању корисника.

г) У тексту на овој слици нема употребе емотикона.

д) Текст на датој слици садржи два англицизма употребљена на различит начин. Код првог англицизма, *#giveaway*, уочава се сирова употреба, односно пресликавање енглеске речи у изворном облику. Код другог, *lajvu*, видимо пример транскрипције англицизма на начин на који се ова реч изговара на енглеском језику.

ђ) Такође, и на овој слици се може приметити погрешно употребљена скраћеница „h“, у делу *u 19:40h*, која се поново односи на време одржавања.

Текст са слике 10:

Giveaway!

Odlucile smo da poslusamo savet iz storija i poklonimo knjigu Restart...

Uslovi:

Tagujte 3 osobe u komentaru i stavite omiljeni smajli (emotikoni)

а) Употреба великог слова на овој слици се примећује на почетку реченица, што је у складу са правописном нормом српског језика. Такође, велико слово у називу књиге у складу је са правописном нормом и српског и енглеског језика. Међутим, велико слово овде употребљено после две тачке произашло је из норме енглеског језика, у којој се после две тачке пише велико слово уколико је наставак у новом реду, али таква употреба великог слова није у складу са правописом српског језика.

б) Измењено писање се примећује код одступања од ортографских правила српског језика. У овом тексту је то случај код писања слова „ш, ч“, у латиничном писму „š, č“, где су дијакритички знаци поново изостали у словима „s, c“ (*Odlucile, poslusamo*).

в) Изостављање интерпункцијских знакова на овој слици се примећује само у изостављању тачке на крају реченица у тексту. У претходној реченици уместо тачке употребљене су три тачке на крају, а једини разлог за то може бити тежња за индивидуалношћу у изражавању.

г) До изражаја долази употреба шест емотикона на крају последње реченице у тексту. Имајући у виду да је на крају ове реченице тачка изостављена, може се претпоставити да су емотикони замена за тачку, при чему је поново реч о тежњи корисника профила за индивидуалношћу кроз жељу за истицањем личне емоције.

д) Текст на овој слици има четири англицизма употребљена на два различита начина. Код првог англицизма у тексту, *giveaway*, види се сирова употреба, односно пресликавање енглеске речи у изворном облику, а код осталих (*storija Tagujte smajli*) је реч о транскрипцији англицизма уз поштовање њеног изговора на енглеском језику и писања према граматичкој норми српског језика.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 11:

- *RUSSIAN LIPS*
- *KONTURISANJE I PODMLADJIVANJE LICA*
- *JAW LINE*
- *JAGODICE*
- *UKLANJANJE PODOČNJAKA*
- *NEHIRURŠKA KOREKCIJA NOSA*
- *BOTOXS*
- *KOREKCIJA GLUTEUSA HIJALURONSKIM FILERIMA*
- *FOX EYES*

а) Латинично писмо је коришћено у читавом тексту, али је и читав текст написан великим словима. Таква употреба великог слова није у складу са правописом српског језика, а није ни у духу информатичке писмености.

б) Измењено писање на овој слици се примећује код писања слова „Ђ“ које је, у складу са енглеским писмом, написано као спој слова DJ, а што није у складу са правописом српског језика.

в) Изостављање интерпункцијских знакова на овој слици се примећује само код изостављања зареза приликом набрајања.

г) На овој слици не се примећује употреба емотикона.

д) Текст на овој слици базиран је на сировој употреби англицизама, односно на пресликавању енглеских речи у изворном облику (*RUSSIAN LIPS*, *JAW LINE*, *FOX EYES*), али и употреби англицизама који су већ стандардизовани: *KOREKCIJA* и *FILERI*. Употреба енглеских речи је и овде погрешна, самим тим што за све наведене изразе постоји адекватан превод на српски језик.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 12:

„Celebrate yourself

Od 06. do 08.marta

Poklanjamo 10% popusta na cjelokupan asortiman“

а) Латинично писмо је кориштено у читавом тексту, а велико слово на почетку сваког новог реда. Таква употреба великог слова није у складу са правописом српског језика, јер не постоји тачка на крају претходног реда, а није у складу ни са принципима информатичке писмености.

б) Измењено писање на овој слици се не примећује.

в) На овој слици се изостављање интерпункцијских знакова примећује на крају сваког реда, а знаци интерпункције су очекивани већ самим тим што је свака реч у наредном реду написана вделиким словом.

г) На овој слици се не примећује употреба емотикона.

д) Текст на овој слици садржи сирову употребу англицизама, односно пресликавање енглеских речи у изворном облику (*Celebrate yourself*). Осталих англицизама нема, али има латинизама, чија употреба није правилна јер постоји реч српског језика са истим значењем.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 13:

„FASHION&FRIENDS

Samo ONLINE dodatnih -20% NA SVE“

а) Латинично писмо је коришћено у читавом тексту, а комплетан назив организације (*FASHION&FRIENDS*) која је пласирала рекламу написан је великим словима. Велико слово је употребљено и код речи написане на енглеском језику – *ONLINE*, као и код домаћих речи, *NA SVE*, које су на овај начин вероватно хтели да нагласе. Таква употреба великог слова, ма колико била разумљива са становишта истицања неког појма, није у складу ни са правописом српског, ни са правописом енглеског језика.

б) Измењено писање на овој слици се не примећује.

в) Изостављање интерпункцијских знакова примећује се на овој слици у читавом тексту, а могући разлог је, вероватно, у ставу да текст не мора да садржи интерпункцијске знаке ако је написан у облику рекламе.

г) На овој слици се не примећује употреба емотикона.

д) Текст са ове слике има сирову употребу англицизама, односно пресликавање енглеских речи у изворном облику (*FASHION&FRIENDS, ONLINE*), док осталих англицизама нема.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици могу се приметити код писања *-20%*, јер се у овом делу не наглашава на шта се односи ових *20%*, па остаје на читаоцима да претпоставе да је у питању снижење цена.

Текст са слике 14:

„Vrhunski kvalitet kaput od kasmira Sa polarne lisice krzno %50 popust vise boje za ostale boje za poslednje komade prije nove sezone ♥♥Hvala nasoj prelepoj musteriji ♥♥“

а) Латинично писмо је коришћено у читавом тексту, а велико слово употребљавано без икаквих правила, јер, осим на почетку реченице, не постоји објашњење какву је улогу у осталим случајевима имало велико слово. Такође, у овом тексту се уочава низ граматичких неправилности, почевши од тога да именице нису употребљене у исправном падежу, па до тога да се речи не слажу у роду и броју. Читав текст је, и у стилском и у граматичком смислу, нејасан и неисправан.

б) Измењено писање се примећује код одступања од ортографских правила српског језика; и у овом тексту је то случај код писања слова „ш“, у латиничном писму „š“, где је изостављен дијакритички знак изнад слова „s“ (*kasmira, vise, nasoj, musteriji*).

в) Изостављање интерпункцијских знакова се види у читавом тексту. Логично образложење за овај вид грешке не може се наћи ни у чему, осим у незнању.

г) На овој слици се примећује употреба емотикона ♥♥.

д) Текст не садржи англицизме у сировој употреби, али је уочљив стандардизовани англицизам - *sezona*.

ђ) Нове конвенције у писању на овој слици се примећују у делу који се односи на писање мимо свих правописних и граматичких правила српског језика.

Текст са слике 15:

„suknja S M L vel

Kosulja uni vel“

а) Латинично писмо је коришћено у читавом тексту, а велико слово код ознака величина и у речи на почетку новог реда, али је изостављено на почетку текста. Таква употреба великог слова није у складу са правописом српског језика.

б) Измењено писање на овој слици се примећује код одступања од ортографских правила српског језика; и у овом тексту је то случај код писања слова „ш“, у латиничном писму „š“, где недостаје дијакритички знак изнад слова као „s“ (*Kosulja*). Такође, као одступање од правилног писања може се навести употреба скраћеница које нису дате у складу са правописом српског језика, јер ни на једном месту не стоји тачка иза скраћенице (*vel, uni*).

в) Изостављање интерпункцијских знакова на овој слици се примећује у читавом тексту.

г) На овој слици се не примећује употреба емотикона.

д) У тексту са ове слике уочава се скраћеница *uni* која је, највероватније, наведена по угледу на англицизам којим се означава универзална величина.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 16:

„Obuća Minja shoe stores since 1993 Srbija“

а) На овој слици се примећује правилна употреба великог слова дата у складу са нормом српског језика.

б) Измењено писање видљиво је делу текста у коме иза године није стављена тачка.

в) На овој слици је у потпуности присутно изостављање интерпункцијских знакова, што се може објаснити, па и оправдати, чињеницом да је у питању рекламни текст који не мора нужно да садржи интерпункцијске знаке.

г) На овој слици се не примећује употреба емотикона.

д) Текст са ове слике садржи сирову употребу англицизама, односно пресликавање енглеских речи у изворном облику (*shoe stores since*), док осталих англицизама нема. Оваква употреба енглеских речи нема никаквог оправдања, с обзиром на то да је у самом рекламном тексту наглашено да је намењен српском говорном подручју.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 17:

„Urbana i jedinstvena- prolećna kolekcija polako pristiže na Spot webshop-u. Klikni, i prva ulovi svoj novi model“

а) На овој слици се примећује употреба великог слова на почетку прве реченице текста, у називу оглашивача, као и на почетку последње реченице након тачке, што је у складу са правописом српског језика.

б) Измењено писање на овој слици се не примећује.

в) На овој слици се не примећује изостављање интерпункцијских знакова, али се уочава да је зарез неправилно употребљен у делу текста *„Klikni, i...“* јер испред везника „и“ не би требало да стоји зарез.

г) На овој слици се не примећује употреба емотикона.

д) Текст са ове слике садржи сирову употребу англицизама, односно пресликавање енглеских речи у изворном облику (*Spot webshop*), док осталих англицизама нема, али су употребљени латинизми, без обзира на чињеницу да постоје речи српског језика истог значења.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 18:

„NOVA SERIJA ZDRAVKA ŠOTRE
ALEKSANDAR od JUGOSLAVIJE
BINDŽUJ CIJELU SERIJU ZA 8.50EUR
Gledaj odmah“

а) На овој слици се у свим речима датог текста користи велико слово, што није у складу са нормом српског језика, али се може оправдати жељом за наглашавањем садржаја рекламе.

б) Измењено писање на овој слици се не примећује.

в) Изостављање интерпункцијских знакова се примећује у читавом тексту, али се може оправдати чињеницом да је у питању рекламни текст, који не мора нужно да садржи интерпункцијске знаке.

г) На овој слици се не уочава употреба емотикона.

д) Примећује се у тексту употреба англицизма *BINDŽUJ*, насталог од енглеске речи *binge*, чије значење упућује на то да се нешто одвија екстремном брзином, што у овом случају значи да се све епизоде могу одгледати веома брзо. Дата реч је већ увелико ушла у употребу на српском говорном подручју, али мало ко разуме њено значење.

ђ) Осим наведених, друге нове конвенције у писању на овој слици се не примећују.

Текст са слике 19:

„селфлав-селфкер“

Слика ове рекламе је изабрана јер се на њој види одступање од свих правила, како у транскрипцији англицизама, тако и у дословном преносу енглеских речи. Као прво, енглеске речи су у свом интерпретативном облику написане ћирилицом, што је са једне стране у складу са нормом српског језика (када већ користимо енглеске речи, потребно је да их у транскрибованом облику пишемо ћириличним писмом српског језика), али с друге стране, ради се о одступању од свих правила, како транскрипције, тако и стандардизације англицизама у српском језику. Ипак је приступ оглашивача занимљив, јер се може оправдати намером да се укаже на све већи број енглеских речи које су у употреби код младих са српског говорног подручја.

Текст са слике 20:

„omg ti si veoma hot

Ali still mislis da nisi

Dosta njih te hejtuje

Cesto si negativan

Razumes se u modu

Gotivan si i trebas se vise socijalizovati

Neko te je nervirao iz 1D priznaj

Imas zelju da promenis nesto na sebi

Volis promene

Uvek imas utisak da ces dobiti losu ocenu dobio je na kraju ili ne

Nemas abnormalno mnogo frendova“

Испод текста ове слике уочава се цифра 3.626, што је показатељ броја особа којима се овај текст свиђа. Уочава се да је изузетно велики број корисника видео текст, прочитао га и означио да му се свиђа. Претпоставка је да су у питању млади људи.

У тексту се примећују разна одступања, која ће бити анализирана кроз дискусију, јер сам текст захтева начин анализе другачији него у претходним примерима.

Употреба великог слова и интерпункцијских знакова апсолутно одступа од свих правила српског језика. Примећују се одступања у употреби дијакритичких знакова, па су сва слова са квачицама погрешно написана.

Такође, користе се скраћенице енглеског језика које немају значење у нашем језику. Енглеске речи су употребљене у свом изворном облику, па чак и прилагођене граматичкој форми српског језика (*hejtuje, frendova*).

Овакав начин пласирања текстова у јавности директно утиче на измену говора младих. Поистовећујући се са овим говором, они га доживљавају као говор своје свакодневице, а то је најдиректнији и најпогубнији начин којим се, путем друштвених мрежа, у негативном смислу мења језичка структура српског језика.

6.2.1 Дискусија анализе истраживања корпуса који се односи на анализу слика екрана са друштвене мреже Инстаграм

На основу резултата добијених анализом текстова у овом делу истраживања, можемо закључити да се у обрађеном корпусу уочава погрешна употреба великог слова, најчешће тако што су све речи једног текста написане великим словима, али није у питању утицај енглеске норме на српску, већ примена принципа језичке економије.

Анализирали смо било који вид одступање од стандардизованих норми писања у српском језику. Када говоримо о одступању од стандардног писања, подразумевамо: „грешке (...) до којих је дошло због незнања, омашке (...), до којих је дошло због брзине куцања и измењено писање (...), што је намерно мењање писаног облика речи ради одступања од норме“ (Радић-Бојанић 2007: 51). На анализираном корпусу није уочена појава позната као литспик (енг. leetspeak) - термин који се односи на изразе написане комбинацијом различитих симбола и бројева који визуелно подсећају на одређена слова. Литспик је, међутим, веома популаран у комуникацији међу

младима, али се на основу овог корпуса да закључити да није заступљен у текстовима са Интернета у оној мери у којој се могло очекивати. Код измењеног писања под утицајем енглеске норме мора се поменути и коришћење појединих ћириличних слова у латиничним исказима. Корисници слова абегеде као што су: ш, ђ, ч, ћ, ж, у неким случајевима их пишу као: с, ц, џ, з (ћ је у већини случајева дј), а у неким случајевима (под утицајем норме енглеског језика) као: сх, цх. Често се абегедно (и) на крају речи замењује словом ипсилон (у), слово (в) енглеским (w), а уместо латиничног (h), користи се ћирилично (x). Међутим, ни таквих примера, иако су у пракси чести, у анализираним текстовима немамо. Изостанак дијакритичких знака је посебан проблем у латиничним текстовима, те је употреба такозване „ошишане латинице“ присутна у анализираном текстовима, као свуда у интернет комуникацији.

Када је у питању изостављање интерпункцијских знакова, на основу анализе корпуса може се закључити да је то честа појава, али да узрок не би требало тражити у незнању, већ у језичкој економији и тежњи за испољавањем индивидуалности приликом писања текстова. У комуникацији на електронским медијима, корисници се одлучују за писање исказа са што мање напора.

Може се закључити да је употреба емотикона честа у анализираним текстовима. Емотикони су такође једно од средстава језичке економије дискурса на интернету, али и израз индивидуалности корисника овог језика. Они припадају свету симбола и у том смислу се приближавају узвицима и оноματοпеичним речима говорног дискурса. У почетку су се користили у мањој мери, док је сада скоро немогуће замислити ову врсту комуникације без емотикона. Проблем који се јавља приликом њихове употребе је „неискрена реакција“ саговорника. То значи да ћемо их некада употребити да покажемо емоцију коју не осећамо, што је у говорној комуникацији тешко или немогуће извести.

Нове конвенције у коришћењу српског језика под утицајем енглеског су све присутније, посебно када је у питању интернетска комуникација и текстови који се пласирају путем Интернета. Међутим, на анализираним

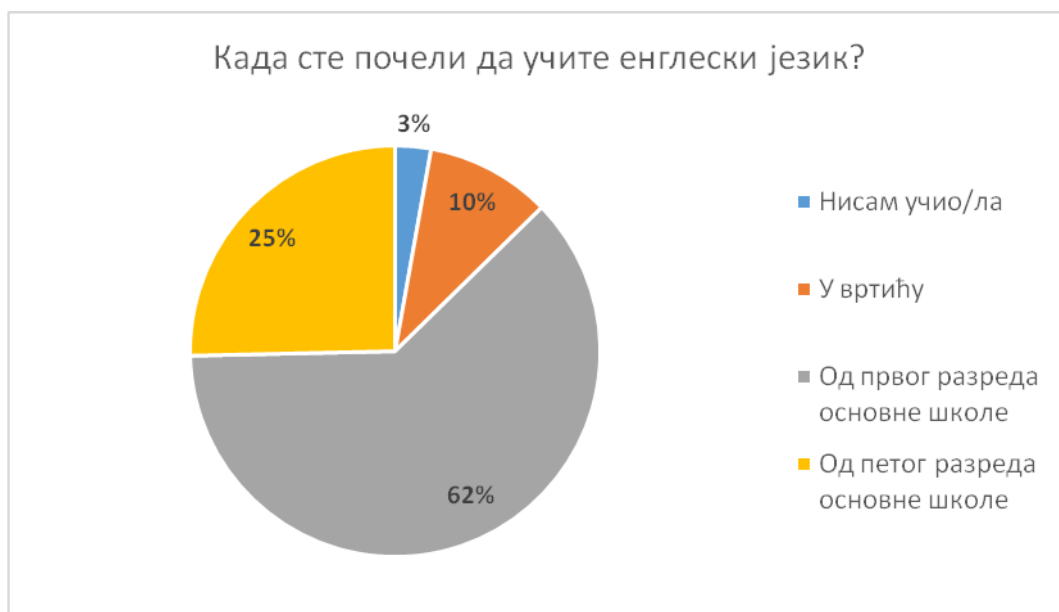
примерима нису уочена нека нова одступања, тј. присутна су само она која су већ описана.

6.3. Резултати анализа упитника за ученике и наставнике

6.3.1 Резултати анализа упитника за ученике

У овом делу истраживања урађена је анализа Упитника за ученике који је претходно описан. Анализа је урађена тако што смо појединачно сагледали свако питање.

Првим питањем смо желели да добијемо информацију од ученика од када су почели да уче енглески језик. Значај овог питања се огладе у томе да бисмо, на основу броја година учења енглеског језика, могли да дођемо до закључка да ли број година утиче и на утицај енглеског језика на употребу српског језика код испитаника. Као што се види на дијаграму 6.1, највећи број ученика (62%) почео је да учи енглески језик у првом разреду основне школе, тако да се и утицај енглеског језика сагледао на основу тог податка.



Дијаграм 6.1. Фреквенција одговора на питање „Када сте почели да учите енглески језик?“

На дијаграму 6.2. приказана је фреквенција одговора на питање „Да ли сте на часовима енглеског језика у средњој школи икада помињали термин англицизам?“. Значај овог питања је да утврдимо да ли су упознати са појмом који се у највећој мери помиње у самом упитнику. Од укупног броја испитаних ученика, њих 62% се изјаснило да су упознати са термином англицизам, што би требало да значи да су упознати и са значењем и дефиницијом тог термина.



Дијаграм 6.2. Фреквенција одговора на питање „Да ли сте на часовима енглеског језика у средњој школи икада помињали термин англицизам?“

Фреквенција одговора на питање „Да ли сте на часовима енглеског језика у средњој школи преводили текстове?“, је приказана на дијаграму 6.3. Ово питање смо сматрали да је значајно, јер се најчешће управо током превођења текстова користе англицизми ради лакшег и бржег тока превођења.

Чак 82% ученика се изјаснило да су на часовима имали активности везане за превођење са енглеског језика. Међутим, превођење текстова са страног језика на матерњи данас се сматра застарелом методом учења, јер је доказано да не доприноси бољем усвајању нових појмова. Све популарнији начин учења страног језика је закључивање из контекста, јер се тако усвојена

реч брже памти и дуже остаје у меморији, што са друге стране доприноси бољем разумевању њеног значења, јер једна реч може имати и више значења сходно контексту у коме је употребљена. Висок проценат ученичких одговора који потврђују да су страни језик учили методом превођења, указује да се још увек није направио у школама већи помак у методолошком осавремењавању при учењу страног језика.

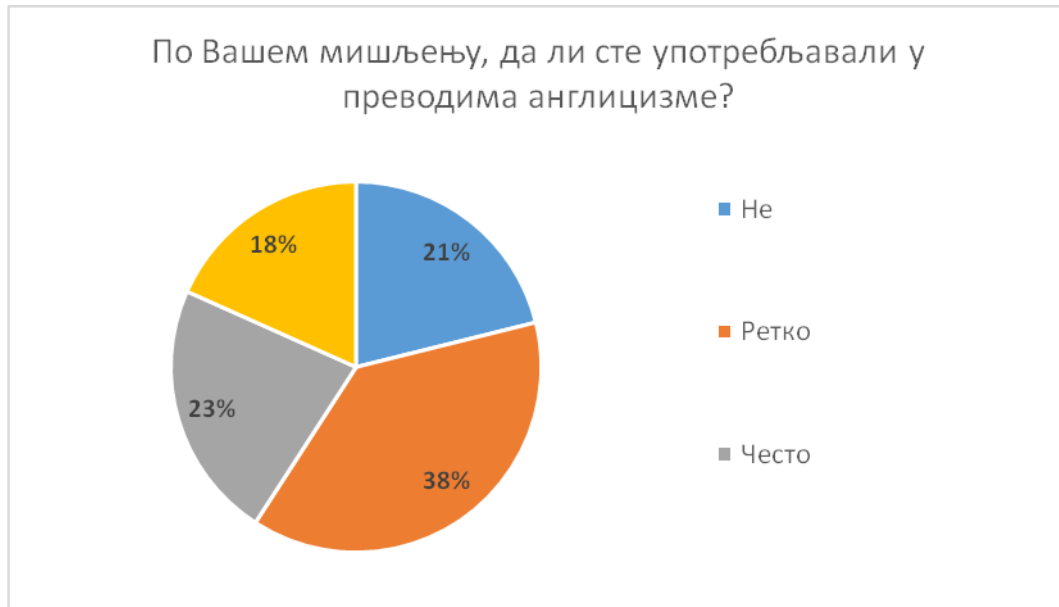


Дијаграм 6.3. Фреквенција одговора на питање „Да ли сте на часовима енглеског језика у средњој школи преводили текстове?“

Фреквенција одговора ученика на питање „Да ли сте, према вашем мишљењу, употребљавали у преводима англицизме?“, приказана је на дијаграму 6.4. Значај овог питања је као и код претходног, управо веровање да се приликом превођења најчешће користе англицизми, чак и они који нису стандардизовани.

Примећује се да је 59% ученика изјавило да су ретко или никад у преводима употребљавали англицизме. Имајући у виду одговоре на питање број 2 (дијаграм 6.2), може се претпоставити да су ученици могли да препознају англицизме у преводима, што указује на ретку употребу англицизама приликом превода текстова.

Одговори на ово, као и на претходно питање нам донекле стварају увид колико често и на који начин ученици преводe текстове, а самим тим и у коликој мери користе англицизме у преводима на српски језик.



Дијаграм 6.4. Фреквенција одговора на питање „Да ли су, према вашем мишљењу, наставници енглеског језика приликом превода користили англицизме?“

Фреквенција одговора ученика на питање „Да ли су, према вашем мишљењу, наставници енглеског језика приликом превода користили англицизме?“, приказана је на дијаграму 6.5. Значај овог питања је, као и у претходном, да се сагледа начин употребе англицизама током превођења.

Само 13% ученика се изјаснило да су наставници енглеског језика у преводима користили англицизме, док се 38% ученика изјаснило да наставници делимично користе у преводима англицизме. Веома мали проценат испитаника је одговорио да је препознао употребу англицизама код наставника енглеског језика, што указује да наставници енглеског језика воде рачуна о томе да не користе претерано англицизме приликом превођења текстова. Одговори који су добијени на ово питање указују на то да је употреба англицизама током превођења текстова мала, из чега следи да

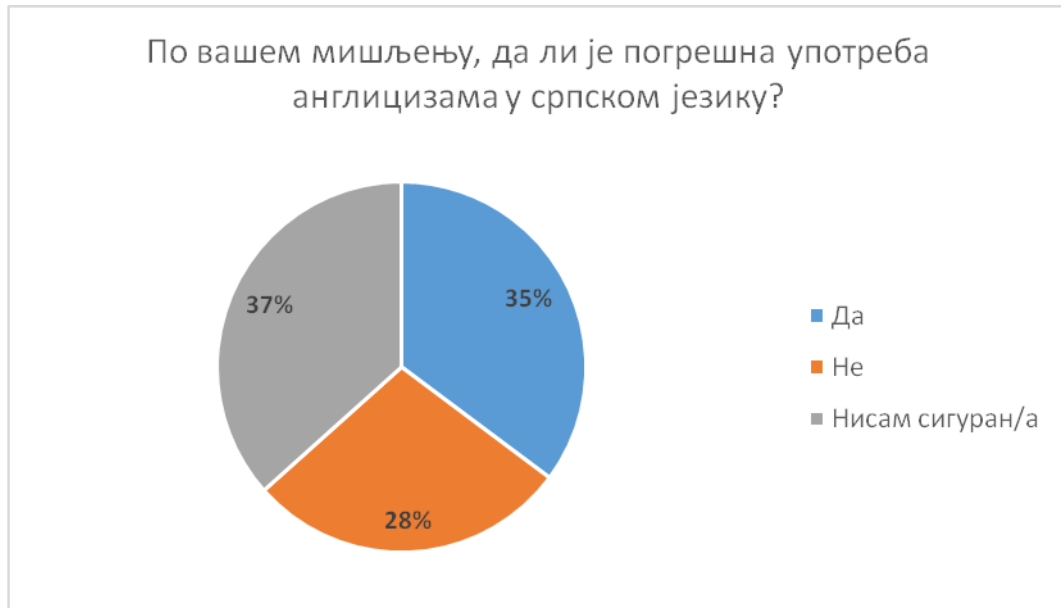
је утицај енглеског језика на српски кроз превођење текстова на часовима занемарљив.



Дијаграм 6.5. Фреквенција одговора на питање „Да ли су, по вашем мишљењу, наставници енглеског језика приликом превода користили англицизме?“

Разлог постављања овог питања се огледа у томе да смо кроз одговоре, желели да дођемо до закључка на који начин је развијена свест код ученика о употреби страних речи у изражавању на српском језику код ученика. Фреквенција одговора ученика на питање „Према вашем мишљењу, да ли је погрешна употреба англицизама у српском језику?“, приказана је на дијаграму 6.6.

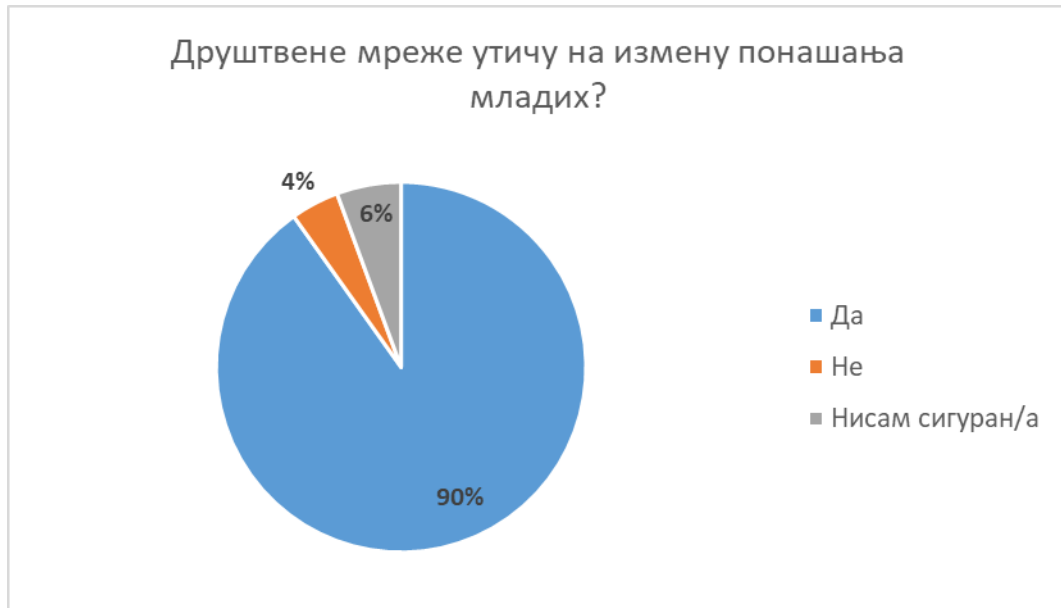
Уочава се да 35% испитаних ученика сматра да је погрешно употребљавати англицизме у српском језику. Овако мали проценат ученика који сматра да је употреба англицизама погрешна, сведочи да ученици у највећој мери нису свесни негативних последица утицаја једног језика на други.



Дијаграм 6.6. Фреквенција одговора на питање „По вашем мишљењу, да ли је погрешна употреба англицизама у српском језику?“

Фреквенција одговора ученика на питање „Друштвене мреже утичу на измену понашања младих?“, приказана је на дијаграму 6.7.

Чак се 90% ученика изјаснило да друштвене мреже утичу на измену понашања младих. Чињеница да скоро сви испитаници сматрају да друштвене мреже имају снажан утицај на понашање омладине, указује да је тај утицај много већи него што би се на први поглед могло закључити, јер су његових последица свесни и они код којих се он најјаче испољава. Имајући у виду да већина садржаја на друштвеним мрежама долази са енглеског говорног подручја, управо у одговору на ово питање се сагледава јачина утицаја енглеског језика на употребу српског језика. Уколико кренемо од претпоставке да се управо кроз начин изражавања приказује и начин понашања појединца, онда кроз овакве одговоре долазимо до закључка да енглески језик има велики утицај кроз друштвене мреже на употребу српског језика код ученика.

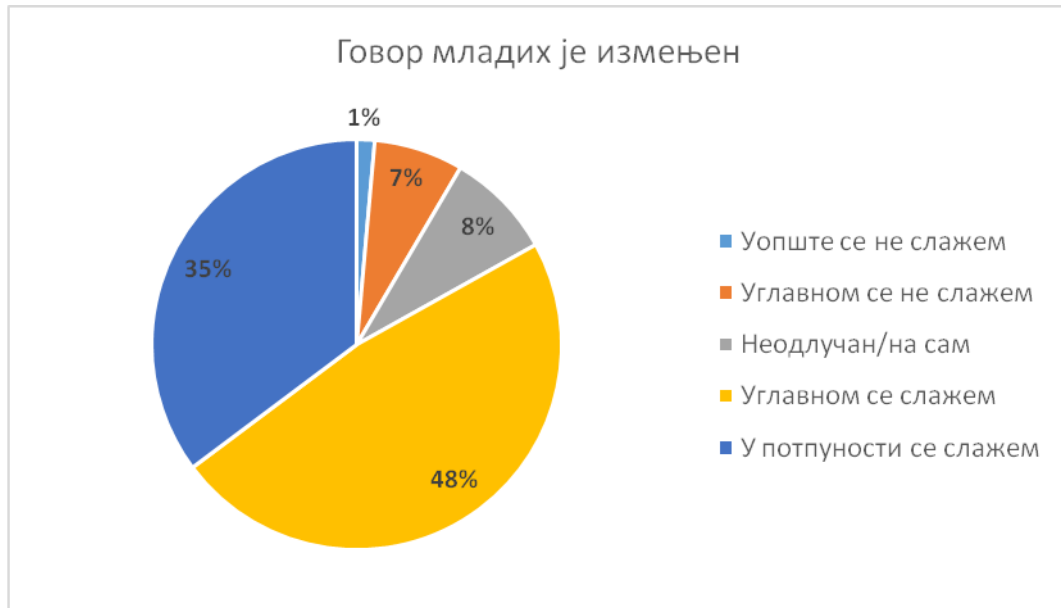


Дијаграм 6.7. Фреквенција одговора на питање „Друштвене мреже утичу на измену понашања младих?“

Тврдњом да је говор младих измењен, имали смо за циљ да испитамо у коликој мери ученици примећују измене у усменом изражавању код својих вршњака, самим тим да кроз одговоре дођемо до закључка који ће допринети у доказивању постављене хипотезе да су узроци инвазије енглеских речи примарно условљени друштвеним факторима.

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Говор младих је измењен“, приказана је на дијаграму 6.8. Чак је 83% испитаних ученика сагласно са ставом да је говор младих измењен.

Овако велики проценат испитаника који уочава измене у говору, најбољи је показатељ да оне заиста постоје, те да се тај податак не може доводити у питање.



Дијаграм 6.8. Фреквенција одговора на тврдњу „Говор младих је измењен“

Једна од постављених хипотеза у овом раду је да доминација енглеског језика на друштвеним мрежама негативно утиче на писану и говорну форму употребе српског језика. Кроз одговоре ученика на тврдњу да управо употреба Интернета утиче на промене у говору, долазимо до закључака који су повезани директно са постављеном хипотезом. Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Употреба Интернета је утицала на промене у говору“, приказана је на дијаграму 6.9. Види се да 81% испитаних ученика сматра да је употреба Интернета утицала на промене у говору, што значи да је највећи број њих схватио шта је основни узрок који је довео до промена у говору.

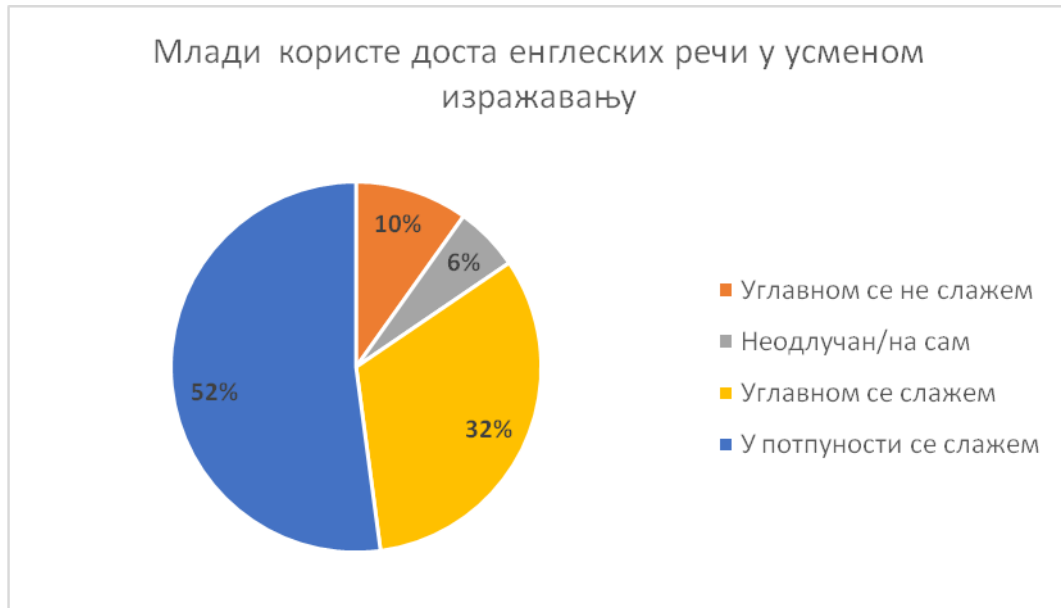
Само кроз ове одговоре може се закључити да је постављена хипотеза у великој мери потврђена.



Дијаграм 6.9. Фреквенција одговора на тврдњу „Употреба Интернета је утицала на промене у говору“

Тврдњом да млади користе доста енглеских речи у усменом изражавању, желели смо да дођемо до оговора који ће нам дати увид у размишљање младих о употреби енглеских речи што ће нам помоћи да закључимо колико је развијена њихова свест о изменама у говору кроз употребу енглеских речи односно утицај енглеског језика на те измене. Фреквенција одговора ученика на ову тврдњу приказана је на дијаграму 6.10. Од укупног броја испитаних ученика, њих 84% сматра да млади користе доста енглеских речи у усменом изражавању.

Овакви одговори указују да и млади препознају снажан утицај енглеског језика на српски, на шта указује висок проценат одговора који се односе на то да је управо већина испитаних ученика препознала употребу доста енглеских речи у говору.

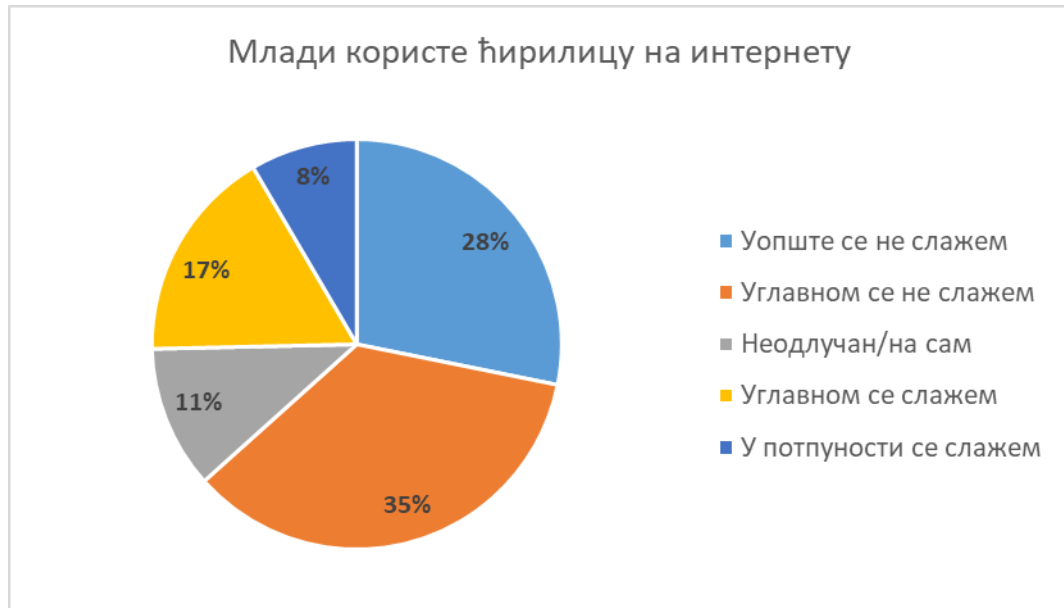


Дијаграм 6.10. Фреквенција одговора на тврдњу „Млади користе доста енглеских речи у усменом изражавању“

Уколико кренемо од чињенице да је ћирилица званично писмо српског језика, онда се значај ове тврдње намеће сам, а то је да се управо одговорима ученика на ову тврдњу дође до закључка колико млади користе званично писмо свог језика на Интернету.

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Млади користе ћирилицу на интернету“ приказана је на дијаграму 6.11, где се 63% ученика изјаснило да млади не користе ћирилицу на интернету.

На основу добијених одговора, може се закључити да код младих није довољно развјена свест о значају употребе ћириличног писма, јер скоро па половина испитаника не користи званично писмо свог језика на Интернету.



Дијаграм 6.11. Фреквенција одговора на тврдњу „Млади користе ћирилицу на интернету“

Тврдња да млади користе друштвене мреже је значајна да бисмо кроз одговоре ученика имали слику о томе колико је учестала употреба друштвених мрежа, што нам је директно повезано са самом темом ове дисертације. Фреквенција одговора ученика на ову тврдњу приказана је на дијаграму 6.12.

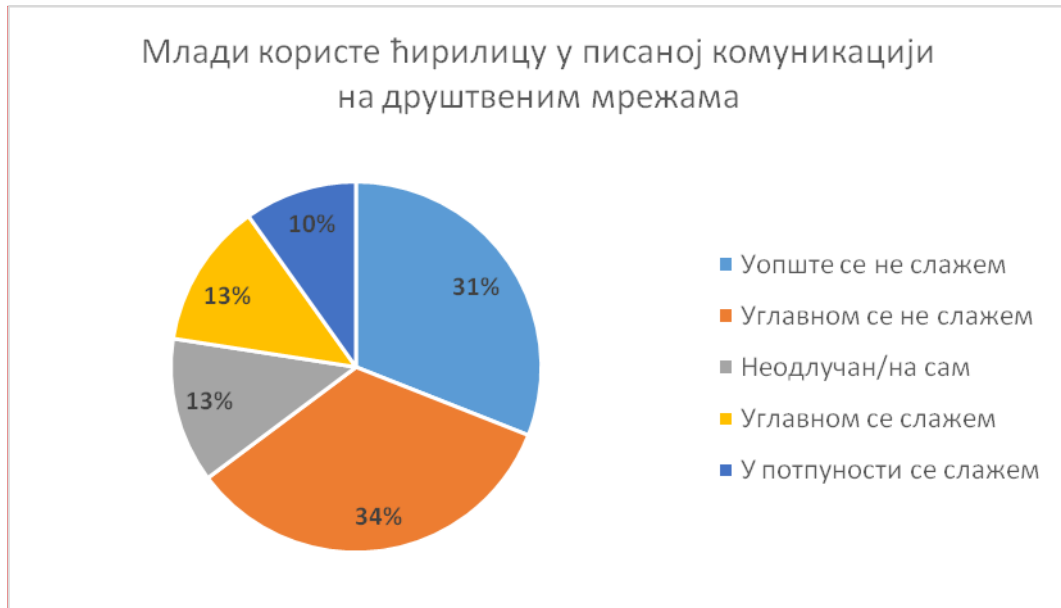
Готово сви, тачније 92% ученика, изјаснило се да млади користе друштвене мреже. Оволико висок проценат потврдних одговора нам намеће закључак да је употребом друштвених мрежа присутан и утицај истих на испитанике, што се и показује кроз остале одговоре.



Дијаграм 6.12. Фреквенција одговора на тврдњу „Млади користе друштвене мреже“

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Млади користе ћирилицу у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“ приказана је на дијаграму 6.13.

Од укупног броја испитаних ученика, њих 65% се изјаснило да млади не користе ћирилицу на друштвеним мрежама. Имајући у виду да смо на претходном дијаграму могли видети да су скоро сви испитаници сагласни да млади користе друштвене мреже, одговор на ово питање указује да је ћирилично писмо на друштвеним мрежама изузетно мало заступљено, што повлачи закључак да се и изван друштвених мрежа ретко користи.



Дијаграм 6.13. Фреквенција одговора на тврдњу „Млади користе ћирилицу у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Приметили смо током претходних истраживања да се скраћенице у великој мери користе на друштвеним мрежама, тако да смо се водили претпоставком да испитаници такође користе скраћенице у својој комуникацији. Управо то су нам и показали одговори ученика на тврдњу „Млади користе скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, који су приказани на дијаграму 6.14. Сви испитани ученици, тачније 99%, изјавили су да млади користе скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама.

Употреба скраћеница на друштвеним мрежама је, судећи према одговорима испитаника, уобичајена. Ако се ученички одговори упореде са одговорима професора на исто питање, долази се до закључка да је коришћење скраћеница врло присутно на друштвеним мрежама, али и да њихова употреба у великој мери зависи од старосне доби корисника.

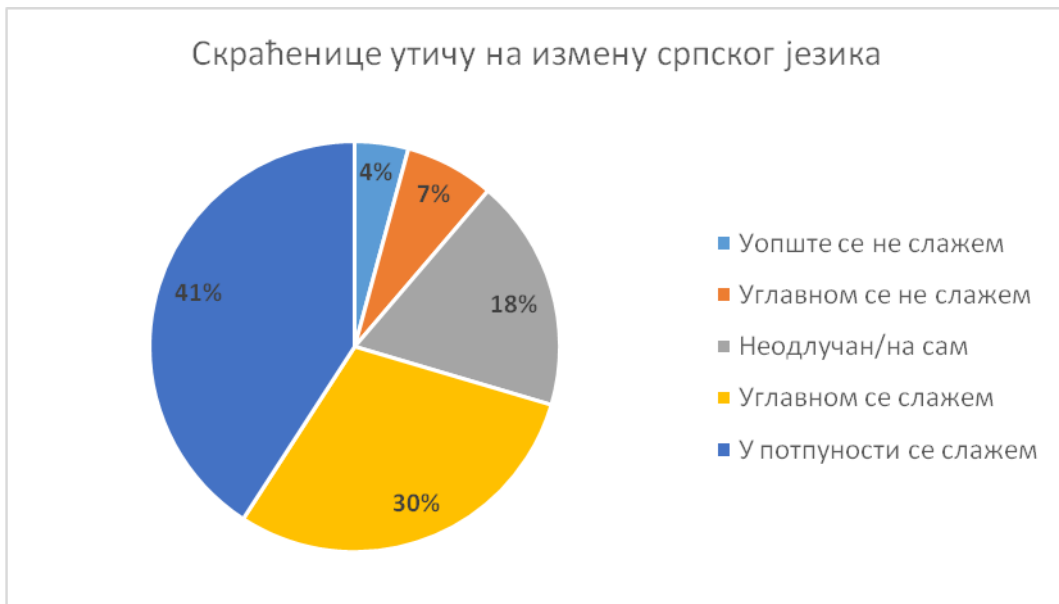
Кроз одговоре на ову тврдњу смо дошли до закључка да употреба скраћеница управо доводи до измена у српском језику, јер норме српског језика не препознају овакав начин употребе скраћеница, као што је то случај на друштвеним мрежама.



Дијаграм 6.14. Фреквенција одговора на тврдњу „Млади користе скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

У коликој мери се промене у српском језику догађају кроз употребу скраћеница, сагледали смо кроз наредну тврдњу. Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Скраћенице утичу на измену српског језика“, приказана је на дијаграму 6.15.

Од укупног броја испитаних ученика, њих 71% сматра да скраћенице утичу на измену српског језика, што значи да велики број њих у скраћеницама види један од могућих узрока измена у српском језику.



Дијаграм 6.15. Фреквенција одговора на тврдњу „Скраћенице утичу на измену српског језика“

Такође, као и код претходне тврдње, претпоставка је била да млади често користе налепнице у писаној комуникацији што су нам одговори и потврдили.

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Млади користе налепнице (стикере) за кратке поруке у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, приказана је на дијаграму 6.16.

Од укупног броја испитаних ученика, њих 90% сматра да млади користе налепнице (стикере) за кратке поруке у писаној комуникацији на друштвеним мрежама. Употреба налепница у писаној комуникацији на Интернету постала је уобичајена, те је као природну прихватају и ученици и професори. Норме српског језика не препознају употребу налепница као стандардну форму писане комуникације, тако да је овде доминантно препознат утицај енглеског језика управо који долази кроз друштвене мреже.

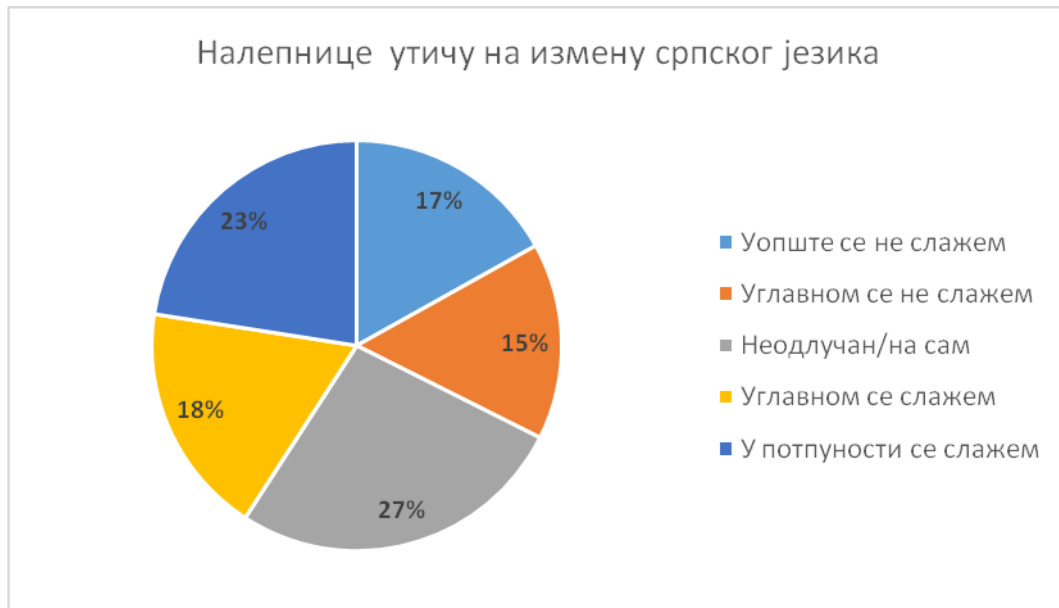


Дијаграм 6.16. Фреквенција одговора на тврдњу „Млади користе налепнице (стикере) за кратке поруке у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Одговори на ову тврдњу се надовезују на претходни дијаграм. Међутим, фреквенција одговора ученика на тврдњу „Налепнице утичу на измену српског језика“, која је приказана на дијаграму 6.17, не одражава очекивани резултат.

Од укупног броја испитаних ученика, њих 41% сматра да налепнице утичу на измену српског језика.

Овакав резултат упућује на закључак да млади у највећем броју у налепницама, тј. стикерима, не виде једног од узрочника измена у српском језику.



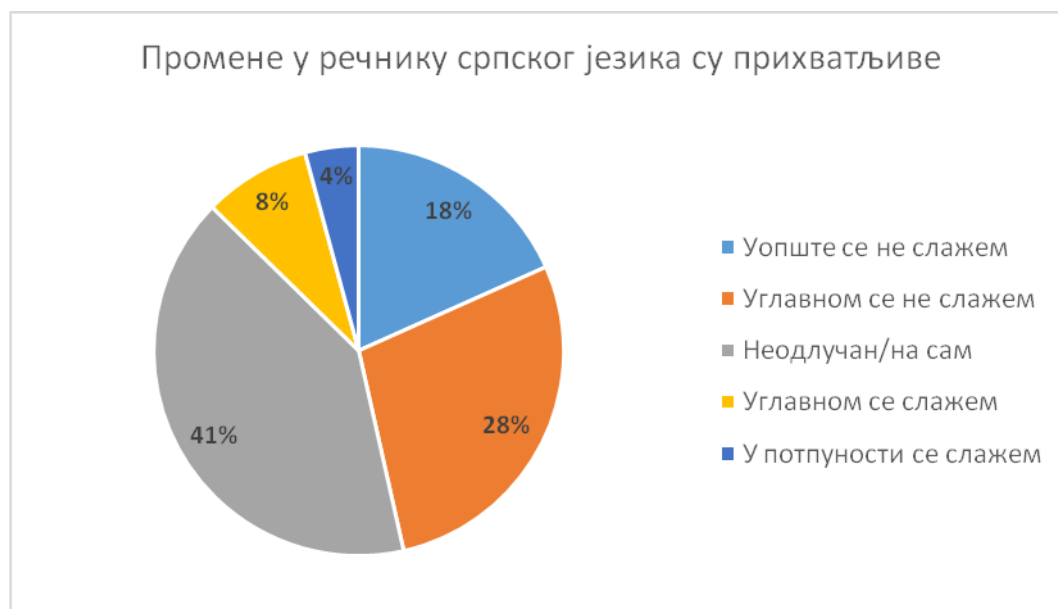
Дијаграм 6.17. Фреквенција одговора на тврдњу „Налепнице утичу на измену српског језика“

Овом тврдњом имали смо за циљ да сазнамо на који начин испитани ученици доживљавају промене које се дешавају у српском језику. Разлог ове тврдње се оглада у томе да ће нам управо одговори на ову тврдњу приказати размишљања ученика о томе да ли прихватају промене у српском језику и у којој мери.

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Промене у речнику српског језика су прихватљиве“, приказана је на дијаграму 6.18.

Од укупног броја испитаних ученика, њих 46% се не слаже да су промене у српском језику прихватљиве, али треба имати у виду да 41% ученика није сигурно да ли су ове промене прихватљиве. Имајући у виду да скоро половина испитаних ученика није сигурна у то да су промене у српском

језику прихватљиве, а друга половина сматра да нису, јасно је да испитани ученици промене у српском језику ипак не доживљавају као прихватљиве.

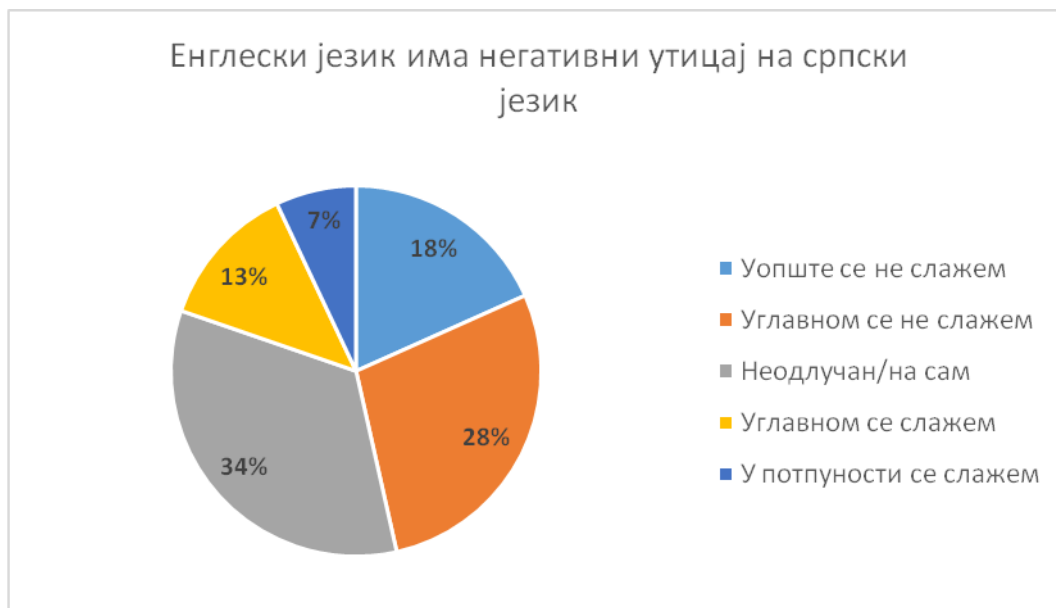


Дијаграм 6.18. Фреквенција одговора на тврдњу „Промене у речнику српског језика су прихватљиве“

На основу постављене хипотезе да енглески језик има негативан утицај на употребу српског језика, хтели смо да испитамо мишљење ученика на ову тему.

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Енглески језик има негативан утицај на српски језик“, приказана је на дијаграму 6.19.

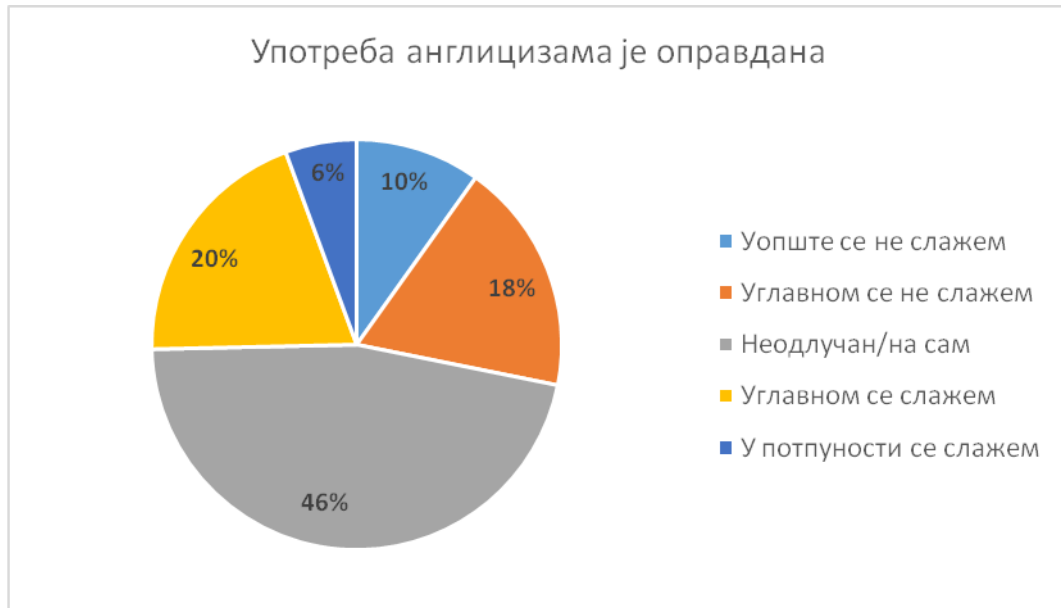
Само 20% ученика се слаже да енглески језик има негативни утицај на српски језик, што упућује на закључак да ученици у већини нису свесни негативног утицаја англицизације српског језика. .



Дијаграм 6.19. Фреквенција одговора на тврдњу „Енглески језик има негативни утицај на српски језик“

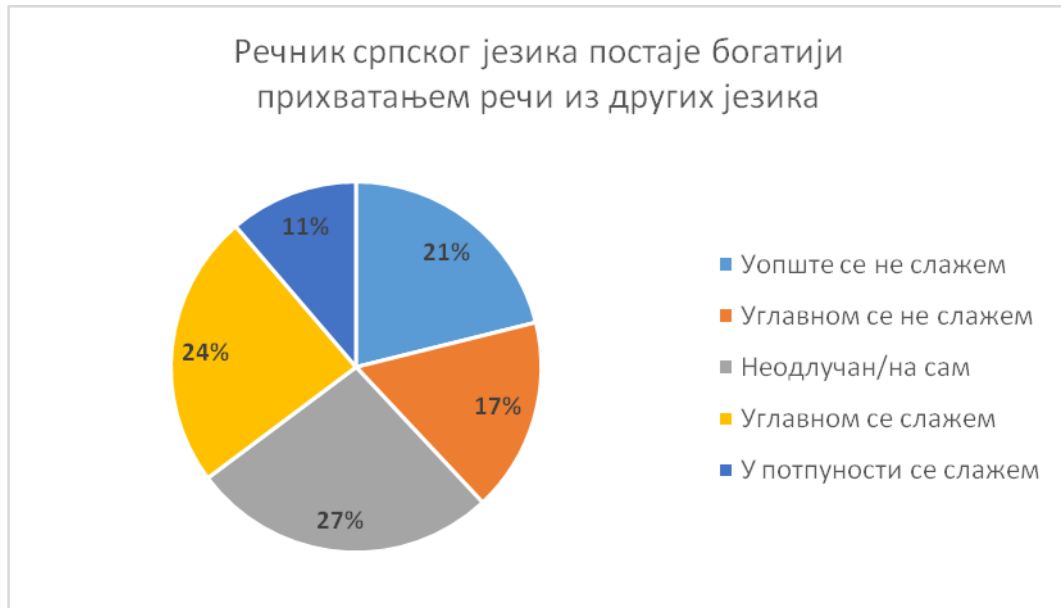
Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Употреба англицизама је оправдана“, приказана је на дијаграму 6.20.

Само 26% ученика се слаже да је употреба англицизама оправдана, што упућује на закључак да ученици, чак и ако нису свесни негативног утицаја енглеског језика на српски, ипак не сматрају оправданим непотребно коришћење енглеских речи у српском језику. Међутим, 46% неодлучних испитаника нас доводи до закључка да млади, или нису упознати са значењем оправданости употребе англицизама, или је њихова свест по овом питању недовољно развијена.



Дијаграм 6.20. Фреквенција одговора на тврдњу „Употреба англицизама је оправдана“

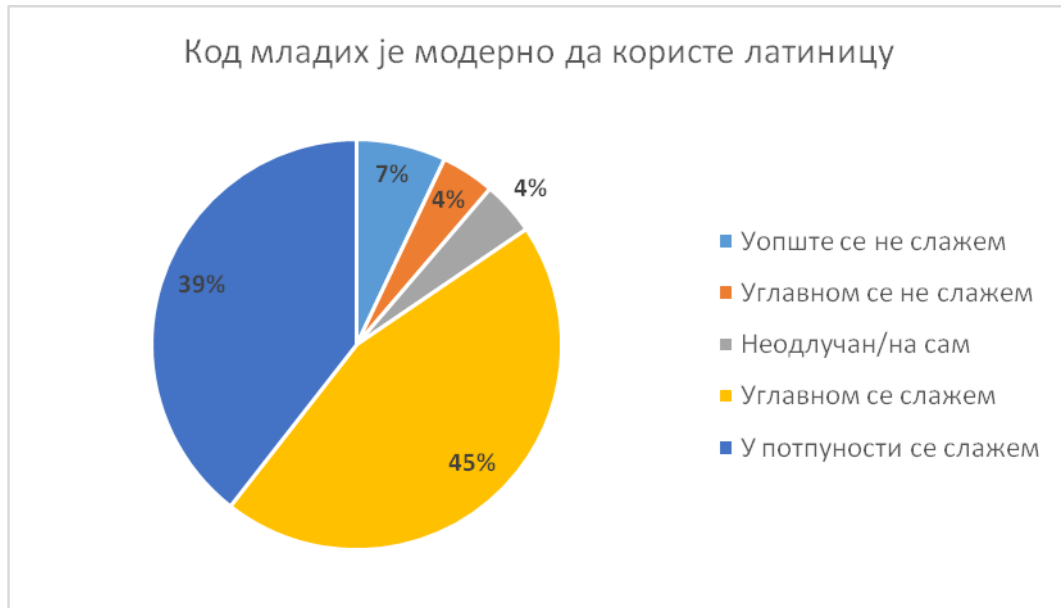
Одговори испитаних ученика на тврдњу „Речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика“, приказана је на дијаграму 6.21. Од укупног броја испитаних ученика, њих 35% се слаже да речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика. Одговори, у којима је мање од половине испитаника афирмативно одговорило на понуђени став, указују да ученици сматрају да не треба прихватати речи из страних језика, јер оне не морају матерњи језик учинити богатијим.



Дијаграм 6.21. Фреквенција одговора на тврдњу „Речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика“

Латиница је препозната као доминантно писмо које се користи на интернету. Овом тврдњом смо желели да проверимо да ли испитани ученици сматрају да је употреба латиничног писма модни тренд или пак није. Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Код младих је модерно да користе латиницу“, приказана је на дијаграму 6.22.

Велики број ученика (84%) се слаже са тврдњом да је код младих модерно да користе латиницу. То упућује на закључак да млади доминацију латиничног над ћириличним писмом виде у његовој популарности, која га чини модернијим. Оваквом ставу у великој мери доприносе медији, јер је латинично писмо у њима заступљеније, што утиче на то да постане и популарније. Уколико се вратимо на дијаграм да скоро сви испитани ученици користе друштвене мреже, закључује се и да се латиница намеће чак и кроз друштвене мреже, као писмо које је у тренду.

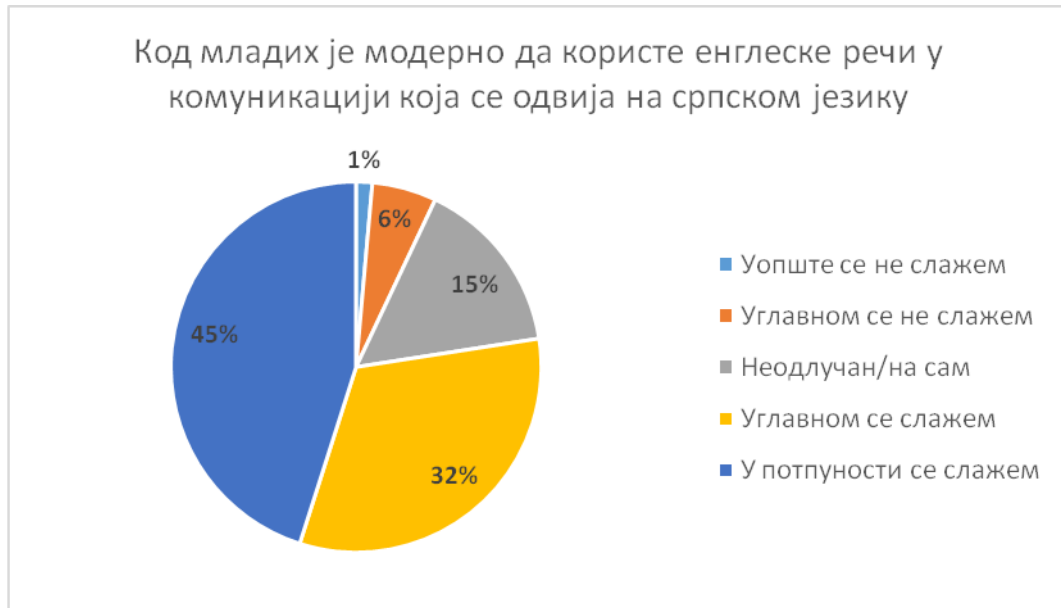


Дијаграм 6.22. Фреквенција одговора на тврдњу „Код младих је модерно да користе латиницу“

Као и код претходне тврдње, од испитаних ученика смо ражили да изнесу свој став о употреби англицизама, да ли је то по њима модерно или је ипак потреба.

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Код младих је модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику“, приказана је на дијаграму 6.23.

Већи број ученика (77%) је сагласан са тврдњом да је код младих модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику. Такође, овим се доказује да је употреба англицизама ипак под утицајем друштвених фактора, јер друштво је управо оно које намеће младима ставове и размишљања. На овај начин се њихова свест прилагођава већини, односно, желе да припадају групи.

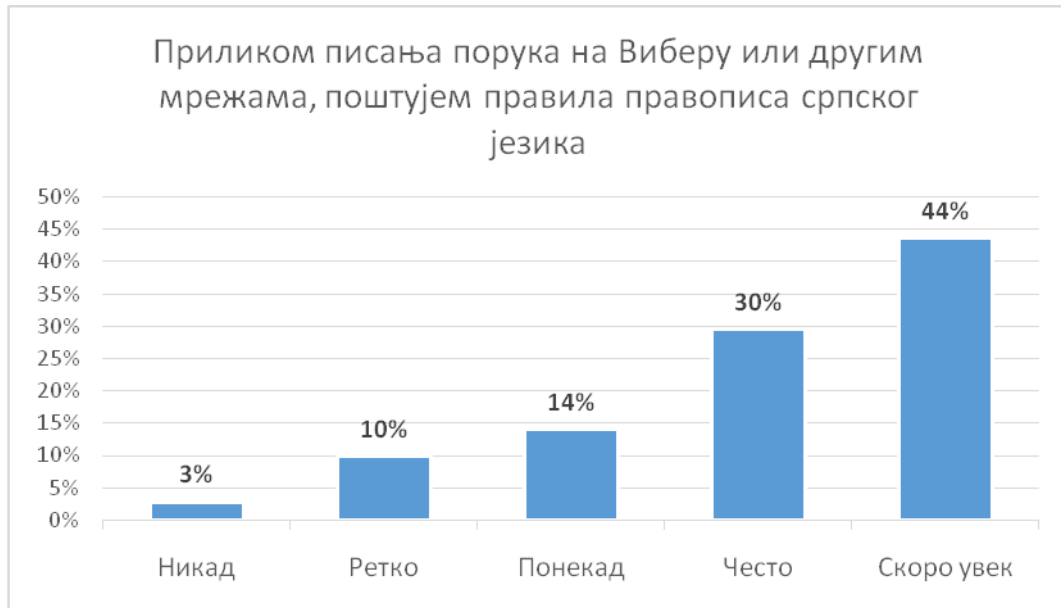


Дијаграм 6.23. Фреквенција одговора на тврдњу „Код младих је модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику“

На који начин млади комуницирају на друштвеним мрежама, да ли и у којој мери поштују правопис, да ли користе ћирилично писмо и сва остала питања која се односе на писану комуникацију на друштвеним мрежама, утврдили смо кроз анализу питања која су у овом делу упитника. У наставку су појединачно анализирани одговори на свако питање.

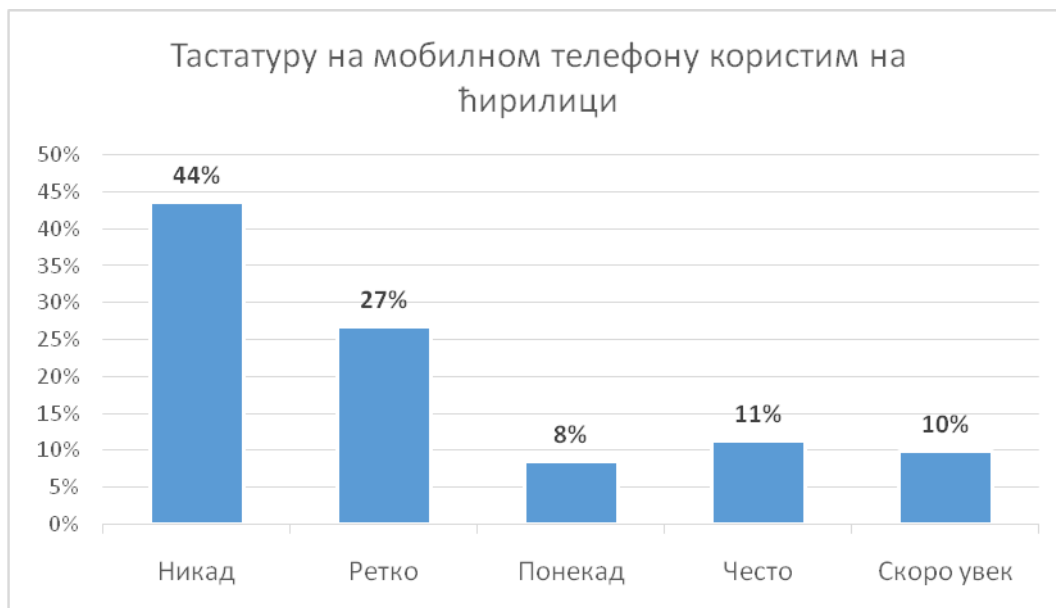
Кроз претходна истраживања доказали смо да се правопис на друштвеним мрежама у великој мери не поштује, тако да смо кроз ово питања хтели да проверимо да ли испитаници поштују правопис српског језика приликом писања порука на друштвеним мрежама. Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Приликом писања порука на Виберу или другим мрежама, поштујем правила правописа српског језика“, приказана је на дијаграму 6.24.

Већи број ученика (74%) се изјаснио да често или скоро увек приликом писања порука на Виберу или другим мрежама поштује правила правописа српског језика. Овакви одговори нам указују да испитани ученици, односно већина њих води рачуна о правопису, што нас доводи до закључка да препознају значај правописно исправне комуникације чак и са својим вршњацима.



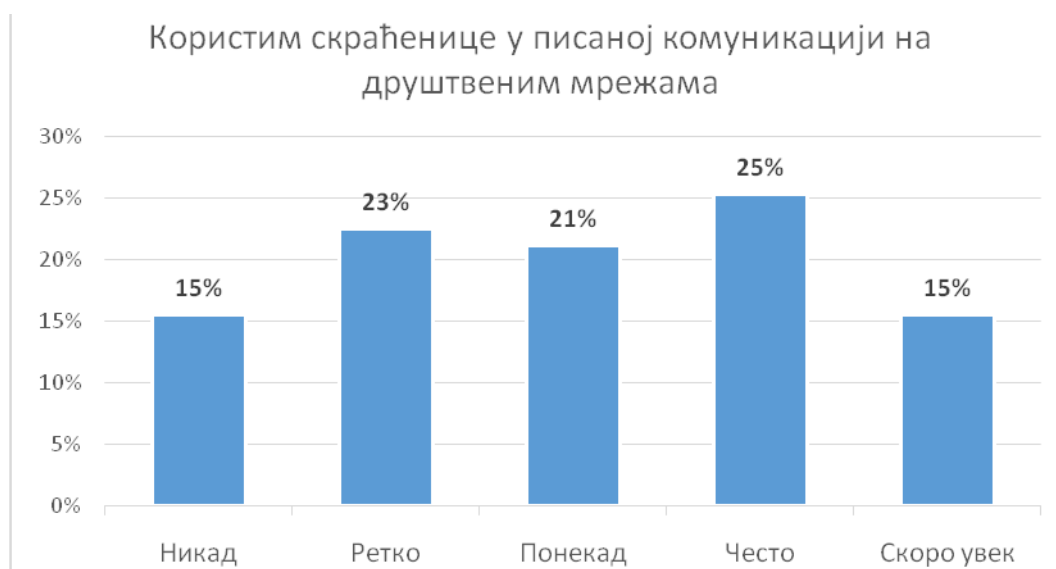
Дијаграм 6.24. Фреквенција одговора на тврдњу „Приликом писања порука на Виберу или другим мрежама, поштујем правила правописа српског језика“

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Тастатуру на мобилном телефону користим на ћирилици“, приказана је на дијаграму 6.25. Мали број ученика (21%) се изјаснио да често или скоро увек користи тастатуру на мобилном телефону на ћирилици, што свакако упућује на закључак о маргинализованости ћириличног у односу на латинично писмо. Одговори на ово питање само потврђују, претходне тврдње да је латинично писмо доминантно на друштвеним мрежама, с обзиром да се приступ друштвеним мрежама код младих углавном врши преко мобилних телефона.



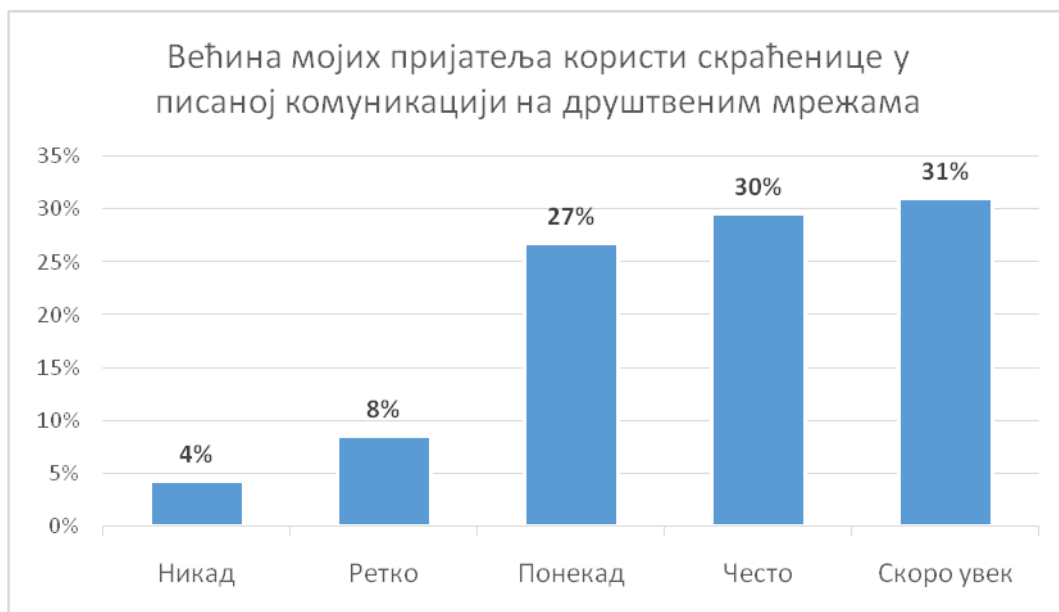
Дијаграм 6.25. Фреквенција одговора на тврдњу „Тастатуру на мобилном телефону користим на ћирилици“

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, приказана је на дијаграму 6.26. Од укупног броја испитаних ученика, њих 40% се изјаснило да често или скоро увек користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама.



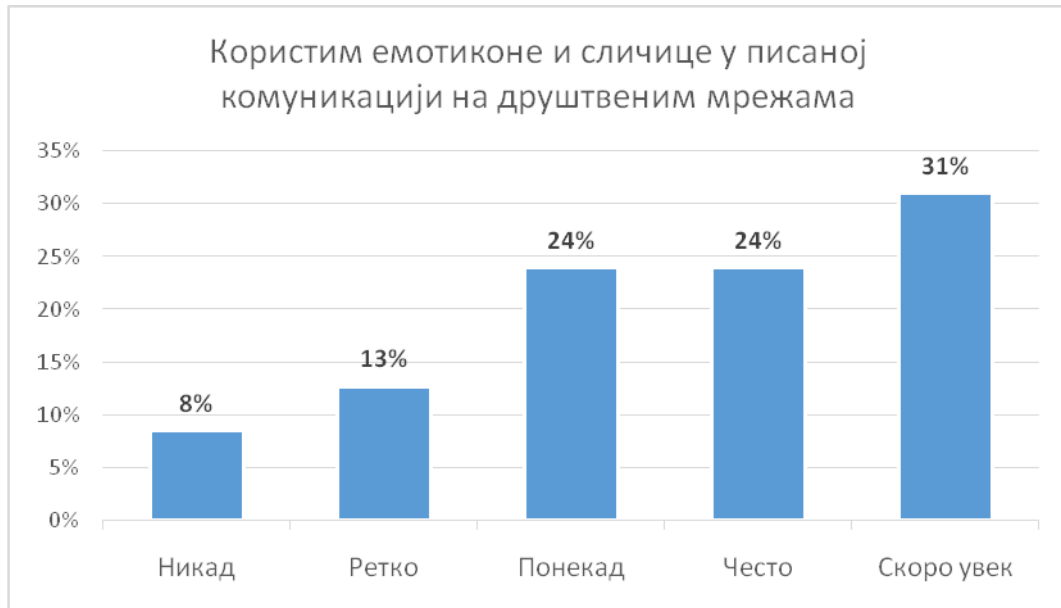
Дијаграм 6.26. Фреквенција одговора на тврдњу „Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Кроз претходна истраживања је доказано да су скраћенице и налепнице у честој употреби на друштвеним мрежама, како у текстовима који се пласирају тако и у самој комуникацији. Кроз наредна два питања смо желели да испитамо да ли ученици користе овај вид комуникације. Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, приказана је на дијаграму 6.27. Од укупног броја испитаних ученика, њих 61% се изјаснило да, често или скоро увек, већина њихових пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама.



Дијаграм 6.27. Фреквенција одговора на тврдњу „Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Фреквенција одговора ученика на тврдњу „Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, приказана је на дијаграму 6.28. Од укупног броја испитаних ученика, њих 55% се изјаснило да често или скоро увек користи емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама.

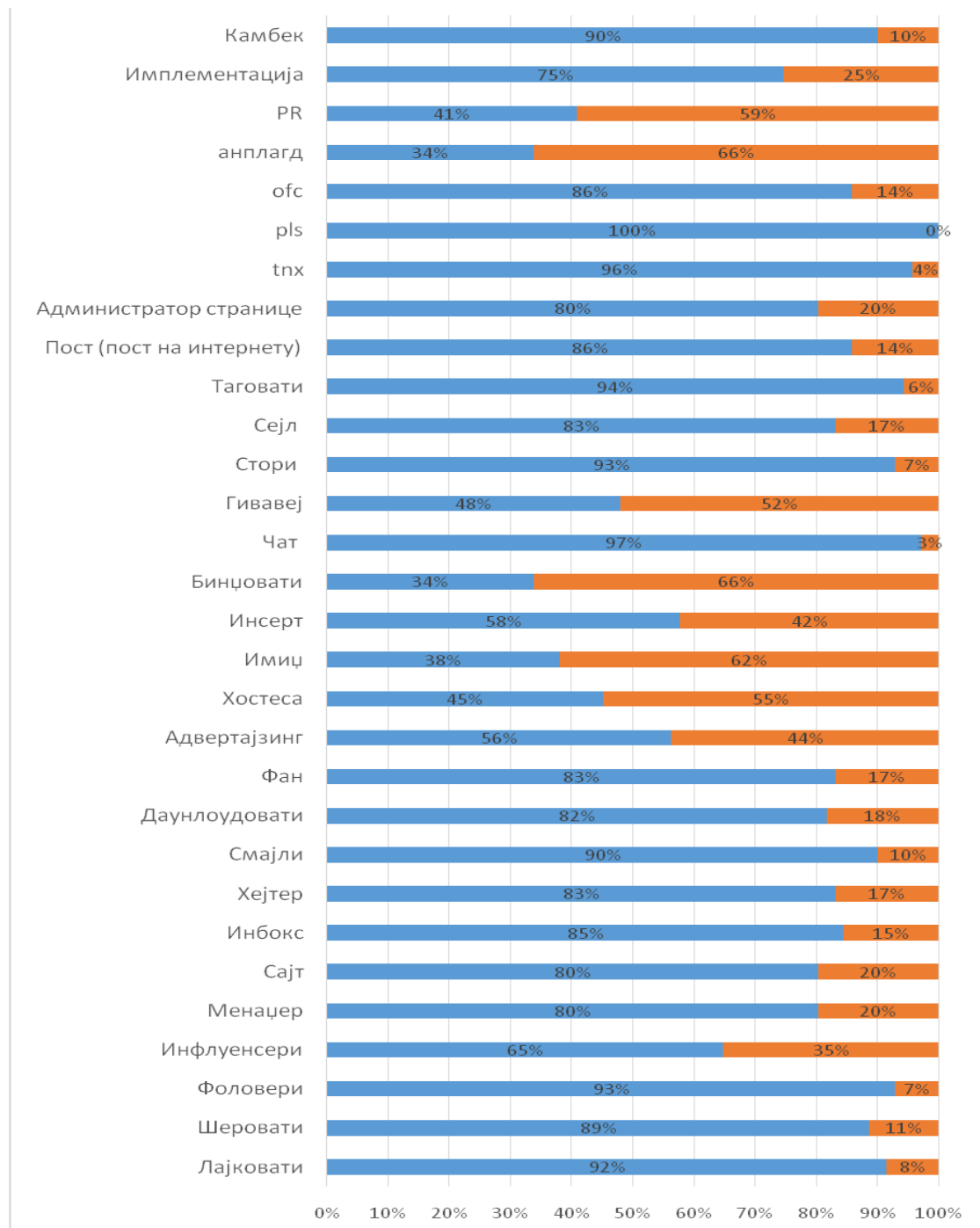


Дијаграм 6.28. Фреквенција одговора на тврдњу „Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Употреба скраћеница, емотикона и налепница у писаној комуникацији, тј. размењивању порука на друштвеним мрежама, се препознаје као нешто на шта је директно утицао енглески језик. У овом упитнику долазимо до закључка да је тај утицај управо дошао кроз друштвене мреже, јер, као што су се изјаснили, скоро сви испитаници их свакодневно користе.

Такође, на основу резултата добијених анализом овог упитника, дошли смо до одговора који указују на то да је веома малом броју испитаних ученика тастатура подешена на ћирилично писмо, што доказује претпоставку да је латинично писмо доминантно. Имајући у виду да је управо латинично писмо енглеског језика, доводи се у директну везу утицај енглеског језика, чак и на употребу писма које се користи на друштвеним мрежама. Као очигледна промена у српском језику, доминантна је употреба скраћеница и налепница, а потврдни одговори испитаника на тврдњу да често користе скраћенице или налепнице у писаној комуникацији са својим пријатељима, доводе нас до закључка да је српски језик измењен у овом делу. Мали број испитаника сматра да користи непотребно енглеске речи у писаном и усменом изражавању на српском језику.

Да би се утврдило у којој мери су ученици упознати са преводом англицизама на српски језик, коришћен је упитник од 30 питања. Одговори на питања су конвертовани у оне који су тачни и они који су нетачни. Одговори су приказани на дијаграму 6.29.



Дијаграм 6.29. Одговори у вези са познавањем превода англицизама на српски језик

Као што се може видети, појмови као што су: имиџ, пр, бинџовати и анплагд, у малој мери су познати. Ови појмови нису превише чести у комуникацији која се води међу младима, па се тиме може објаснити то што испитаници који припадају овој групи нису упознати са њиховим значењем. Они нису били у могућности да пронађу тачан еквивалент датог појма на српском језику, с тим што за неке од понуђених појмова није било могуће дати еквивалентну реч, већ је његово значење потребно објаснити кроз синтагму. Са друге стране, појмови: плс, тнкс, таговати, фоловери и лајковати су препознати од већине ученика. Ови појмови су чести на налепницама које су у употреби на друштвеним мрежама, тако да њихова свакодневна доступност доводи до тога да им је разумљиво и њихово значење, јер сви појмови из ове скупине имају своје еквиваленте у српском језику. У целини гледано, може се рећи да су значења енглеских речи дата у овом упитнику већини испитаних ученика позната, управо због тога што се са њима срећу свакодневно на друштвеним мрежама.

6.3.2 Резултати анализа упитника за наставнике

Под претпоставком да су професори ти који би требали први да приметите промене у српском језику, саставили смо упитник којим смо желели да дођемо до закључака да ли и у којој мери има промена које они примећују, као и да ли и сами користе иновације које су у употреби српског језика а све под утицајем енглеског језика и нових технологија.

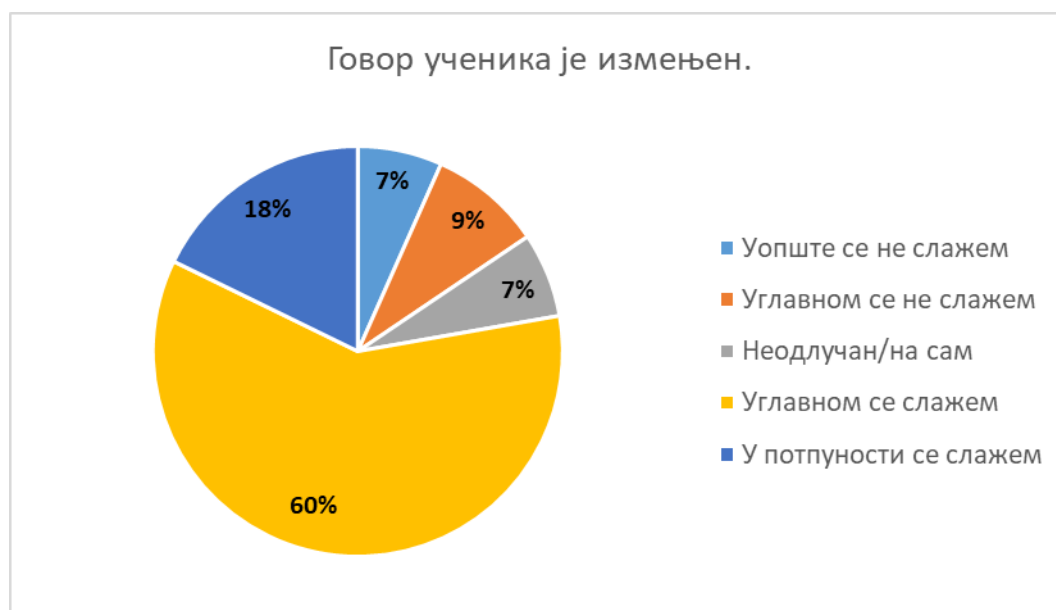
Да би се утврдило да ли професори примећују промене у начину употребе српског језика у усменом и писаном изражавању на часовима, коришћен је упитник од 14 питања. Сва питања су у корелацији са циљем овог рада као и са постављеним хипотезама.

У наставку су појединачно анализирани одговори на свако питање.

Првим питањем смо имали за циљ да добијемо одговор да ли је по мишљењу професора говор ученика измењен и да на основу тих одговора добијемо потврду на полазне претпоставке.

Фреквенција одговора професора на тврдњу „Говор ученика је измењен“, приказана је на дијаграму 6.30.

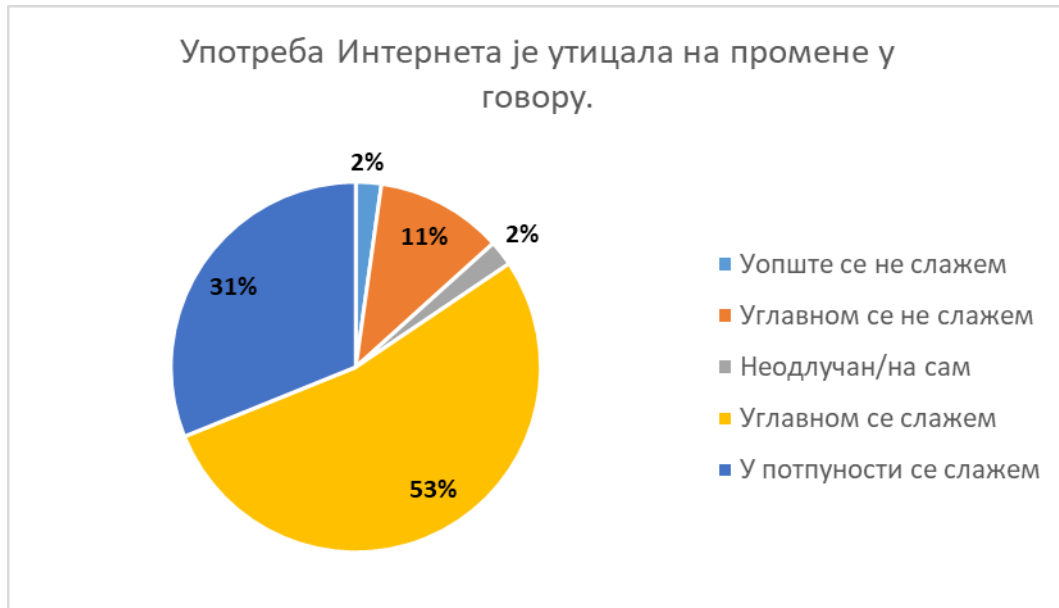
Види се да 78% испитаних професора сматра да је говор ученика измењен, што указује да овај проблем примећују како професори српског, тако и професори енглеског језика. Што управо доказује нашу претпоставку као и полазну основу за сва истраживања које се проводе у овом раду, да постоје очигледне основе за тврдње да се говор српског језика код младих изменио.



Дијаграм 6.30. Фреквенција одговора на питање „Говор ученика је измењен“

Колико је по мишљењу професора управо Интернет допринео тим изменама у говору младих, хтели смо да докажемо кроз одговоре на ову тврдњу. Фреквенција одговора професора на тврдњу „Употреба Интернета је утицала на промене у говору“, приказана је на дијаграму 6.31.

Види се да 84% испитаних професора сматра да је употреба Интернета утицала на промене у говору ученика. Ово указује да су информационе технологије, то јест њихова употреба, првенствено употреба Интернета, окарактерисани као главни узрочник измена у говору младих.

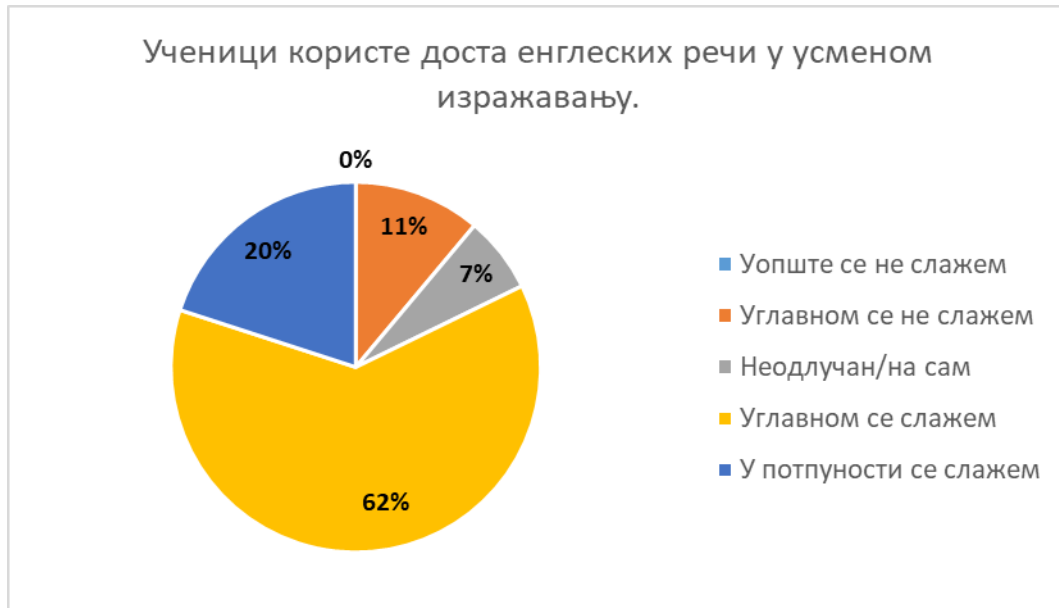


Дијаграм 6.31. Фреквенција одговора на питање „Употреба Интернета је утицала на промене у говору“

Одговори професора на наредне две тврдње су имали за циљ да нам покажу у коликој мери ученици користе енглеске речи у усменом и писменом изражавању при употреби српског језика. Анализа тих одговора ће бити показатељ и колико је српски језик измењен код младих.

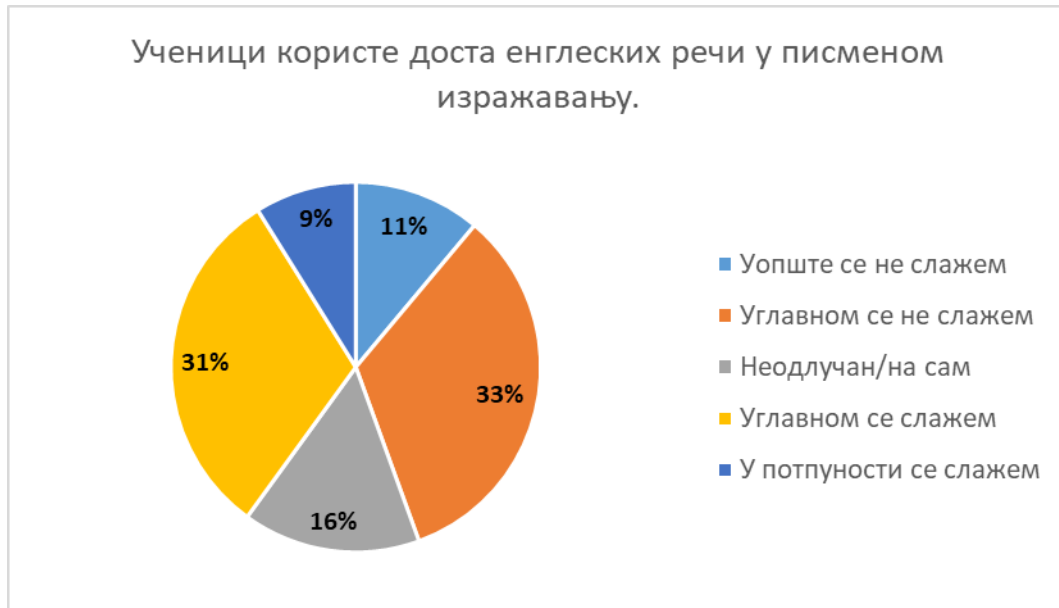
Фреквенција одговора професора на тврдњу „Ученици користе доста енглеских речи у усменом изражавању“, приказана је на дијаграму 6.32.

На дијаграму видимо да 82% испитаних професора сматра да ученици користе доста енглеских речи у усменом изражавању, што неминовно води закључку да употреба Интернета у великој мери утиче на употребу енглеских речи. Англицизми, али и друге рече из енглеског говорног корпуса, свакодневно су присутне у говору младих. Велики проценат, 82%, указује да ова појава не само да је примећена, већ је постала очигледна.



Дијаграм 6.32. Фреквенција одговора на питање „Ученици користе доста енглеских речи у усменом изражавању“

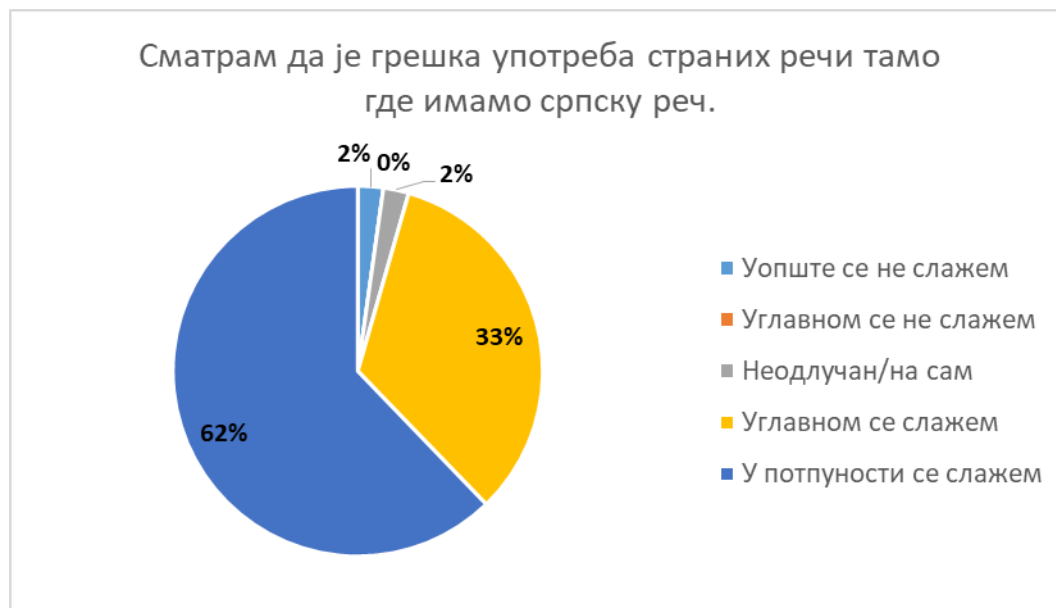
Фреквенција одговора професора на тврдњу „Ученици користе доста енглеских речи у писменом изражавању“, приказана је на дијаграму 6.33. Примећује се да 40% испитаних професора сматра да ученици користе доста енглеских речи у писаном изражавању. Види се да је професорима много очигледније коришћење енглеских речи у усменом него у писаном изражавању, на шта упућују одговори на претходно питање, а један од разлога за ову процентуалну разлику у одговорима на ове две тврдње је тај што ученици на часовима вероватно више пажње посвећују правилном изражавању у писаној форми него у усменој, с обзиром на то да је усмена комуникација сама по себи спонтанија и непосреднија у односу на писану.



Дијаграм 6.33. Фреквенција одговора на питање „Ученици користе доста енглеских речи у писменом изражавању“

Фреквенција одговора професора на тврдњу „Сматрам да је грешка употреба страних речи тамо где имамо српску реч“ приказана је на дијаграму 6.34. Кроз ову тврдњу смо имали за циљ да дођемо до мишљења професора која се тичу употребе енглеских речи у изражавању на српском језику, да да на основу њиховог мишљења дођемо до закључка да ли професори сматрају употребу енглеских речи као грешку.

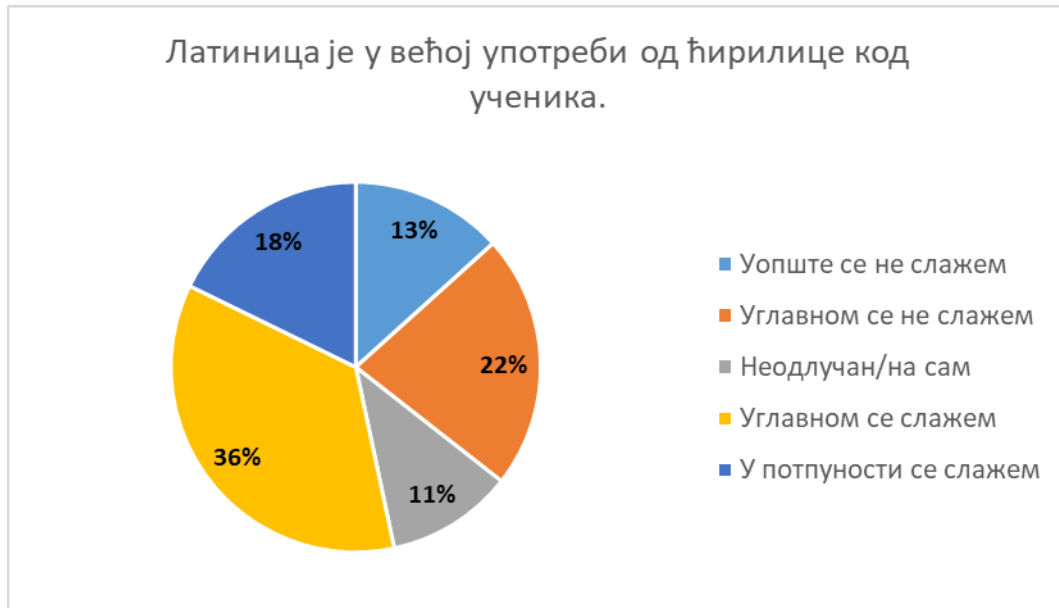
Чак 95% испитаних професора сматра да је погрешно употребљавати стране речи уместо српских. Овим се потврђује став професора да је погрешно употребљавати стране речи у ситуацијама када постоји адекватна реч у српском језику. Од професора српског језика овакав одговор је очекиван, јер би борба за очување српског језика требало да буде њихова мисија. Овај проценат уједно може бити подстицај и охрабрење неким будућим истраживачима, али и ентузијастама у борби против непотребног уплива англицизама у српски језик.



Дијаграм 6.34. Фреквенција одговора на питање „Сматрам да је грешка употреба страних речи тамо где имамо српску реч“

Фреквенција одговора професора на тврдњу „Латиница је у већој употреби од ћирилице код ученика“, приказана је на дијаграму 6.35. Кроз ову тврдњу смо и на основу става професора хтели да докажемо да је латиница у већој употреби од ћириличног писма у српском језику.

Од укупног броја испитаних професора, њих 56% сматра да ученици у већој мери користе латиницу. Писана комуникација на друштвеним мрежама најчешће се одвија латиничним писмом, те и друштвене мреже, поред свега осталог, доприносе афирмацији латинице у односу на ћирилицу.

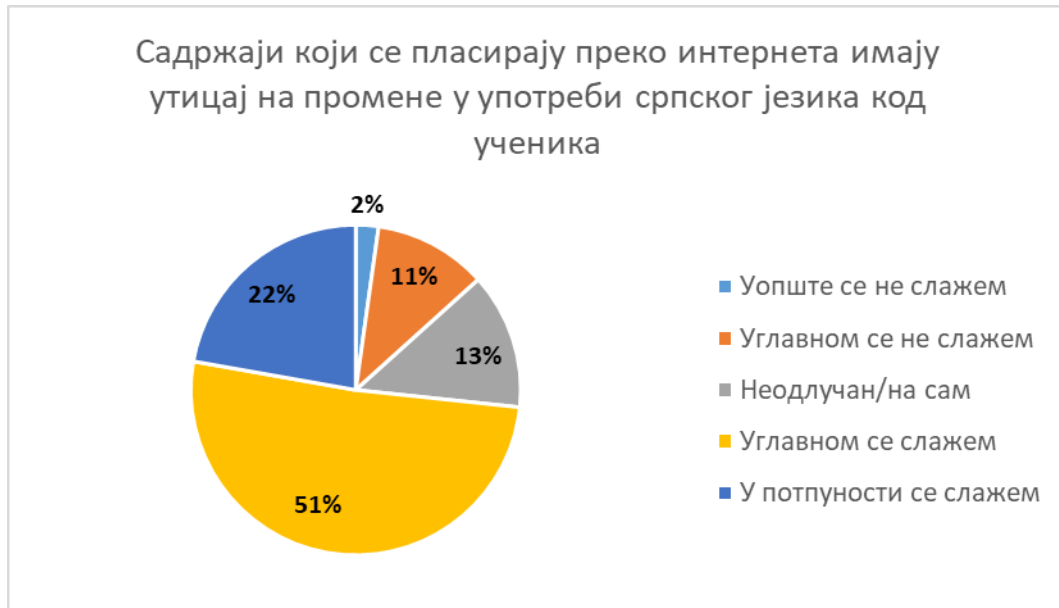


Дијаграм 6.35. Фреквенција одговора на питање „Латиница је у већој употреби од ћирилице код ученика“

Претпоставка да управо садржаји који се пласирају на интернету имају утицај на промене у српском језику у употреби код младих, нас наводи на то да испитамо мишљење професора на ову тему.

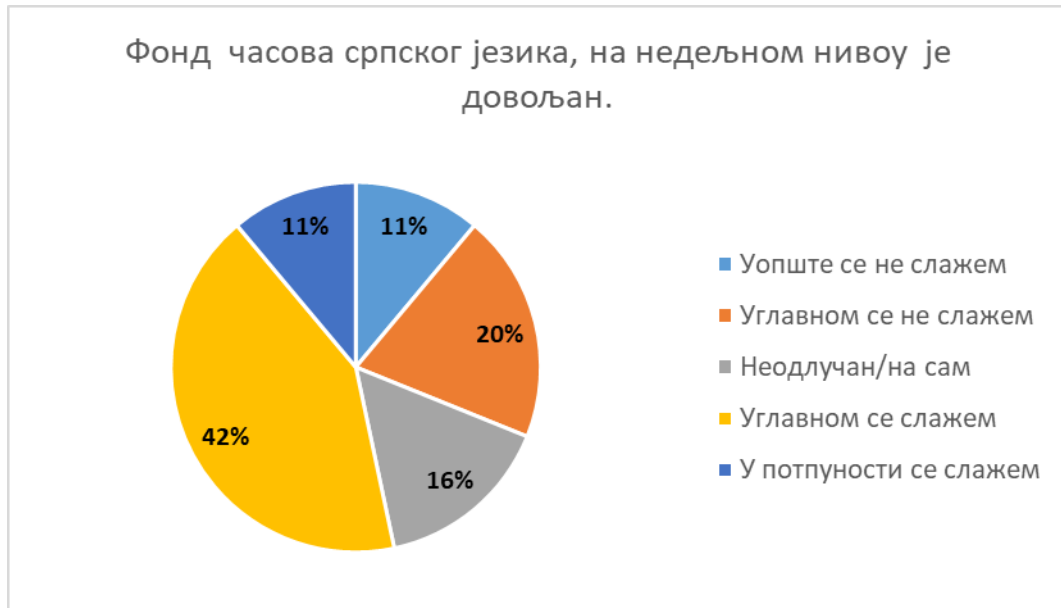
Фреквенција одговора професора на тврдњу „Садржаји који се пласирају преко Интернета имају утицај на промене у употреби српског језика код ученика“, приказана је на дијаграму 6.36.

Чак 83% професора сматра да садржаји пласирани преко Интернета имају пресудну улогу у променама у употреби српског језика код ученика. Садржаји текстова на друштвеним мрежама се пишу у што краћем облику, језичка економија се ставља испред богатства речника и стила, па су сложене реченице изузетно ретке, што се неминовно одражава и на начин писања ученика на часовима. Такође, приметна је употреба скраћених облика речи, и то тамо где оне граматички не фигурирају као скраћенице.



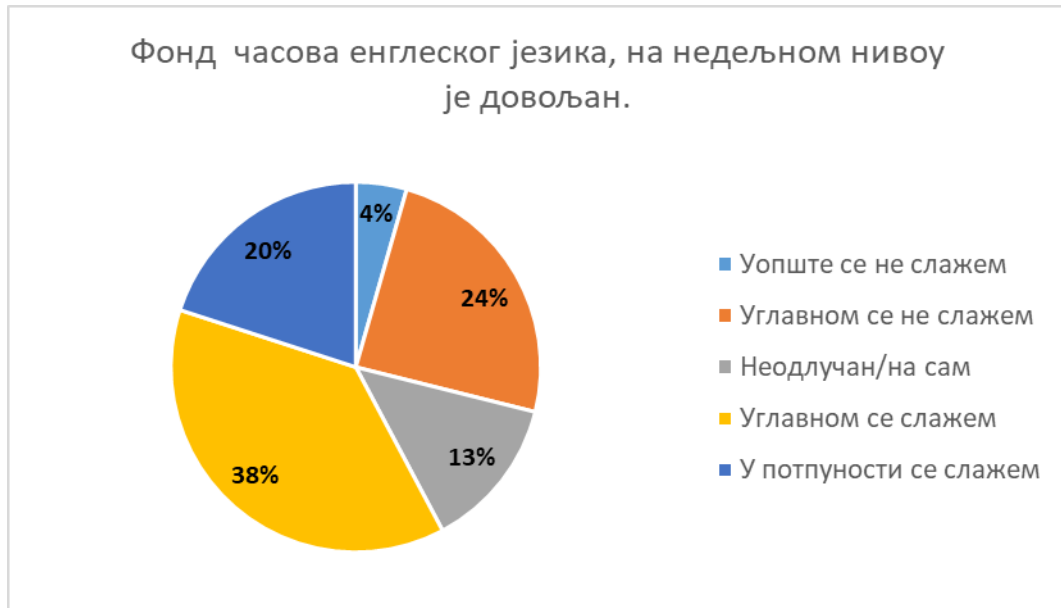
Дијаграм 6.36. Фреквенција одговора на питање „Садржаји који се пласирају преко Интернета имају утицај на промене у писаном изражавању код ученика“

Полазећи од чињенице да су управо часови српског језика у основном и средњем образовању кључни за стварање основа за правилну употребу српског језика као и за развијање свести код ученика за очување српског језика, хтели смо да испитамо да ли професори сматрају да је фонд часова српског језика довољан како би се ученици образовали на адекватан начин. Фреквенција одговора професора на тврдњу „Фонд часова српског језика на недељном нивоу је довољан“, приказана је на дијаграму 6.37. Од укупног броја испитаних професора, њих 43% сматра да је фонд часова српског језика, на недељном нивоу, довољан. Јасно је да часови српског језика нису довољно заступљени, да је неопходан знатно већи фонд, јер је настава српског језика изузетно важна у очувању лексичког богатства и правилном односу према језичкој норми, самим тим се очекивао и мањи проценат професора који су задовољни садашњим фондом часова.



Дијаграм 6.37. Фреквенција одговора на питање „Фонд часова српског језика, на недељном нивоу је довољан“

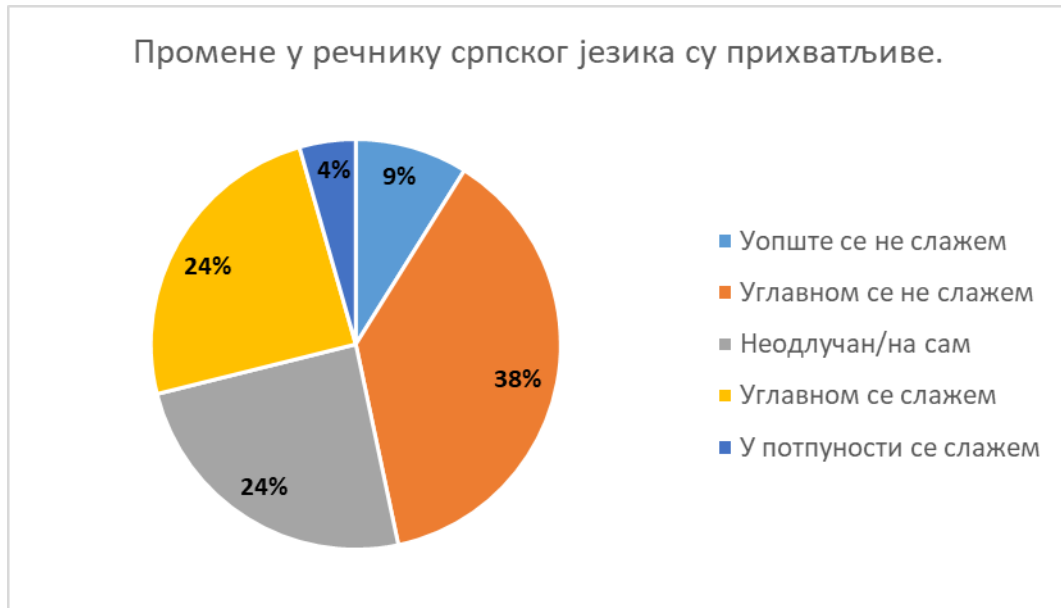
Фреквенција одговора професора на тврдњу „Фонд часова енглеског језика, на недељном нивоу је довољан“ приказана је на дијаграму 6.38. Види се да 58% испитаних професора сматра да је фонд часова енглеског језика, на недељном нивоу, довољан. Мало више од половине испитаних професора сматра да је фонд часова енглеског језика на недељном нивоу довољан. Овакви одговори би могли указати на потребу повећања и фонда часова енглеског језика, као и српског, јер је један од начина управо да се знањем спречи доминација незнања и недовољне свести о језику. А знање се стиче кроз повећање фонда часова језика.



Дијаграм 6.38. Фреквенција одговора на питање „Фонд часова енглеског језика, на недељном нивоу је довољан“

Колико су прихватљиве промене у српском језику за професоре увидели смо кроз одговоре на ову тврдњу. Фреквенција одговора професора на тврдњу „Промене у речнику српског језика су прихватљиве“, приказана је на дијаграму 6.39.

Око половине испитаних професора, тачније 49%, сматра да промене у српском језику нису прихватљиве, али је 24% њих неодлучно по овом питању. Овакви одговори указују да промене у речнику српског језика нису пожељне и да их већина професора не доживљава као позитиван развојни пут језика.

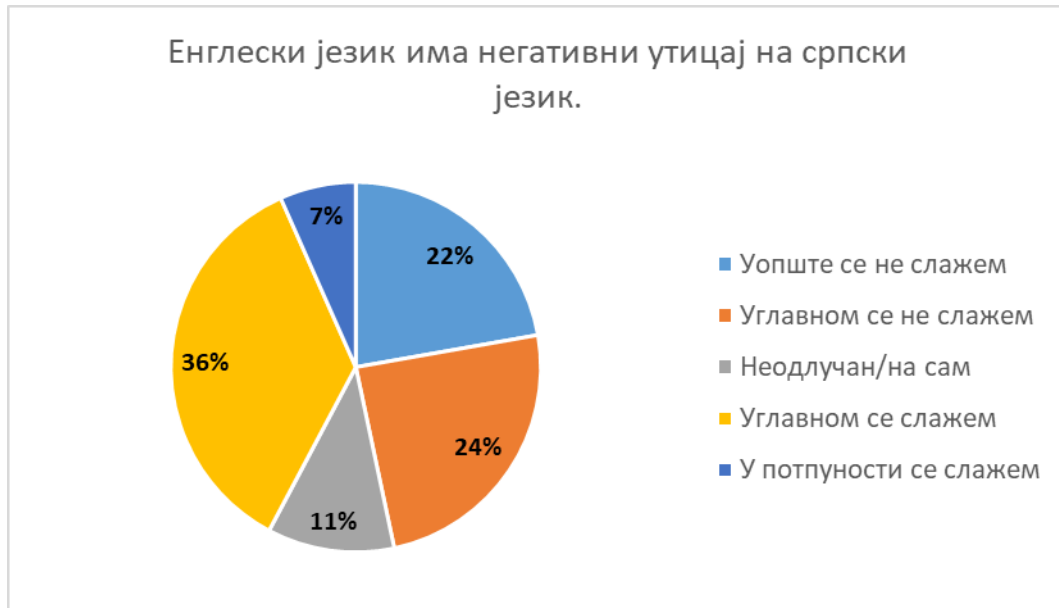


Дијаграм 6.39. Фреквенција одговора на питање „Промене у речнику српског језика су прихватљиве“

Енглески језик утиче на промене у српском језику, што је доказано кроз претходна истраживања у овом раду. Међутим, хтели смо да анализирамо одговоре професора о њиховом мишљењу да ли је тај утицај негативан.

Фреквенција одговора професора на тврдњу „Енглески језик има негативни утицај на српски језик“, приказана је на дијаграму 6.40.

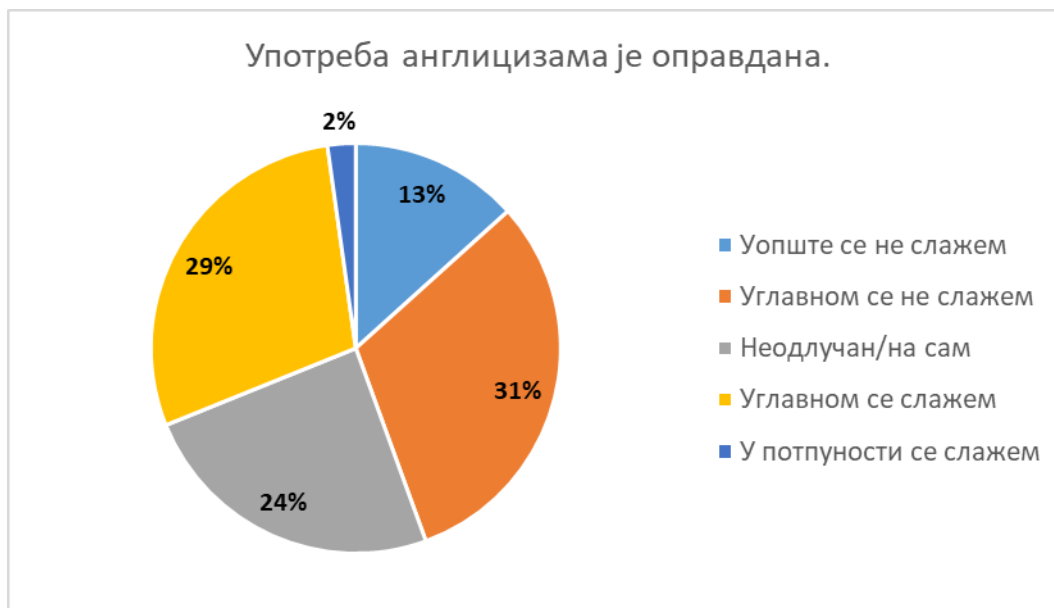
Уочавамо да 43% професора сматра да енглески језик има негативни утицај на српски језик. Половина од испитаних професора која види негативан утицај једног језика на други, као основни разлог за свој став наводи чињеницу да ученици речи српског језика често замењују англицизмима, чиме се нарушава лексичко богатство матерњег језика.



Дијаграм 6.40. Фреквенција одговора на питање „Енглески језик има негативни утицај на српски језик“

Фреквенција одговора професора на тврдњу „Употреба англицизама је оправдана“, приказана је на дијаграму 6.41. Утицај енглеског језика на српски је доминантно препознат у употреби англицизама у српском језику, тако да кроз ову тврдњу долазимо до показатеља који нас наводе на закључак да ли је оправдана употреба англицизама по мишљењу професора.

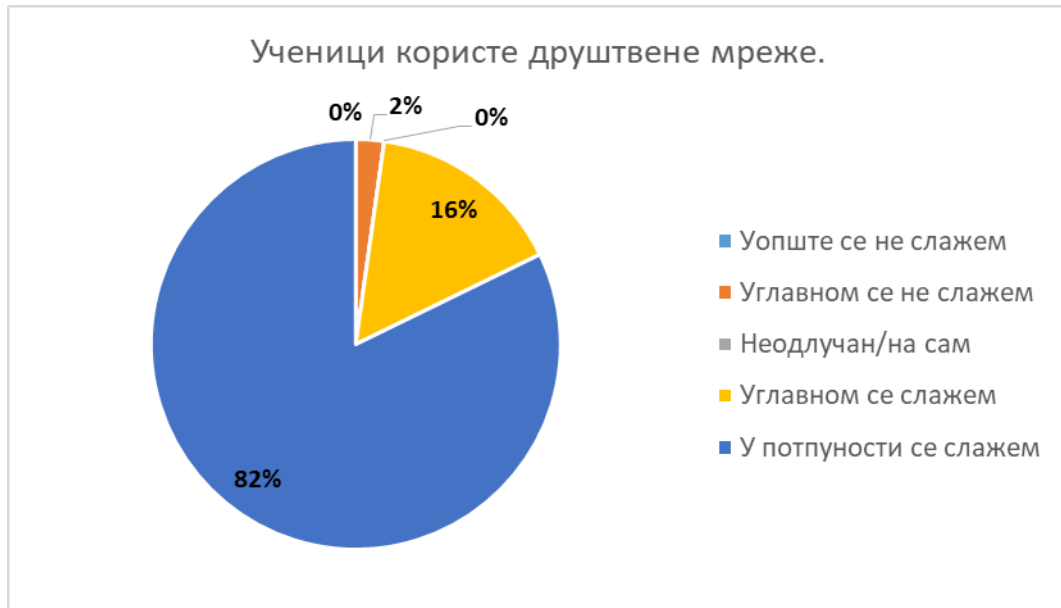
Као што можемо видети на дијаграму да 44% професора сматра да употреба англицизама није оправдана, а 24% њих је неодлучно по овом питању, долази се до закључка да већина испитаних професора не сматра оправданом употребу англицизама, што указује на чињеницу да професори сматрају да у речнику српског језика, осим у ретким случајевима, англицизми нису неопходни.



Дијаграм 6.41. Фреквенција одговора на питање „Употреба англицизама је оправдана“

Фреквенција одговора професора на тврдњу „Ученици користе друштвене мреже“, приказана је на дијаграму 6.42. Овом тврдњом смо желели да испитамо да ли професори уочавају да ученици користе друштвене мреже.

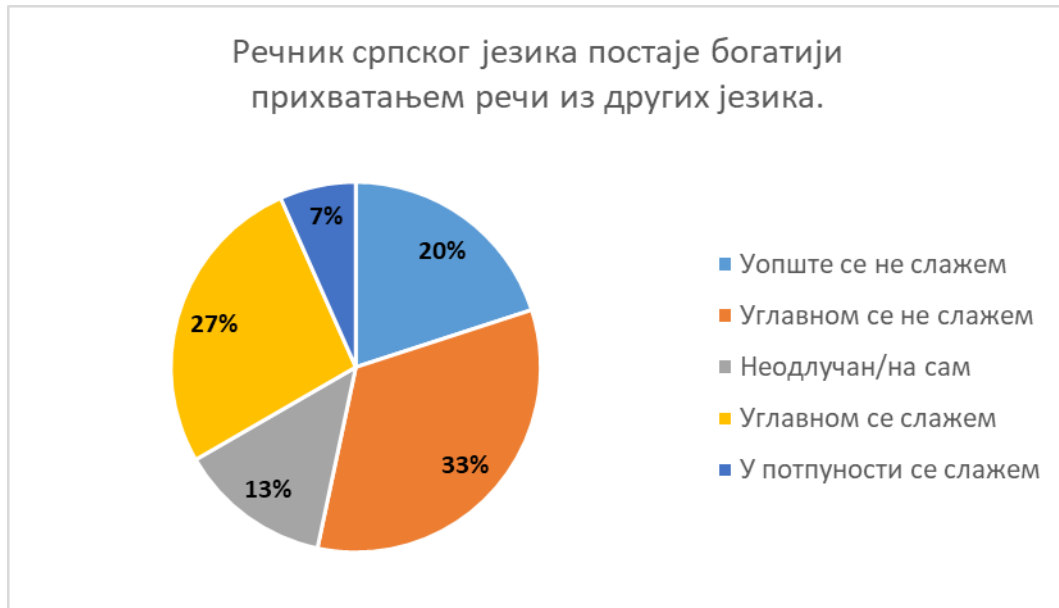
Готово сви, тачније 98% испитаних професора, сматра да ученици користе друштвене мреже, што говори о томе да упућеност ученика на друштвене мреже није више упитна, те да је њихов утицај на развој ученичке личности више него очигледан.



Дијаграм 6.42. Фреквенција одговора на питање „Ученици користе друштвене мреже“

Често се може чути, као један од аргумената за употребу страних речи у српском језику, да на тај начин наш језик постај богаџији. Управо то нас је навело да поставимо ову тврдњу и анализирамо мишљење професора по овом питању. Фреквенција одговора професора на тврдњу „Речник српског језика постаје богаџији прихватањем речи из других језика“, приказана је на дијаграму 6.43.

Око половине, тачније 53% професора, сматра да речник српског језика није богаџији прихватањем речи из других језика. Овакав проценат упућује на закључак да већина испитаних професора не доводи у везу богатство једног језика са употребом речи из других језика у њему, те да се на често коришћење туђих речи у говору не гледа као на позитивну друштвену појаву.



Дијаграм 6.43. Фреквенција одговора на питање „Речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика“

Да би се утврдио начин на који професори употребљавају писану комуникацију на друштвеним мрежама, коришћен је упитник од 5 питања. У наставку су појединачно анализирани одговори на свако питање.

Фреквенција одговора професора на тврдњу „Тастатуру на мобилном телефону користим на ћирилици“, приказана је на дијаграму 6.44. Под претпоставком да професори користе доминантно ћирилично писмо, поставили смо ову тврдњу. Међутим, одговори до којих смо дошли показују да је наша претпоставка била погрешна.

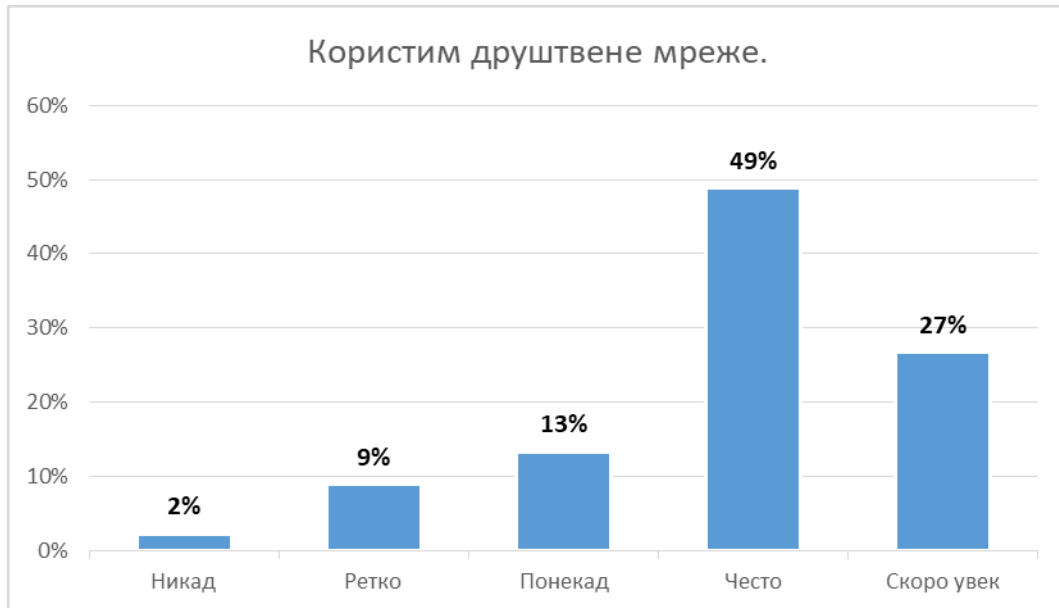
Само 23% професора је одговорило да често или скоро увек користе тастатуру на мобилном телефону на ћирилици. Употреба ћириличног писма на тастатурама код испитаних професора је мала, што указује на чињеницу да је латинично писмо и код професора доминантније у односу на ћирилично.



Дијаграм 6.44. Фреквенција одговора на питање „Тастатуру на мобилном телефону користим на ћирилици“

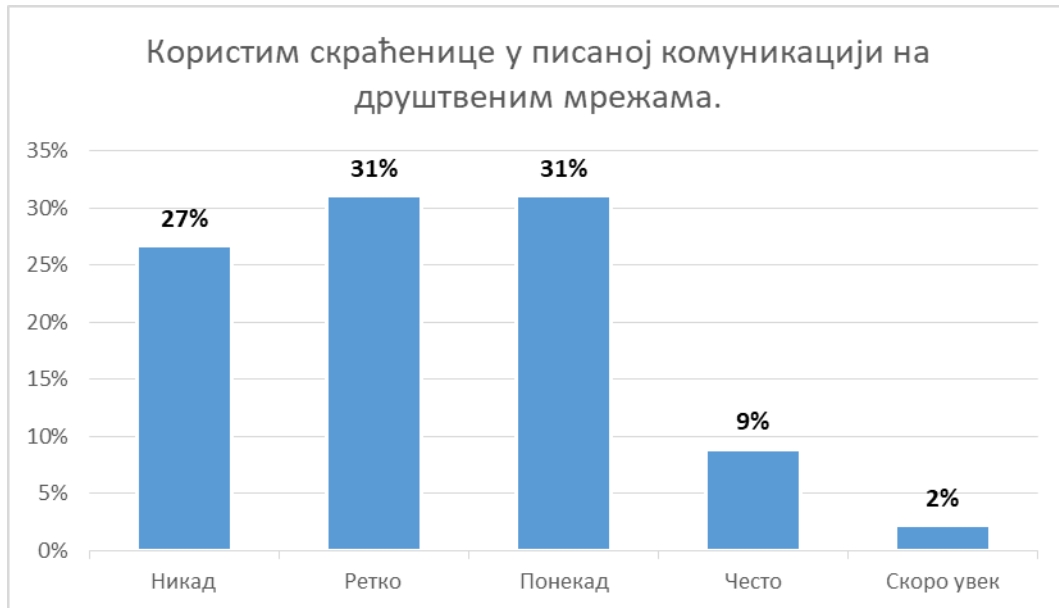
Професори језика, било да је то српски језик или било који страни језик морају свакодневно да се усавшавају у својој струци, јер је очигледно да се језик констатно мења под разним утицајима. Претежно ти утицаји су друштвеног карактера, тако да је тренутно доминантан утицај нових технологија а самим тим и друштвених мрежа. Стога смо сматрали да је битно да испитамо у којој мери професори користе друштвене мреже. Фреквенција одговора професора на тврдњу „Користим друштвене мреже“, приказана је на дијаграму 6.45.

Велики број испитаних професора користи друштвене мреже, о чему сведочи проценат од 76% испитаника који су одговорили да често или скоро увек користе друштвене мреже. То је још један у низу показатеља да друштвене мреже имају велику популарност и то не само међу младима, што нам додатно указује и на то да је управо утицај друштвених мрежа присутан на културу и начин изражавања али и понашања како код младих тако и код свих корисника.



Дијаграм 6.45. Фреквенција одговора на питање „Користим друштвене мреже“

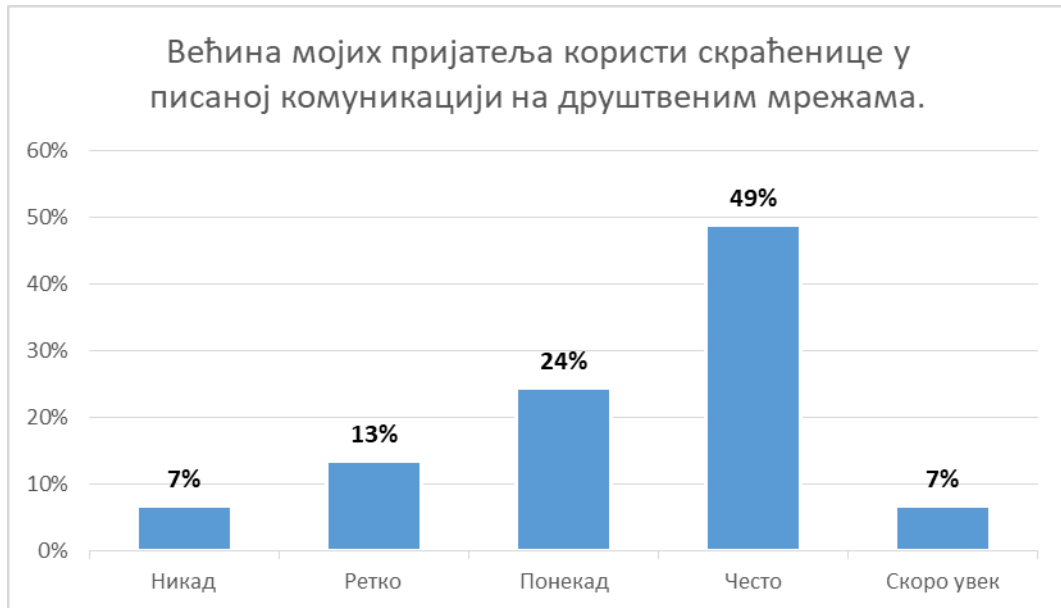
Као и код упитника који је намењен ученицима, тако смо и у овом упитнику желели да испитамо да ли и у којој мери професори користе скраћенице и налепнице у својој комуникацији на друштвеним мрежама, ве са разлогом да бисмо дошли до закључка да ли је у том делу и код професора дошло до промене у употреби српског језика. Одговори професора на тврдњу „Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, приказани су на дијаграму 6.46. Само 11% професора се изјаснило да користи скраћенице на Интернету. На основу одговора испитаних професора можемо закључити да мали број професора користи скраћенице у писаној комуникацију на друштвеним мрежама, што не сведочи о томе да се скраћенице не користе на Интернету, већ да такав облик писања није популаран код професора.



Дијаграм 6.46. Фреквенција одговора на питање „Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Одговори професора на тврдњу „Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, приказани су на дијаграму 6.47.

Од укупног броја испитаних, 56% професора се изјаснило да већина њихових пријатеља користи скраћенице на Интернету. Овакав одговор сведочи у прилог констатацији изреченој у вези са претходним питањем, јер је јасно да професори уочавају честу употребу скраћеница у писаној комуникацији на Интернету, али да њима такав начин писања није близак. Очигледно да се професори, што је свакако похвално, труде да и на Интернету комуницирају у складу са својом струком и уз поштовање правописа српског језика.

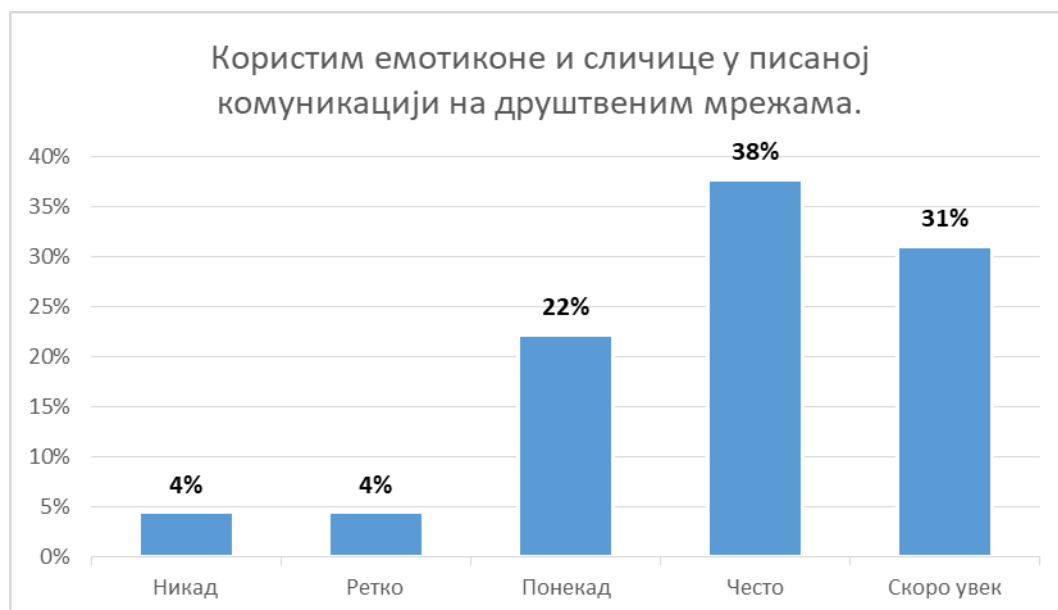


Дијаграм 6.47. Фреквенција одговора на питање „Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Одговори професора на тврдњу „Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“, приказани су на дијаграму 6.48.

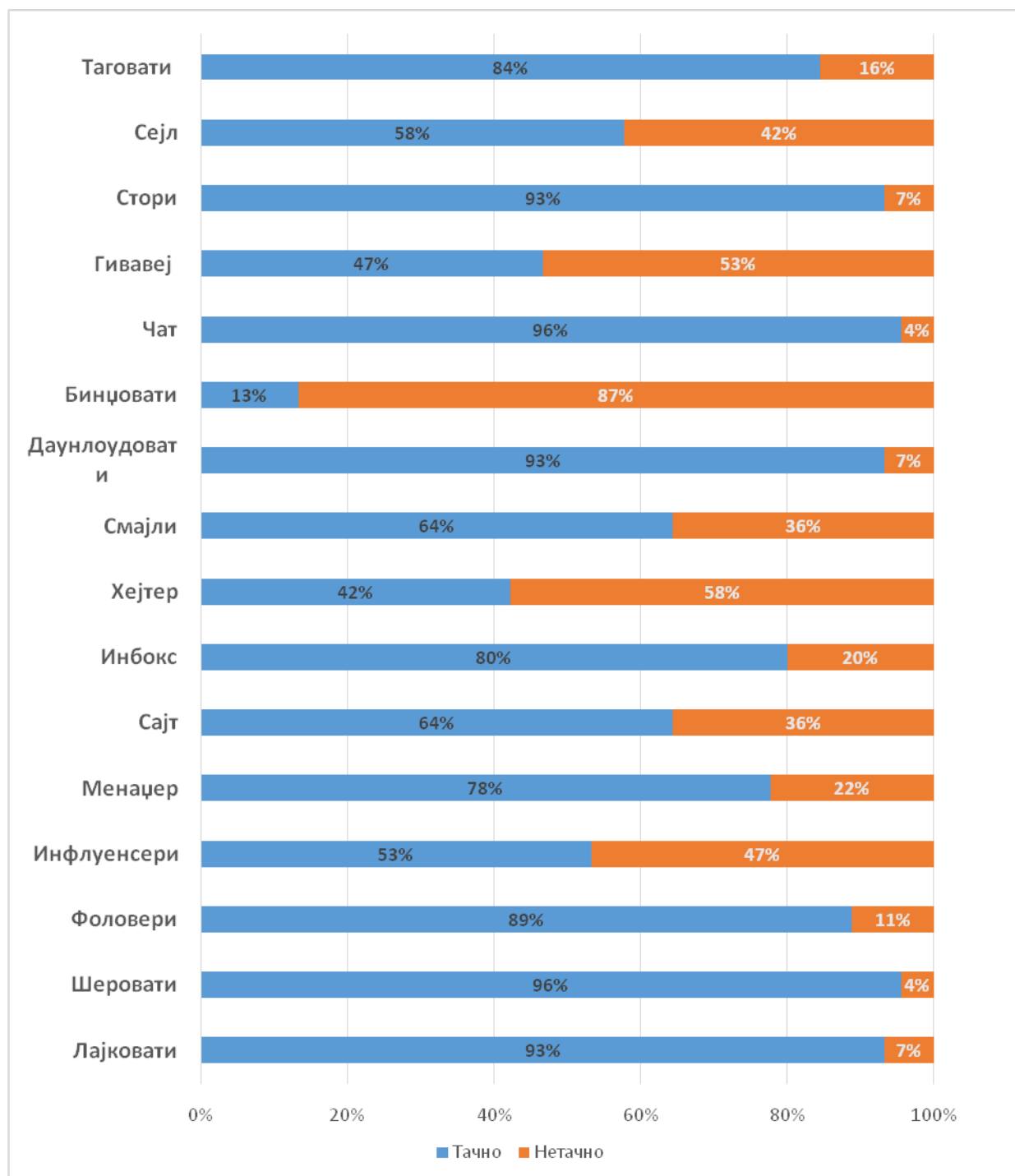
Када добијене одговоре на ово питање упоредимо са претходно анализираним питањима и одговорима која су се односила на употребу скраћеница, може деловати изненађујуће да се чак 69% професора изјаснило да користи емотиконе и сличице у писаној комуникацији.

Међутим, одговори испитаних професора на ову тврдњу најбољи су показатељ да сличице и емотикони данас постају саставни део комуникације на друштвеним мрежама, те да се њихова употреба не доживљава као неозбиљност или вид кршења језичке норме.



Дијаграм 6.48. Фреквенција одговора на питање „Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама“

Да би се утврдило у којој мери су професори упознати са преводом англицизама на српски језик, коришћен је упитник од 16 питања. Одговори на питања су конвертовани у оне који су тачни и они који то нису. Одговори су приказани на дијаграму 6.49.



Дијаграм 6.49. Одговори о познавању превода англицизама на српски језик

Као што се може видети, појмови као што су гивавеј, бинџовати и хејтер, у малој мери су познати испитаницима. Разлог може бити тај што се ови појмови не користе често у комуникацији међу испитаним професорима, али их и не срећу у садржајима које прате на друштвеним мрежама. Са друге

стране, појмови: чат, стори, даунлодовати, шеровати и лајковати су препознати од већине професора.

6.3.3 Дискусија резултата анализа упитника за ученике и наставнике

У односу на претпоставку да су узроци инвазије енглеских речи примарно су условљени друштвеним факторима, а секундарно лингвистичким, кроз одговоре добијене на оба упитника, како од испитаних ученика тако и код професора дошли смо до следећих закључака. На питање, постављено у Упитнику за ученике, *Да ли друштвене мреже утичу на измену понашања младих?* 90% ученика се изјаснило да сматра да друштвене мреже утичу на измену понашања младих. Дакле, скоро сви испитаници доводе у везу друштвене мреже и измењено понашање младих, чиме се још једном потврђује теза да популација која највише користи друштвене мреже препознаје њихов утицај на сопствени живот и живот околине. У истом упитнику, код одговора ученика на тврдњу да је *Употреба Интернета утицала на промене у говору*, 81% ученика сматра да је употреба Интернета утицала на промене. Интернет је код овог процента испитаних ученика препознат као медиј који утиче на промене у говору, док код одговора ученика на тврдњу *Код младих је модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику*, 77% њих се слаже са тврдњом да је код младих модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику.

Анализом резултата на тврдњу да *Садржаји који се пласирају преко Интернета имају утицај на промене у усменом изражавању код ученика* показују долази се до закључка да одговори професора и то чак 85% професора, сматра да садржаји пласирани путем Интернета имају пресудну улогу на промене у усменом изражавању ученика. Честа употреба енглеских речи на друштвеним мрежама преноси се на усмено изражавање ученика, те су промене у усменом изражавању присутније и израженије него што је то случај у писаном изражавању. Такође, кроз резултате добијене анализом

одговора које су урађене током овог истраживања, може се закључити да су на промене у комуникацији пресудно утицали друштвени фактори који су довели до експанзије речи из енглеског језика. Коришћење нових комуникационих технологија у великој мери утиче на језик доносећи промене у правопису, лексици и граматички. Најевидентнији пример је писање порука у мобилној комуникацији. Приликом писања порука тежи се уштеди на времену и простору, те се језик прилагођава таквим потребама и полако излази из оквира стандардног језика. Као што је у теоријском делу већ наведено, језик је уско повезан са друштвеном интеракцијом и управо је он, без обзира на врсту друштвених односа, временску дистанцу или географску локацију, у самом центру те интеракције.

У упитницима су постављена питања која су имала за циљ да потврде или оспоре да ли доминација енглеског језика на друштвеним мрежама негативно утиче на писану и говорну форму употребе српског језика, због чега је формулација питања била у складу са формулацијом хипотезе. Кроз анализу одговора ученика на тврдњу да енглески језик има негативни утицај на српски језик, добијени резултат показује да 20% ученика уочава негативан утицај енглеског језика на српски, док скоро половина испитаних ученика, односно 46%, на тврдњу да су промене у речнику српског језика прихватљиве даје потврдан одговор. Имајући ипак у виду да више од половине испитаника сматра да промене нису прихватљиве или нису сигурни у њихову прихватљивост, такав резултат указује на ученици у највећем броју случајева не сматрају прихватљивим промене у језику. Одговори професора на тврдњу да енглески језик има негативни утицај на српски језик су слични као и код ученика, тако да 43% професора сматра да енглески језик има негативни утицај на српски језик. Њихови одговори на тврдњу Сматрам да је грешка употреба страних речи тамо где имамо српску реч показују да сви испитани професори (95%) сматрају да је погрешно употребљавати стране речи уместо српских. Од професора српског језика овакав одговор се очекивао, с обзиром на то да би њихова основна мисија требало да буде очување језика. Тај проценат је охрабрујући, како за нека наредна истраживања, тако и за борбу против непотребних англицизама у

српском језику. Иако професори оцењују да је употреба страних речи у случајевима када постоји реч на српском језику погрешна, необично је да већина гаји уверење да енглески језик нема доминантно негативан утицај на српски језик. На основу анализе резултата истраживања које се односе на анализу резултата упитника, може се закључити да она делимично потврђују ову хипотезу.

Постављена хипотеза да употреба српског језика код младих је измењена и поједностављена под утицајем енглеског језика, се код младих преваходно односи на употребу скраћеница, налепница (емотикона) као и изостављање интерпункцијских знакова, односно свега онога што није у складу са правилима српског језика. Анализом одговора ученика на тврдњу Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама, уочавамо да се 40% испитаних ученика изјаснило да често или скоро увек користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама, док се одговори ученика на тврдњу Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама разликују у односу на претходне, па у овом случају више од половине испитаника, односно 61%, наводи да већина њихових пријатеља често или скоро увек користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама. Када је у питању употреба налепница, односно емотикона, одговори ученика на тврдњу Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама, више од половине, тачније 55% ученика, изјаснило се да често или скоро увек користи емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама. На основу анализе резултата овог упитника, дошли смо до закључка да скоро сви испитаници као и њихови пријатељи користе друштвене мреже. Веома малом броју испитаних ученика је тастатура подешена на ћирилично писмо и често користе скраћенице или налепнице у писаној комуникацији са својим пријатељима. Као и да се грешке у садржајима који су пласирани на Интернету примећују.

Када су у питању резултати анализе одговора из упитника који се односио на професоре, на тврдњу садржаји који се пласирају преко Интернета имају утицај на промене у усменом изражавању код ученика, чак

85% професора сматра да садржаји пласирани преко Интернета имају пресудну улогу на промене у усменом изражавању ученика. Честа употреба енглеских речи на друштвеним мрежама преноси се на усмено изражавање код ученика. Промене у усменом изражавању су присутне чак и више него што је то случај у писменом изражавању.

Анализом одговора професора на тврдњу да користе скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама, можемо закључити да се мали број испитаника, само 11%, изјаснио да користи скраћенице на Интернету, док се анализом одговора испитаних професора на тврдњу да већина њихових пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама може констатовати да више од половине, односно 56% професора, тврди да већина њихових пријатеља користи скраћенице на Интернету. На основу одговора испитаних професора можемо закључити да се скраћенице у већој мери користе у писаној комуникацији, али знатно мање код професора него код ученика. Када је у питању употреба налепница, на тврдњу да користе емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама више од половине испитаних професора, тачније 69%, изјаснило се да користи емотиконе и сличице у писаној комуникацији.

На основу анализе резултата упитника за професоре, дошли смо закључака који указују на то да скоро сви испитаници, као и њихови пријатељи, користе друштвене мреже. Веома мали број испитаних професора користи тастатуру која је подешена на ћирилично писмо, али не користе скраћенице или налепнице у писаној комуникацији толико често као што је то био случај код ученика. Мањи број испитаних професора користи енглеске речи и у писаном и у усменом изражавању.

Постављена хипотеза да употреба енглеских речи приликом њиховог адаптирања захтева редовно нормирање је исптана кроз питања и тврдње у упитницима. У упитнику за ученике - на тврдњу Млади користе доста енглеских речи у усменом изражавању, чак се 84% ученика изјаснило да млади користе доста енглеских речи у усменом изражавању, док се само 26% ученика слаже да је употреба англицизама оправдана. Испитани ученици у малом броју оправдавају употребу англицизама у српском језику. Док у

упитнику за професоре имали смо конкретније резултате који су директно повезани са овом хипотезом, тако да на тврдњу Ученици користе доста енглеских речи у усменом изражавању, чак 82% професора сматра да ученици користе доста енглеских речи у усменом изражавању. Ово указује да се енглеске речи, како англицизми тако и остале рече из енглеског говора, свакодневно јављају у говору младих. Оволико висок проценат указује да је ова појава, не само примећена, већ и очигледна. Када је у питању тврдња да ученици користе доста енглеских речи у писменом изражавању, 40% професора сматра да је ученици користе доста енглеских речи у писменом изражавању. Интересантно је да су професори, без обзира на висок проценат потврдних одговора који се односио на констатацију да ученици у усменом изражавању користе енглеске речи, одговорили да ученици не користе превише енглеских речи у писаној комуникацији, јер је и проценат потврдних одговора на ово питање био знатно мањи. Чак 80% професора препознаје доста енглеских речи у усменом изражавању ученика, али је та појава мање присутна у писаној комуникацији. Свакако, на основу одговора је евидентно да енглеске речи имају значајну улогу у комуникацији младих на матерњем језику. Да је погрешно употребљавати стране речи уместо српских у случајевима када постоји еквивалент на српском језику, сматра 95% професора, тако да проценат од 44% професора који сматрају да употреба англицизама није оправдана и 24% неодлучних у овој тврдњи, указује да професори речник српског језика сматрају довољно богатим, те да англицизми у већини случајева нису неопходни.

Постављену хипотезу да речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику смо такође, испитали кроз упитнике.

Мање од половине испитаних ученика, односно само 35%, сагласно је са ставом да речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика. Одговори указују на то да већина испитаних ученика сматра да не треба прихватати речи из страних језика, јер оне матерњи језик не чине богатијим. Само 26% ученика сматра да је употреба англицизама оправдана, док већина њихову претерану употребу не сматра оправданом. Култура

изражавања није на задовољавајућем нивоу, професори у великој мери могу утицати на њено побољшање и то не само исправљањем грешака које ученици направе, већ и константним указивањем на грешке које се могу видети и чути у њиховом окружењу. У упитнику намењеном професорима, одговори на тврдњу *Речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика* показују да половина испитаних професора, односно 53% , сматра да речник српског језика није богатији прихватањем речи из других језика.

На основу наведених резултата може се закључити да је ова хипотеза потврђена, да речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику.

7. ДИСКУСИЈА РЕЗУЛТАТА ИСТРАЖИВАЊА У ОДНОСУ НА ПОСТАВЉЕНЕ ХИПОТЕЗЕ

Хипотезе постављене у овој докторској дисертацији су:

1. Узроци инвазије енглеских речи примарно су условљени друштвеним факторима, а секундарно лингвистичким.
2. Доминација енглеског језика на друштвеним мрежама негативно утиче на писану и говорну форму употребе српског језика.
3. Употреба српског језика код младих је измењена и поједностављена под утицајем енглеског језика.
4. Речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику.

У даљем тексту извршена је дискусија резултата у односу на постављене хипотезе.

7.1. ХИПОТЕЗА 1: Узроци инвазије енглеских речи примарно су условљени друштвеним факторима, а секундарно лингвистичким

Резултати добијени кроз истраживање Корпуса дискусија на форуму Крстарица, гејмерских и модних форума и часописа ELLE

Кроз анализу корпуса дошли смо да закључавамо да млади првенствено користе енглеске речи због погрешне претпоставке да за том употребом постоји и разлог. Помодарство и жеља да припадају групи је такође један од разлога за употребу англицизама које махом прилагођавају говору групе. Корисници, у жељи да се поистовете са припадницима англофоне културе, највероватније посежу за датим речима јер себе желе да представе као савременије и забавније. Ова друштвена и језичка појава не би требало превише

да чуди имајући у виду чињеницу да су корисници обрађених форума и часописа махом тинејџери и адолесценти који осећају потребу да се докажу у друштву осталих корисника као појединци који су у току са најактуелнијим дешавањима. Основни разлог употребе енглеских лексема је да учесници форума желе да се истакну својом везаношћу за енглески језик

Резултати добијени кроз истраживање корпуса са друштвене мреже Инстаграм

Анализа текстова са Инстаграма доказују да друштвени утицаји имају најважнију улогу на промене у језику.

Резултати анализа упитника за ученике и наставнике

На питање, постављено у Упитнику за ученике, *Да ли друштвене мреже утичу на измену понашања младих?* 90% ученика се изјаснило да сматра да друштвене мреже утичу на измену понашања младих. Дакле, скоро сви испитаници доводе у везу друштвене мреже и измењено понашање младих, чиме се још једном потврђује теза да популација која највише користи друштвене мреже препознаје њихов утицај на сопствени живот и живот околине. У истој студији, код одговора ученика на тврдњу да је *Употреба Интернета утицала на промене у говору*, 81% ученика сматра да је употреба Интернета утицала на промене. Интернет је код овог процента испитаних ученика препознат као медиј који утиче на промене у говору, док код одговора ученика на тврдњу *Код младих је модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику*, 77% њих се слаже са тврдњом да је код младих модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику.

Даље, одговори професора на тврдњу да *Садржаји који се пласирају преко Интернета имају утицај на промене у усменом изражавању код ученика* показују да чак 85% професора сматра да садржаји пласирани путем Интернета имају пресудну улогу на промене у усменом изражавању ученика. Честа употреба енглеских речи на друштвеним мрежама преноси се на усмено изражавање ученика, те су промене у усменом изражавању

присутније и израженије него што је то случај у писаном изражавању. Такође, кроз резултате студија које су урађене током овог истраживања, може се закључити да су на промене у комуникацији пресудно утицали друштвени фактори који су довели до експанзије речи из енглеског језика. Коришћење нових комуникационих технологија у великој мери утиче на језик доносећи промене у правопису, лексици и граматички. Најевидентнији пример је писање порука у мобилној комуникацији. Приликом писања порука тежи се уштеди на времену и простору, те се језик прилагођава таквим потребама и полако излази из оквира стандардног језика. Као што је у теоријском делу већ наведено, језик је уско повезан са друштвеном интеракцијом и управо је он, без обзира на врсту друштвених односа, временску дистанцу или географску локацију, у самом центру те интеракције.

Сprovedена истраживања, као и теоријска разматрања наведена у претходним параграфима, у потпуности потврђују хипотезу 1: Узроци инвазије енглеских речи су примарно друштвеног фактора, а секундарно лингвистичког.

7.2. ХИПОТЕЗА 2: Доминација енглеског језика на друштвеним мрежама негативно утиче на писану и говорну форму употребе српског језика

Резултати добијени кроз истраживање Корпуса дискусија на форуму Крстарица, гејмерских и модних форума и часописа ELLE

На основу анализираних корпуса може се закључити да постоје разлике у употреби српског језика на анализираним форумима. Те разлике највише се уочавају код употребе англицизама. Међутим, и код једне и код друге анализе уочавамо утицај енглеског језика на српски језик који се пре свега односи на употребу латиничног писма, затим употребе емотикона и, наравно, већ поменуте употребе англицизама и акронима. Евидентна је појава стварања нових акронима, који су својствени језику младих, који имају праксу скраћивања порука на начин што сами стварају своје акрониме, било да су они од синтагма преузетих из енглеског

језика или српског. На основу анализираних дискусија на форумима закључујемо да је доминантна употреба преузетих лексема из енглеског језика, како у директном преносу, тако и у адаптираном на начин који није по стандардима српског језика. Акроними и емотикони у овим дискусијама веома су ретки. Закључак до којег се долази јесте да је начин коришћена псеудонорме српског језика (англосрпског) својствен учесницима форума који се тичу рачунарских игрица као и моде и да се англосрпске лексеме у српски језик уносе произвољно.

Резултати добијени кроз истраживање корпуса са друштвене мреже Инстаграм

На основу анализе текстова који су пласирани на друштвеној мрежи Инстаграм, закључује се да објављивање текстова који нису у складу са правилима српског језика директно утиче на измену говора младих, због тога што омладина несвесно усваја језичке обрасце који им се намећу и постају део њихове свакодневице. Реч је, дакле, о текстовима које се срећу на друштвеним мрежама, а који доводе до промена у српском језику у негативном смислу. У овој студији је вршена анализа измењеног писања речи српског језика на три нивоа и то: ортографском, лексичком и граматичком нивоу. На нивоу ортографије наметање норме енглеског језика најочигледније је код употребе великог слова у писању назива и наслова, као и у писању придева изведених од назива народа, писању назива месеци и дана и слично.

Када је у питању измењено писање, најфреквентнија је замена слова српске абецеде словима и комбинацијама слова енглеске абецеде којих често уопште нема у систему правописа српског језика. (v-w, š-sh, č-ch), удвајање сугласника и вокала ради постизања “енглеског” изговора.

Највеће промене су уочене у области лексике, што је последица насумичног и нестандардизованог позајмљивања, чак и када за позајмљивањем нема реалне потребе.

Што се тиче граматичког нивоа у анализираној грађи, ту постоји најмањи број примера деформације, па се хибридизација српског језика најспорије одвија на овом нивоу. Ипак, очигледан је изостанак промене

појединих речи по падежима, ради економичније примене језика или упрошћавања, што доводи до опасности да се временом под утицајем енглеског, смањи број падежа у српском језику.

На основу овог истраживања може се закључити да је неопходно успостављање чвршће језичке норме и доследније поштовање стандарда, као неопходне реакције на овакав вид хибридизације српског језика. Тај процес се мора институционализовати и обухватити пре свега основне и средње школе, а потом и факултете, јер је млађа генерација најотворенија и „најмаштовитија“ у коришћењу хибридизованог, односно деформисаног српског језика.

Промене у српском језику су неминовне и биле су присутне и пре појаве друштвених мрежа. Крајем шездесетих година Ленард (Leonard, 1959) говори о променама на лексичкој, синтаксичкој, семантичкој, структурној и граматичкој равни језика које настају као продукт употребе страних речи током протеклих векова. Пажљив истраживачки рад открива које су речи остале исте до данас, које су претрпеле значајне промене, а које настале под утицајем туђег језика. Друштвене мреже последњих година играју главну улогу у промени која је евидентна у свим језицима света, па и у српском. На то, са једне стране, утиче изузетно велики број корисника друштвених мрежа, који се из дана у дан само увећава, те и њихов утицај на језичку променљивост расте. Са друге стране, текстови који се пласирају на друштвеним мрежама не подлежу цензури, нарочито не лингвистичкој, па се устаљене и хибридизацијом наметнуте грешке у језику лако рефлектују у свести корисника. Ленард, такође, указује на комуникацију кроз информацију, односно за размену информација као најчешће својство језика, те би пласирање садржаја који су намењени широј популацији морало бити усклађено са правилима писања српског језика. То је први у основни услов, без кога ниједна друга активност усмерена на очувању чистоте српског језика, не може дати резултате.

Ипак, најбољи чувари језика су сами говорници, јер без њиховог интересовања и ангажовања никаква решења, одозго наметнута или понуђена са стране, немају изгледа на успех. Зато је потребно ширити

друштвену свест о важности језика и могућностима које он пружа. Никад се то не постиже идеолошким и политичким средствима нити ванјезичким прокламацијама, него дугорочним деловањем на подизању општег нивоа језичке културе.... (Бугарски 2005:267).

Резултати анализа упитника за ученике и наставнике

У упитницима за ученике и наставнике, постављена питања имала су за циљ да потврде или оспоре наведену хипотезу, због чега је формулација питања била у складу са формулацијом хипотезе. Кроз анализу одговора ученика на тврдњу да *енглески језик има негативни утицај на српски језик*, добијени резултат показује да 20% ученика уочава негативан утицај енглеског језика на српски, док скоро половина испитаних ученика, односно 46%, на тврдњу да су *промене у речнику српског језика прихватљиве* даје потврдан одговор. Имајући ипак у виду да више од половине испитаника сматра да промене нису прихватљиве или нису сигурни у њихову прихватљивост, такав резултат указује на ученици у највећем броју случајева не сматрају прихватљивим промене у језику.

Одговори професора на тврдњу да *Енглески језик има негативни утицај на српски језик* су слични као и код ученика, тако да 43% професора сматра да енглески језик има негативни утицај на српски језик. Њихови одговори на тврдњу *Сматрам да је грешка употреба страних речи тамо где имамо српску реч* показују да сви испитани професори (95%) сматрају да је погрешно употребљавати стране речи уместо српских. Од професора српског језика овакав одговор се очекивао, с обзиром на то да би њихова основна мисија требало да буде очување језика. Тај проценат је охрабрујући, како за нека наредна истраживања, тако и за борбу против непотребних англицизама у српском језику. Иако професори оцењују да је употреба страних речи у случајевима када постоји реч на српском језику погрешна, необично је да већина гаји уверење да енглески језик нема доминантно негативан утицај на српски језик.

На основу анализе резултата истраживања из наведених студија, може се закључити да они потврђују хипотезу 2.

7.3. ХИПОТЕЗА 3: Употреба српског језика код младих је измењена и поједностављена под утицајем енглеског језика.

Резултати добијени кроз истраживање Корпуса дискусија на форуму Крстарица, гејмерских и модних форума и часописа ELLE

Код анализе корпуса уочавамо утицај енглеског језика на српски језик који се пре свега односи на употребу латиничног писма, затим употребе емотикона и, наравно, већ поменуте употребе англицизама и акронима. Евидентна је појава стварања нових акронима, који су својствени језику младих, који имају праксу скраћивања порука на начин што сами стварају своје акрониме, било да су они од синтагма преузетих из енглеског језика или српског. Употреба енглеских речи без прилагођавања српском језику превасходно је резултат жеље аутора да текст добије на тежини. Такође, измењену употребу српског језика код младих смо доказали резултатим анализе резултата добијених овим истраживањем. Поједностављена употреба српског језика се пре свега огледа у употреби емотикона који код младих једном сличицом замењују опис осећања. Употреба великог слова током комуникације, такође одражава расположење оног који пише на тај начин, тако да и у овом случају је непотребно говорити о осећањима корисника. велики број синтагми преузетих са енглеског језика се користе из разлога јер замењују објашњење на српском језику које би свакако захтевало много више употребљених речи српског језика.

Резултати добијени кроз истраживање корпуса са друштвене мреже Инстаграм

Кроз анализу текстова који се пласирају на друштвеној мрежи Инстаграм, дошло се до конкретних показатеља да корисници употребљавају и измењено, али и поједностављено писање речи српског језика. Када је у питању изостављање интерпункцијских знакова, на основу анализе корпуса

у студији, лако је закључити да је ова појава честа, али да узрок није у незнању, већ у језичкој економији и изражавању индивидуалности и личног осећаја у писаним текстовима. У комуникацији на електронским медијима, корисници се одлучују за писање исказа који од њих захтева што мање напора. Употреба емотикона је веома честа, јер је и потреба за исказивањем осећања симболима уместо речима постала изузетно популарна. Емотикони су једно од средстава језичке економије дискурса на интернету, али и израз индивидуалности корисника овог језика. Они припадају свету симбола и у том смислу се приближавају узвицима и ономатопеичним речима говорног дискурса. У почетку су се користили у мањој мери, док је сада скоро немогуће замислити ову врсту комуникације без емотикона. Без обзира на економичност, која се узима као њихова највећа предност, „неискрена реакција“ саговорника је оно што представља проблем при коришћењу емотикона, јер емоција која се њима приказује не мора одговарати истинској емоцији говорника.

Резултати анализа упитника за ученике и наставнике

Поједностављена и измењена употреба српског језика код младих односи се на употребу скраћеница, налепница (емотикона) као и изостављање интерпункцијских знакова, односно свега онога што није у складу са правилима српског језика. Анализом одговора ученика на тврдњу *Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама*, уочавамо да се 40% испитаних ученика изјаснило да често или скоро увек користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама, док се одговори ученика на тврдњу *Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама* разликују у односу на претходне, па у овом случају више од половине испитаника, односно 61%, наводи да већина њихових пријатеља често или скоро увек користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама.

Када је у питању употреба налепница, односно емотикона, одговори ученика на тврдњу *Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама*, више од половине, тачније 55% ученика, изјаснило се

да често или скоро увек користи емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама.

На основу анализе резултата добијених на узорку ученика, долази се до следећих закључака:

- Скоро сви испитаници као и њихови пријатељи користе друштвене мреже.
- Веома малом броју испитаних ученика је тастатура подешена на ћирилично писмо и често користе скраћенице или налепнице у писаној комуникацији са својим пријатељима.
- Велики број испитаних ученика тврди да поштују правила интерпункције и правописа српског језика, а релативно мали број (33%) исправља своје пријатеље када погреше у томе.
- Грешке у садржајима који су пласирани на Интернету примећује више од половине испитаника.

Када су у питању резултати добијени на узорку професора, на тврдњу *Садржаји који се пласирају преко Интернета имају утицај на промене у усменом изражавању код ученика*, чак 85% професора сматра да садржаји пласирани преко Интернета имају пресудну улогу на промене у усменом изражавању ученика. Честа употреба енглеских речи на друштвеним мрежама преноси се на усмено изражавање код ученика. Промене у усменом изражавању су присутне чак и више него што је то случај у писменом изражавању.

Анализом одговора професора на тврдњу *Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама*, можемо закључити да се мали број испитаника, само 11%, изјаснио да користи скраћенице на Интернету, док се анализом одговора испитаних професора на тврдњу *Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама* може констатовати да више од половине, односно 56% професора, тврди да већина њихових пријатеља користи скраћенице на Интернету. На основу одговора испитаних професора можемо закључити да се скраћенице у већој мери користе у писаној комуникацији, али знатно мање код професора него код ученика. Када је у питању употреба налепница, на

тврдњу *Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама* више од половине испитаних професора, тачније 69%, изјаснило се да користи емотиконе и сличице у писаној комуникацији.

С обзиром на претпоставку да, под утицајем енглеског језика, код младих постоји тенденција да пишу великим словом неке речи које се према норми српског језика не пишу тако, постављена је тврдња у упитнику за ученике која гласи: *Млади пишу великим почетним словом речи српског језика које не би требало тако писати*. Скоро половина ученика, односно 48%, изјаснило се да млади пишу великим почетним словом речи српског језика које не би требало да буду тако написане. Погрешна употреба великог почетног слова је препозната од скоро половине испитаних ученика, што указује да се не поштују правила правописа српског језика.

Када су питању одговори ученика на тврдњу *У писаној комуникацији на друштвеним мрежама са пријатељима поштујем интерпункцију и правопис српског језика*, чак више од половине испитаних ученика, 57%, изјаснило се да често или скоро увек поштује интерпункцију и правопис српског језика у писаној комуникацији на друштвеним мрежама. На тврдњу *Већина мојих пријатеља поштује интерпункцију и правопис српског језика* мали број испитаника, свега 31% ученика, изјаснио се да (често или скоро увек) већина њихових пријатеља поштује интерпункцију и правопис српског језика.

Мање од половине испитаних професора (44%) на тврдњу да *ученици у писменом изражавању показују квалитетно познавање правописа српског језика* сматра да је познавање правописа српског језика код ученика на задовољавајућем нивоу. Став професора који се односи на тврдњу да *ученици пишу великим почетним словом речи које не би требало* подељен је, јер 42% професора уочава да ученици пишу великим почетним словом речи које се према правилима српског језикаа тако не пишу, док се 47% професора са овом тврдњом не слаже.

Кроз анализу резултата свих студија, можемо закључити да је хипотеза 3 у потпуности потврђена.

7.4. ХИПОТЕЗА 4: Речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику

Резултати добијени кроз истраживање Корпуса дискусија на форуму Крстарица, гејмерских и модних форума и часописа ELLE

Кроз анализу корпуса закључили смо да за највећи број пружених адаптираних и неадаптираних енглеских лексема, запажа се да за овим речима нема потребе јер се оне у највећем броју случајева могу заменити домаћим. На нивоу свакодневне комуникације, утицај је најчешће био мотивисан жељом корисника да се истакну и осталим учесницима/саговорницима звуче интересантније и интелигентније. Дакле, радило се о психолошким разлозима лишеним језичке димензије. Примећена је и потреба корисника за енглеским речима како би показали своје познавање тематике која је отмена и, као таква, примамљива за велик број људи. Кроз анализу дискусија на форумима, где смо анализирали поруке корисника, што можемо довести у везу са свакодневним говором код младих, наилазили смо на велики број одступања од правилне употребе српског језика, а чак и великог броја граматичких и правописних грешака и велике употребе енглеских речи у разговорима. На овај начин је доказана постављена хипотеза да речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику.

Резултати добијени кроз истраживање корпуса са друштвене мреже Инстаграм

Нове дигиталне комуникационе технологије у великој мери утичу на језик, доносећи промене у правопису, лексици и граматици. Приликом писања порука тежи се уштеди на времену и простору, те се језик прилагођава таквим потребама и полако излази из оквира стандардног језика. Таква комуникација тежи једноставности и брзини, не поштује граматичка правила и ортографске норме те, као својеврсни сурогат комуникације лицем у лице, егзистира на граници између говорног и писаног језика.

Резултати анализа упитника за ученике и наставнике

Као што је више пута наглашено, енглески језик је доминантан када су информационе технологије у питању, па самим тим и када су у питању друштвене мреже, као један од новијих продуката информационих технологија. С обзиром на чињеницу да су информационе технологије ушле у све поре живота, који се у свом савременом облику не може без њих ни замислити, није ни чудо да су оне основни посредник преко кога енглески језик условљава значајне промене у српском језику.

Мање од половине испитаних ученика у Истраживању 1, односно само 35%, сагласно је са ставом да речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика. Одговори указују на то да већина испитаних ученика сматра да не треба прихватати речи из страних језика, јер оне матерњи језик не чине богатијим. Само 26% ученика сматра да је употреба англицизама оправдана, док већина њихову претерану употребу не сматра оправданом.

Интересантно да је већина, односно 58% професора, није задовољно културом изражавања ученика. Иако култура изражавања није на задовољавајућем нивоу, професори у великој мери могу утицати на њено побољшање и то не само исправљањем грешака које ученици направе, већ и константним указивањем на грешке које се могу видети и чути у њиховом окружењу. У упитнику намењеном професорима, одговори на тврдњу *Речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика* показују да половина испитаних професора, односно 53% , сматра да речник српског језика није богатији прихватањем речи из других језика.

На основу наведених резултата може се закључити да је хипотеза 4 потврђена, да речи преузете из енглеског језика не доприносе квалитету писане и говорне комуникације на српском језику.

8. ЗАКЉУЧНА РАЗМАТРАЊА

Као полазна основа израде овог рада послужиле су у првом реду књиге „Енглески у српском“ Твртка Прћића и „Теорија језика у контакту“ Рудолфа Филиповића.

Рад се састоји из два главна дела: теоријског и емпиријског дела. У теоријском делу рада приказан је опис концепта друштвених мрежа, однос младих према друштвеним мрежама као и опис најпопуларнијих друштвених мрежа. Такође, теоријски део рада је усмерен ка сагледавању садашњег стања преузимања речи из енглеског језика чему је претходило сагледавање стања у историјском развоју српског језика и уопште међујезичких утицаја као и друштвени фактори који су довели до инвазије речи из енглеског језика у српски језик. Емпиријски део рада обухватио је истраживања која су проведена првенствено на корпусу преузетог са друштвених мрежа, на корпусу преузетом из електронског и штампаног часописа и анализи корпуса преписке са друштвене мреже. Додатно, кроз анкетно истраживање испитан је значај и употреба енглеских речи у свакодневном говору код ученика трећег и четвртог разреда средњих школа, као и да ли професори примећују промене у начину употребе српског језика у усменом и писаном изражавању на часовима.

Предмет научног истраживања у овом раду је првенствено да се дође до сазнања да ли постоји директан утицај језика друштвених мрежа на употребу српског језика и у којој мери је тај утицај заступљен. Питања на која смо дали одговоре су:

- да ли и које проблеме ствара енглески језик у српском језику кроз језик друштвених мрежа употребом енглеских речи,
- да ли се и које промене јављају у правопису српском језику и на лексичком нивоу и
- да ли интернет сленг постаје део српског језика међу младима.

Задаци истраживања су били бројни и сложени и дефинисали смо их на следећи начин:

- Кроз концепт друштвених мрежа предочити њихов утицај на свакодневни живот младих и њихов однос према свакодневним активностима па тако и према језику.
- Утврдити да ли и у коликој мери млади размишљају о употреби енглеских речи и скраћеница разговору који воде и ван друштвених мрежа.
- Да ли онлајн језик постаје и офлајн језик?
- Да ли ученици користе језик друштвених мрежа на часовима током усмених излагања и у писаном изражавању?

Кроз резултате смо добили одговоре на сва постављена питања и постављени задаци су у потпуности довели до потврде постављених хипотеза.

Циљеви истраживањаведеног у овој дисертацији су превасходно били да се провери да ли и у коликој мери друштвене мреже утичу на промене које се дешавају у српском језику и да се дође до научних сазнања о улози и утицају који енглески језик има на српски, првенствено кроз утицај друштвених мрежа. С тим у вези је разматрано да ли се повећао број енглеских речи које су у употреби у српском језику, посебно код младих, и који би могли бити разлози за такву појаву. Такође, један од циљева је био и да се дефинише однос начина изражавања младих и утицаја друштвених мрежа, чиме се долази до могућих решења у начинима одвијања адаптације енглеских речи, што представља једини пут њиховог исправног укључивања у српски језик.

На основу спроведених истраживања, дошли смо до резултата који неспорно указују на то да су промене у српском језику под утицајем енглеског евидентне и да се и даље дешавају. Анализом тих резултата кроз два истраживања корпуса и два упитника која су обухватила - циљну групу младих, контролну групу професора који би требало да највише примећују промене у говору омладине, као и кроз текстове пласиране на једној од друштвених мрежа која је тренутно најпопуларнија - дошло се до резултата

који указују да се промене у српском језику дешавају свакодневно, односно у свакодневној комуникацији која се води на друштвеним мрежама. Са платформи друштвених мрежа овај начин комуникације, који се одвија на измењеном српском језику, неминовно се преноси на свакодневицу и постаје начин говора и мимо друштвених мрежа, односно доминантни говор данашњице.

Језик је друштвена појава и социолошка категорија, те је сасвим логично да његов развој тече упоредо са развојем друштва. Преносећи се с једне генерације на другу, он се у почетку развијао по имплицитној норми, као израз интуитивног осећања говорника. Са појавом писма долази до развоја експлицитне норме, јер су прве написане књиге биле уједно и први примери језичке стандардизације. Такав развојни ток имао је и српски језик.

Следећи закључак до којег се дошли анализом резултата истраживања проведених у оквиру овог рада је да ћирилично писмо није заступљено на друштвеним мрежама или да је заступљено мало и готово незнатно. Такође, изузетно је мали број људи који користе ћирилично писмо у свакодневној комуникацији на друштвеним мрежама. Према мишљењу М. Ковачевића, кључни разлог што у Србији, и уопште међу Србима, и даље доминантну улогу има туђе писмо, које се константно намеће, јесте то што држава, тј. власт, ни после више од деценије од усвајања исправне уставне одредбе у Члану 10. о службености српског језика нераздвојно од ћириличног писма, није ускладила Закон о службеној употреби језика и пис(а)ма с обавезом у реченом Члану 10 Устава, тако да у Закону постоји ставка о санкцијама за непоштовање језика и писма националних мањина, а не постоји ни један једини члан који би се односио на санкције за непоштовање уставне обавезе у вези с матичним језиком и писмом српскога народа и државе Србије. Такав, потпуно неуставан закон, по убеђењу Ковачевића је кључни разлог што у Србији и код Срба изван Србије и даље доминантну улогу има већинско туђе писмо, и то у свему што се исписује српским језиком и фигурира међу Србима.

Енглески језик врши сталан утицај на међународну заједницу у целини и на појединачне језичке заједнице, захватајући подједнако и

говорнике матерњих језика који га не знају и оне који га усвајају, како ван образовног система, тако и унутар њега. Ови говорници се у својим матерњим језицима енглеским служе повремено, али са већом или мањом учесталашћу, те он као такав има функцију допунског језика. Нове дигиталне комуникационе технологије у великој мери утичу на језик доносећи промене у правопису, лексици и граматици. Приликом писања порука на друштвеним мрежама тежи се уштеди на времену и простору, те се језик прилагођава новим потребама и полако излази из оквира стандардног језика. Таква комуникација, усмерена ка једноставности и брзини, не поштује граматичка правила и ортографску норму, те као својеврсни сурогат егзистира на граници између говорног и писаног језика.

Образовање младих и подизање њихове свести о значају очувања српског језика је први степен на којем се могу спречити непотребне промене у српском језику. Као што је наглашено, никако не забранама и директивом, јер се промене у језику не могу забранити, али се могу и морају свести на неопходни минимум.

Охрабрујуће је да се све чешће на друштвеним мрежама могу видети странице које промовишу правопис српског језика, културу изражавања, као и странице које управо указују на најчешће грешке у српском језику, као и на појаву нове терминологије која је не само непотребна већ и непожељна. Оснивање оваквих страница је продукт ентузијазма појединаца који се боре за очување српског језика и који су препознали проблеме који су истраживани кроз ову дисертацију. Резултати како ових истраживања, тако и оних пре, указују да се промене дешавају, да су често непотребне и неконтролисане, тако да евентуално институционално реаговање на друштвеним мрежама, можда креирањем већег броја страница које би биле спонзорисане, плаћене објаве (како би њихова прегледност била доступнија већем броју корисника) би допринела подизању свести управо код младих о значају контролисане употребе страних речи и поштовања правила употребе српског језика.

Наравно, кључну улогу у образовању имају професори који се, на основу резултата упитника, труде да исправљају све грешке како у усменом тако и у писаном изражавању ученика. Учитељи, професори српског језика,

професори енглеског језика и преводиоци, су они који морају бити темељ у очувању српског језика и који морају покренути читав систем деловања. Они не смеју остати имуни на било који вид измењеног изражавања код ученика, већ је неопходно да алармирају институције које би испитале степен измена у употреби српског језика код ученика, па да у односу на резултат испитивања донесу одређене мере којима би се даљи ток измена зауставио.

Једна од препорука која се односи на тежњу за смањивањем утицаја енглеског језика на српски, јесте потпуније језичко образовање. Његов општи циљ би морао бити систематско и системско трајно неговање доброг језика у школама и медијима, кроз темељно усађивање свести о значају језичке норме. Предложене мере се огледају у неговању културе изражавања, што се директно односи на наставу матерњег језика; затим у неговању контактне језичке културе, чиме се акценат ставља на квалитетнију наставу енглеског језика у нашим школама; па и у увођењу језичког саветника за појединце, органе и организације који на различите начине путем медија и Интернета утичу на широку народну популацију; а ту је и покретање новинских рубрика и ТВ емисија посвећених језику.

Давид Кристал је у својој књизи *Language and the Internet* (2001) рекао да никада не можемо предвидети како ће се језик мењати, можемо само да препознамо и опишемо ту промену онда када до ње дође. У случају контакта енглеског и српског језика вероватно најбољи исход којем се можемо надати јесте онај у коме ће језички хубрид егзистирати у виду неке врсте жаргона и бити карактеристика супкултуре младих, међу којима је и стекао највећу популарност. У идеалној ситуацији, он ће коегзистирати са стандардним језиком који ће припадници двојезичне супкултуре без већих интерференција употребљавати у школи и формалним ситуацијама. У сваком случају, битно је уложити велики труд у систематизацију увезених англицизама и у подизање свести о потреби очувања српског језика. О томе говори и Ранко Бугарски:

...Језик могу најбоље чувати и развијати сами његови говорници, јер без њиховог интересовања и ангажовања никаква решења наметнута одозго или понуђена са стране немају изгледа на успех. Зато је потребно ширити

друштвену свест о важности језика и могућностима које он пружа. Ово се пак не постиже идеолошки или политички инспирисаним прокламацијама, него дугорочним деловањем на подизању општег нивоа језичке културе... (Бугарски 2005: 267)

Као што смо већ нагласили, промене у било ком језику, па тако и у српском, су неминовне. Немогуће је донети директиве којима бисмо забранили употребу страних речи у свакодневном говору, али оно што је могуће је контролисати прилив страних речи, смањити либералан приступ наставника српског језика (али и наставника страних језика), јер су они најпозванији да реагују када приметите да ученици употребљавају стране речи током усменог и писменог изражавања на часовима.

Друштвене мреже као врста медија постају све присутнији, готово неизбежни, у нашој свакодневници. Млади проводе доста времена у комуникацији са пријатељима на друштвеним мрежама, а кроз студије у овом истраживању доказан је утицај друштвених мрежа на промене у говору омладине. Не постоји модел којим би се могао контролисати начин писане комуникације младих на друштвеним мрежама, али постоји начин да им правилним усмеравањем и темељним указивањем на грешке, током наставе подижемо свест о значају правилног изражавања. Тиме би се створила навика изражавања по правилим српског језика, која би се рефлектовала и у комуникацији на Интернету.

Имајући у виду социолингвистички значај англицизама, проблеме који се испољавају и могуће теже последице по српски језик, потребна су хитна и комплексна истраживања и планско, доследно и непрекидно ангажовање државних органа и надлежних институција на очувању српског језика и предузимању одговарајућих мера ради успостављања правилног преузимања и адаптације англицизама. Обавеза је лингвистике, односно државних научних институција за питање језика, да широким истраживањима утврде савремени степен развоја језика, предвиде перспективе развоја и у складу са тим коригују досадашње и утврде нове норме. Нужно је подићи ниво културе говора и писања, посебно у јавним медијима, а Интернет је данас најприсутнији медиј у нашим животима. Ерик

Шмит, директор компаније Гугл, је рекао: „Интернет је највећи експеримент о анархији који је човечанство икад имало“. Ово се показује као тачно из дана у дан, и као активни учесници свега што се дешава на новим медијима, крајње је време да свако по мало, својим личним активностима, допринесемо благом увођењу реда, јер свака реч коју напишемо говори о нама самима.

Очување националног идентитета кроз очување сопственог језика у време убрзаног развоја информационих технологија, био би Сизифов посао. Тражење српских речи и њихово прилагођавање свој терминологији како она надолази, дуго траје. Док ми нађемо одговарајућу реч, она више неће бити потребна јер се појавио неки нови термин. Међутим, и приликом преузимања терминологије морају постојати правила, ако не желимо да временом створимо неразумљиви језик за оне који не користе Интернет или не прате промене у језику. Треба увек имати на уму завештање језика Стефана Немање, изговорено на његовој самртничкој постељи, а записано руком Светог Саве:

„Чувајте, чедо моје мило, језик као земљу. Ријеч се може изгубити као град, као земља, као душа. А шта је народ изгуби ли језик, земљу, душу? Не узимајте туђу ријеч у своја уста. Узмеш ли туђу ријеч, знај да је ниси освојио, него си себе потуђио. Боље ти је изгубити највећи и најтврђи град своје земље, него најмању и најнензнатнију ријеч свога језика. Земље и државе не освајају се само мачевима него и језицима. Знај да те је непријатељ онолико освојио и покорио колико ти је ријечи потрао и својих потурио. Народ који изгуби своје ријечи престаје бити народ.“⁷⁰

⁷⁰ Завештање Језика, из књиге: Завештање Стефана Немање, писца Милете Медића.

9. МЕРЕ КОЈЕ СЕ ПРЕДЛАЖУ ЗА СМАЊЕЊЕ УТИЦАЈА ЕНГЛЕСКОГ ЈЕЗИКА НА СРПСКИ ЈЕЗИК И ПРЕПОРУКЕ ЗА ДАЉА ИСТРАЖИВАЊА

Рад може послужити као полазна основа при доношењу одређених стандарда за контролу промена у српском језику и на тај начин допринети научној заједници, али и широј јавности. Кроз подизање свести код младих о значају очувања српског језика, кроз едукацију током основног и средњег образовања о штетности непотребног коришћења страних речи у свакодневном говору, али и кроз увођење обавезних часова српског језика на свим факултетским јединицама може се у великој мери спречити инвазија страних речи, као и створити контролисани услови за употребу англицизама у српском језику, као и неки нови стандарди за њихово адаптирање.

Посматрајући српски језик кроз историју, а имајући у виду чињеницу да српски језик као и сви други језици има моћ да сам себе уређује, јасно је да у оваквим околностима директивна језичка политика не може много помоћи. Међутим, није решење ни апсолутна либерализација промена у језику, и поред тога што језик има своје механизме да сам ствара нове речи. Неопходна је контрола, строга контрола Одбора за стандардизацију српског језика, а неопходни су и механизми којима би се, евентуално, корисници могли приморати да садржаје које пласирају на Интернету постављају у складу са поштовањем норме српског језика. Наравно да се такав подухват може урадити само у координацији са стручњацима за информационе технологије, који би креирали програме који не дозвољавају кршење језичке норме и непоштовање правила српског језика. Кроз истинску сарадњу кључних стручњака: лингвиста, програмера и инжењера за информационе технологије, дошло би се до јединог могућег начина за превазилажење овог проблема.

Препорука за смањивање утицаја енглеског језика на српски језик је и у потпунијем језичком образовању, које би имало за циљ систематско и трајно неговању доброг језика у школи и ван ње, али и усађивање свести о значају поштовања и очувања језичке норме.

Предлажу се следеће мере које у том циљу треба предузети:

- неговање културе изражавања, што се директно односи на наставу матерњег језика;
- неговање контактне језичке културе, којом би се темељније бавила настава енглеског језика;
- увођење језичког саветника, који би био обавезан и обавезујући за оне кориснике језика који директно утичу на ширу популацију у оквиру Интернета;
- покретање новинских рубрика и ТВ емисија посвећених језику;
- успостављање боље језичке норме и стандарда, као реакције на овакву хибридизацију српског језика, првенствено кроз институције основних и средњих школа и факултета.

Кроз анализе резултата истраживања спроведених током овог рада, све постављене хипотезе су потврђене, што свакако отвара врата за наредна истраживања која би се бавила овом темом.

Друштвене мреже су одскора присутне у животима младих, а унеле су невероватном брзином велике промене, не само у употреби српског језика, већ и у начину и култури изражавања. Зато ће друштвене мреже бити неисцрпан извор будућих истраживања, посебно у аспекту начина комуникације и њиховог утицаја на друштвену заједницу.

Друштвене мреже не утичу само на промене у начину комуникације, већ је потребно у неком даљем истраживању, као наставак овог истраживања, урадити студију којом ће се утврдити да ли постоје промене у начину понашања младих кроз утицај друштвених мрежа.

Такође би се могао истражити утицај употребе дигиталне технологије, посебно рачунара и свих „паметних“ уређаја, на најмлађу популацију која

управо под утицајем ове технологије, енглеске речи усваја пре него речи свог матерњег језика.

Једно од даљих истраживања би, такође, могло бити и праћење писменог и усменог изражавања групе ученика током читаве школске године. На основу те студије могло би се утврдити у којој су мери у временском интервалу од годину дана присутне промене у употреби српског језика, те на основу добијених резултата проценити не само временски интервал, већ и степен промена које су се десиле, а самим тим и начин на који би се ова појава могла зауставити.

У овом раду су наведени само неки од могућих корака у циљу богаћења културе изражавања и заустављања негативног утицаја друштвених мрежа на ширу популацију, а пред будућим истраживачима је отворено широко поље истраживачких активности и могућих деловања који би могли допринети буђењу националне свести о значају српског језика и неопходности његовог очувања.

10. ЛИТЕРАТУРА

1. Бајић, С. (2009). Настанак правописне псеудонорме под утицајем енглеског језика. *Српски језик – студије српске и словенске*, 14(1–2), 331–346.
2. Бајић, С. (2010). *Англицизми у српском језику*. Бањалука: Бесједа.
3. Bloomfield, L. (1935). *Language*. New York: Henry Holt and Company.
4. Божић, Ј. (2003). Језичке позајмљенице у социолингвистичком кључу. *Гласник народне библиотеке Србије*, 5, 215–230.
5. Брборић, Б. (1996). Однос према туђицама с мером, али без аверзије. У Ј. Планкош (ур.), *О лексичким позајмљеницама* (стр. 27–51). Суботица – Београд: Градска библиотека Суботица; Институт за српски језик САНУ.
6. Brophy, J. (1987). Synthesis of research on strategies for motivating students to learn. *Educational leadership*, 45(2), 40–48.
7. Brophy, J. (2004). *Motivating students to learn*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
8. Бугарски, Р. (1993). *Језици*. Нови Сад: Матица српска.
9. Бугарски, Р. (1996). Стране речи данас: појам, употреба, ставови. У Ј. Планкош (ур.), *О лексичким позајмљеницама* (стр. 17–25). Суботица – Београд: Градска библиотека Суботица; Институт за српски језик САНУ.
10. Бугарски, Р. (1996). *Увод у општу лингвистику*. Београд: Чигоја штампа.
11. Бугарски, Р. (1997). *Језик у контексту*. Београд: Чигоја штампа.
12. Бугарски, Р. (2002). Морфолошка адаптација глаголских позајмљеница из енглеског. *Прилози проучавању језика*, 33, 58–77.
13. Бугарски, Р. (2009). *Европа у језику*. Нови Сад: Матица српска.
14. Бугарски, Р. (2005). *Језик и култура*. Београд: Чигоја штампа/XX век.
15. Balenović, K. (2011). Motivacija odraslih učenika za učenje engleskog jezika u kontekstu globalizacije. *Napredak: Časopis za interdisciplinarna istraživanja u odgoju i obrazovanju*, 152(2), 189–209.

16. Будинчић, В. (2018). *Англицизми у спортској терминологији*. Београд: Алфа БК универзитет.
17. Вујас, Џ. (1957). Doslovno prevođenje s engleskog jezika. *Jezik: časopis za kulturu hrvatskoga književnog jezika*, 6(1), 29–31.
18. Canale, M. (1983). From communicative competence to communicative language pedagogy. *Language and communication*, 1(1), 1–47.
19. Corder, S. P. (1983). Strategy of communication. In C. Faerch, & G. Kasper (Eds.), *Strategies in interlanguage communication* (pp. 81–85). London: Longman.
20. Crystal, D. (1997). *English as a global language*. Cambridge: Cambridge University Press.
21. Crystal, D. (2004). *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
22. Crystal, D. (2006). English Worldwide. In Hogg, Richard and David Denison (eds.), *A history of the English language* (pp. 420–444). Cambridge: Cambridge University Press.
23. Doderović, M. (2011). *Srednja Amerika prostor i stanovništvo*. Nikšić: Geografski institut Filozofskog fakulteta.
24. Dweck, C. S. (1999). *Self-theories: Their role in motivation, personality and development*. Philadelphia: Taylor and Francis/Psychology Press.
25. Ellis, R. (1982). Informal and formal approaches to communicative language teaching. *ELT journal*, 36(2), 73–81.
26. Emeneau, M. B. (1962). Bilingualism and structural borrowing. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 106(5), 430–442.
27. Filipović, R. (1960). *The phonemic Analysis of English Loan-Words in Croatian*. Zagreb: Institut of Phonetics.
28. Filipović, R. (1965). Principi lingvističkog posudjivanja I, Fonološki aspekt. *Filološki pregled*, 3(1–2), 117–131.
29. Filipović, R. (1966). Principi lingvističkog posudjivanja II, Morfološki aspekt. *Filološki pregled*, 4(1–4), 1–16.
30. Filipovic, R. (1977). Primary and secondary adaptation of loan-words. *Wiener Slavistisches Jahrbuch Wien*, 23, 116–125.

31. Филиповић, Р. (1990). *Англицизми у хрватском или српском језику: порекло, развој, значење*. Загреб: Школска књига.
32. Филиповић, С. (2003). Англицизми из регистра моде у српском језику: формална анализа. У: *Прилози проучавању језика* (стр.179–196). Нови Сад: Одсек за српски језик и лингвистику Филозофског факултета у Новом Саду.
33. Phillipson, R. (1996). Linguistic imperialism: African perspectives. *ELT journal*, 50(2), 160–167.
34. Górlah, M. (2003). *English Words Abroad*. Amsterdam/Philadelphija: John Benjamins Publishing Company.
35. Graddol, D. (2006). *English next*. London: British Council.
36. Haugen, E. (1950). The analysis of linguistic borrowing. *Language*, 26(2), 210–231.
37. Haugen, E. (1956). *Bilingualism in The Americas: A Bibliography and Research Guide* (Publication of the American Dialect Society 26). Alabama: University of Alabama Press.
38. Higa, M. (1979). Sociolinguistic aspects of word borrowing. In William Mackey and Jacob Ornstein (eds.), *Sociolinguistics Studies in Language Contact: Methods and Cases* (pp. 277–292). The Hague: De Gruyter Mouton.
39. Hyland, K. (2006). *English for academic purposes: An advanced resource book*. London: Routledge.
40. Ивић, П. (1986). *Српски народ и његов језик*. Београд: Српска књижевна задруга.
41. Јанковић, С. (1979). Транскрипција – проблем теоретског приступа. *Преглед*, 7–8, 857–859.
42. Jones, D. (1956). *An outline of English phonetics*. Cambridge: W. UK: Heffer.
43. Jovković, Lj. (1976). *Syntactic Development of Yugoslav Students of English* (Doctoral dissertation). State University, Florida.
44. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59–68.
45. Katicic, R., & Katičić, R. (1970). *A contribution to the general theory of comparative linguistics*. The Hague: De Gruyter Mouton.

46. Клајн, И. (1967), Страна реч – шта је то? *Зборник за филологију и лингвистику X* (стр. 7–24). Нови Сад: Матица српска.
47. Клајн, И. (2005). *Граматика српског језика*. Београд: ЗУНС.
48. Клајн, И. (2008). Пуризам и антипуризам у данашњем српском језику. *Јужнословенски филолог, LXIV*, 153–176.
49. Ковачевић, М. (1992). *Кроз синтагме и реченице*. Сарајево: Свијетлост.
50. Ковачевић, М. (1998). *Синтакса сложене реченице у српском језику*. Београд: Рашка школа.
51. Ковачевић, М. (2012). *Лингвостилистика књижевног текста*. Београд: Српска књижевна задруга.
52. Krzeszowski, T. (1990). *Contrasting languages : the scope of contrastive linguistics*. Berlin and New York: Mouton de Gruyter.
53. Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
54. Panić, O. (2006). How speakers of Serbian understand anglicisms: some empirical evidence. In Rasulić, K. & Trbojević–Milošević, I. (eds), *English Language and Literature Studies: Interfaces and Integrations – ELLSII Proceedings* (Vol. 1, pp.261–273). Belgrade: Faculty of Philology.
55. Пешикан, М., Јерковић, Ј., & Пижурица, М. (1993). *Правопис српског језика*. Нови Сад: Матица српска.
56. Пешикан, М. (1970). Лексичко благо нашег језика и нормативни однос према њему. *Наш језик, XVIII*, 80–92.
57. Планкош, Ј. (1996). *О лексичким позајмљеницама*. Суботица – Београд: Градска библиотека, Суботица; Институт за српски језик САНУ.
58. Поповић, И. (1955). *Историја српскохрватског језика*. Нови Сад: Матица српска.
59. Прћић, Т. (2006). Српски или англосрпски–питање је сад. У Б. Брборић, Ј. Вуксановић, Р. Гачевић (ур.), *Српски језик у нормативном огледалу* (стр. 412–422). Београд: Београдска књига.
60. Прћић, Т. (1996). Адаптација и стандардизација компјутерске терминологије из енглеског језика код нас. У Н. Винавер и др. (ур.), *Стандардизација терминологије* (67–74). Београд: САНУ.

61. Прћић, Т. (1997). *Семантика и прагматика речи*. Сремски Карловци – Нови Сад: Издавачка књижарица Зорана Стојановића.
62. Прћић, Т. (1999). Енглеско–српско лексичко контрастирање: потребе, поступци и примене. У Р. Шевић и др. (ур.). *6. симпозијум Контрастивна језичка истраживања* (стр 125–130). Нови Сад: Зборник радова. Филозофски факултет, Нови Сад; Југословенско друштво за примењену лингвистику Војводине.
63. Прћић, Т. (1999). Синоними у теорији и пракси; исто али ипак различито. *Језик данас*, 9, 14–20.
64. Прћић, Т. (2000). О синдрому миленијумске бубе у језику англосрпском. *Јужнословенски филолог*, 56(3–4), 867–873.
65. Прћић, Т. (2002). Предлози за нови Правопис (2): ка стандардизованом писању англицизама. *Језик данас*, 16, 14–25.
66. Prčić, T. (2003). Is English Still a Foreign Language?. *The European English Messenger*, 12(2), 35–37.
67. Прћић, Т. (2003). Предлози за Нови Правопис (3): Псеудо Норма Несме Победити. *Језик данас*, 17, 17–25.
68. Прћић, Т. (2004), Англицизми у нашој свакодневној пракси: како из концентричних зачараних кругова? У: Ј. Планкош (ур.), *Живот и дело академика Павла Ивића* (стр. 311–325). Београд: Српска академија наука и уметности.
69. Прћић, Т. (2004). О англицизмима из четири различита али међусобно повезана угла. *Зборник Матице српске за филологију и лингвистику* (стр. 113–129). Нови Сад: Матица српска.
70. Прћић, Т. (2005). *Енглески у српском*. Нови Сад: Змај.
71. Прћић, Т. (2005). И ми реч за трку имамо: српски насупротив англосрпском. *Свет речи*, 19–20, 18–24.
72. Радић–Бојанић, Б. (2007). *Неко за чат?! Дискурс електронских ћаскаоница на енглеском и српском језику*. Нови Сад: Филозофски факултет, Футура публикације.
73. Радовановић, М. (1996). *Српски језик на крају века*. Београд: Институт за српски језик САНУ, Службени гласник.

74. Радовановић, М. (2003). *Социолингвистика*. Сремски Карловци – Нови Сад: Издавачка књижарица Зорана Стојановића.
75. Sapir, E. (1921). *Language: An Introduction to the Study of Speech*. New York: Harcourt, Brace.
76. Smith, L. P. (1948). *Words and idioms: studies in the English language*. London: Constable.
77. Станојчић, Ж., & Поповић, Љ. (2005). *Граматика српског језика*. Београд: Завод за уџбенике и наставна средства.
78. Стојичић, В. (2003). *Неологизми у енглеском језику и њихова адаптација у српском: теоријски и практични аспекти* (магистарски рад). Филозофски факултет, Нови Сад.
79. Сурдучки, М. (1978). *Српскохрватски и енглески у контакту*. Нови Сад: Матица српска.
80. Танасковић, Д. (1982). Социолингвистички аспекти идеологизације позајмљеница. У Д. Вуловић & З. Стојиљковић (ур.), *Језик у савременој комуникацији* (95–116). Београд: САНУ.
81. Видачић, А. (2000). Процес калкирања из енглеског језика у српском. *Годишњак филозофског факултета*, 28, 129–141.
82. Weinreich, U. (1953). *Languages in Contact. Findings and Problems*. New York: Linguistic Circle of New York.
83. Whitney, W. D. (1881). On mixture in language. *Transactions of the American Philological Association (1869–1896)*, 12, 5–26.
84. Yule, G. (2010). *The Study of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Интернет странице

<https://www.ekspres.net/scena/zaboravili-smo-srpski-jezik-i-svoju-kulturu>

(приступљено 05.01.2021)

<http://www.innocentenglish.com/news/texting-abbreviations-collection-texting-slang.htm> (приступљено 05.01.2021)

www.acronymfinder.com (приступљено 07.01.2021)

<https://www.engadget.com/2020-03-24-facebook-is-struggling-to-keep-up-with-unprecedented-traffic.html> (приступљено 09.01.2021)

- <https://nasamreza.rs/informisi-me/biznis-savetnik/1573159980> Facebook-Statistika-za-Srbiju-2019- (приступљено 09.01.2021)
- <https://trends.google.com/trens/> (приступљено 12.01.2021)
- <http://sharethis.com/> (приступљено 12.01.2021)
- <https://www.stat.gov.rs/sr-Latn/vesti/20190920-godisnje-istrazivanje-o-ikt/> (приступљено 14.01.2021)
- [https://www.entrepreneur.com/.](https://www.entrepreneur.com/) (приступљено 19.01.2021)
- <http://time.com/4793331/instagram-social-media-mental-health/> (приступљено 01.02.2021)
- <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/> (приступљено 05.02.2021)
- <https://ellectadigital.rs/instagram-u-srbiji-svi-smo-tu/> (приступљено 05.02.2021)
- <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (приступљено 08.02.2021)
- <https://www.globalwebindex.com/> (приступљено 09.02. 021)
- <https://www.oberlo.com/statistics/most-popular-social-media-platforms> (приступљено 14.02. 2021)
- <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/upotreba-ikt/upotreba-ikt-pojedinci/> (приступљено 20.02. 2021)
- <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/upotreba-ikt/upotreba-ikt-pojedinci/> (приступљено 26.02.2021)
- <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2014/04/the-first-emoticon-may-have-appeared-in-1648/360622/> (приступљено 05.03.2021)
- <https://www.glassrpske.com/lat/plus/intervju/milos-kovacevic-srpski-jezik-i-cirilica-nikada-nisu-bili-ugrozeniji/133245> (приступљено 11.03.2021)
- <http://www.srpskijezickiatelje.com/transkripcija-sa-engleskog-jezika> (приступљено 11.03.2021)
- <http://www.cirilica-beograd.rs> (приступљено 14.03.2021)
- <https://iskra.co/kultura/udruzenje-za-zastitu-cirilice-srpskog-jezika-prof-dr-milos-kovacevic-dobitnik-nagrade-mrkalj-i-vuk/> (приступљено 19.03.2021)

<https://www.in4s.net/kovacevic-zaustaviti-odumiranje-cirilice/> (приступљено 19.03.2021)

<http://www.cirilica-beograd.rs> (приступљено 19.03.2021)

<https://timerobber.wordpress.com/> (приступљено 26.03.2021)

<https://europa.eu/european-union/about-eu/eu-languages> (приступљено 11.04.2021)

<https://elle.rs/Moda/Trendovi/a32278/Trenerke-su-nove-farmerke-evo-kako-da-ih-nosite-kao-Francuskinje.html>

<https://elle.rs/Stav/Zivot-i-ljubav/a32248/Rec-urednice-Kako-preziveti-oktobar.html>, (приступљено 19.10.2021)

Речници

1. Rooney, K. (Ed.). (1999). *Encarta world English dictionary*. London: Bloomsbury.
2. Summers D. (1995). *Longman Dictionary of Contemporary English* (Third edition). Harlow: Longman Dictionaries.
3. Оташевић, Ђ. (2008). *Велики речник нових и незабележених речи*. Београд: Алма.
4. Prčić T., Vasić V., Neugebauer G., (2001). *Du yu speak anglosrpski? Rečnik novijih anglicizama*. Novi Sad: Zmaj.
5. Стевановић, М., & Јонке, Љ. (1967–1976). *Речник српскохрватског књижевног језика*. Загреб – Нови Сад: Матица српска, Матица хрватска.
6. Матић, Љ. (1959). *Речник српскохрватског књижевног и народног језика*. Београд: Институт за српскохрватски језик.
7. Вујаклија, М. (1991). *Лексикон страних речи и израза*. Београд: Просвета.


ПРИЛОЗИ

Прилог 1: Дискусија на форуму Крстарица

Слике екрана дискусије из 2008. године

☰ **Krstarica** FORUM [Prijava](#) [Registracija](#) ⚡

горе када те тера да сам то сконташ. 😊

 **blackmore95**
Domaćin


15.07.2008. u 23:06 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #134

нема ништа горе када те тера да сам то сконташ. 😊
[/b]/[/QUOTE]

A josh gore shto to namerno rade

Daju sebi neki osecaj moci verovatno

☰ **Krstarica** FORUM [Prijava](#) [Registracija](#) ⚡

 **elle0308**
Primećen član

15.07.2008. u 19:55 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #128

pa ne moras da das odgovor ako neces

nego, glupo je sto si citirao ono:kad vec neko sam ne ume da resi svoje probleme ili tako nesto


a najnormalnije sam pitala momke, nevezano za ovaj nazovi problem(koji ponavljam nisam trazila da ga resite)

jedino mi preostaje da prepadam sve muskarce koje poznajem zasto je tako, umesto da pitam na forumu

a posto je apsurdno da prepadam muskarce na ulici, pitala sam na forumu

moгу ja i da se foliram da sve znam, pa da nikad ne saznam odgovore na moja pitanja


☰ **Krstarica** FORUM [Prijava](#) [Registracija](#) ⚡

 **gost 94023**
Ističe se

14.07.2008. u 11:49 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #72

Text ti je tako konfuzan,a ti si toliko derle da ne znam šta da ti kažem...Možda čovek ostao bez kredita na mobilan...

☰ **Krstarica** FORUM [Prijava](#) [Registracija](#) ⚡

 **The Look**
Aktivan član

14.07.2008. u 19:56 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #106


zabavan! 😊

a sto samo meni pricas, a? i ja sam rekao sta da radi... 😊tkacio: nemoj da mi govoris mars bre!
sad ce da prsne ban jer joj se moze...

E bas nece... ali me svrbi dlan da ti obrisem poruku...

Jes jes, kazes nesto u jednom postu i onda lupeta nesto sto nema veze sa temom. Imate spam temu, hajde sad, niste ovce pa da vas teram, mozete i sami...

☰ **Krstarica** FORUM [Prijava](#) [Registracija](#) ⚡

 **gost 114527**
Veoma poznat


15.07.2008. u 16:58 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #111

Happy girl! 😊

Mrzi me da objasnjam celu pricu,fora je da me on bas nesto i ne gotivi trenutno verovatno jer se nisam kao dovoljno potrudila(sta god to treba da znaci)? 😊 Saveti please!? I da li uopste imam neke sanse?

Ne vidim zašto bi lomila vrat oko njega...ako te ne gotivi ne gotivi te...ma koliko to glupo i odvratno zvučalo batali to....

☰ **Krstarica** FORUM [Prijava](#) [Registracija](#) ⚡

 **naancy90**
Poznat

12.07.2008. u 13:57 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #51

mukica, ko zna shta mu se desilo, i ti bash tad dodjesh 😊
sad nemoj vise nishta da radish, chek prvo da vidish reakciju...

koje si godishte?

Krstarica FORUM [Prijava](#) [Registracija](#)

gost 114527
Veoma poznat

10.07.2008. u 13:06 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #22

M16_warrior:
Neznam dal da upisem Likovnujer se prica da su tamo svi

Koja si ti glupa srpska seljačina....ne mogu da verujem.Izvini na uvredi, ništa lično.*****??
OMG....Nemam reči.Stvarno...Pa šta ako su ljudi homoseksualci....može li tebe neko da zaskoči ako ti to ne želiš??Mislim da ne može.....ili si ti samo nesiguran u svoje seksualno opredeljenje....Čoveče upiši ono što želiš, prati svoje snove, boli te uvo ko je tamo ili ne...šta bi sa onim seksualna sloboda i sloboda u svakom smislu za šta se danas zalažemo....Živi svoj život i pusti druge da ga žive, šta te se tiče ko je još na faxua i to su glupe predrasude.Ovo je moj odgovor ako je reč ***** upotrebljena u smislu homoseksualac.

Krstarica FORUM [Prijava](#) [Registracija](#)

zivotu volio da radim...POMAGAJTE:-)

Razredjivach
Primećen član

08.07.2008. u 17:56 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #8

lleshko:
Imam ja jedan problem.kako da se odlucim koji fax da upisem, jer stvarno nemam ideju...ne znam sta bih u zivotu volio da radim...POMAGAJTE:-)

Sigurno postoji neshto shto te bar malo privlachi ili ti ide bolje od ostalih predmeta !

Evo ti spisak svih fakuleta ovde.

gost 94023
Ističe se

08.07.2008. u 18:22 - Teen problemi (Obavezno pročitati uvodni post) #9

Koliko vidim ovde ima da pljušte banovi...Pridržavajte se pravila!

Krstarica FORUM [Prijava](#) [Registracija](#)

Samantha Jones
Elita

28.05.2008. u 23:43 - Хомосексуалци #78

ZORO:
Pa nesto ne vidim da ste ubijeni a ima vas na forumu dosta.

Forum je jedno a RL je drugo,..osim ako nisi ubedjen da je to sve isto :shock:

ZORO-
Iskusan

28.05.2008. u 23:44 - Хомосексуалци #79

sponzorusa35:
Ali ce zato svi na forumu znati da nismo homoseksualci ili mozda pomisle da jesmo pa flertovanjem prikivamo istinu o nama! Ko zna?
Eto idem da demonstriram svoju forumsku slobodu i pritisnem X pa na spavanje!

Nda ja sam gey jel to poenta? 8)

Pa i to je licna sloboda. Aj lepo spavaj.

Krstarica FORUM [Prijava](#) [Registracija](#)

ca i homoseksualci se prijavljuju...

berislav83
Domaćin

28.05.2008. u 23:36 - Хомосексуалци #68

citam neke postove i dosao sam do zakljucka,smatram da homosexualizam nije bolest,po meni je bolest kad nekoga zanima sta neko radi u svom krevetu i sa kim.drugo,pre neki dan smo imali primer kako je ocuh asovom ubio posinka,znaci nista ne moze da garantuje da ce dete biti srećnije ako zivi sa mamom i tatom ili sa tatom i tatom i obrnuto,ako dete zivi sa ocem alkoholicarom,da li to znaci da ce i dete jednog dana postati alkoholicar?najsmesnija mi je izjava kada neko homosexualce osusjuje zbog bele kuge u srbiji,a ja pitam sta mi,momci i devojke radimo po pitanju nataliteta,osim sto je nekima bitnije da imaju extra kola ili da svako vece izlaze po splavovima?i ja sam za to da decu usvajaju i homoseksualci naravno finansijki situirani i verovatno ce dobiti vise ljubavi nego od roditelja kojih su ih odbacili.inace homosexualizam postoji od kako je sveta i veka i ako je bolest kako se leci?da li postoji neka terapija?

krstarica FORUM Prijava Registracija



pater.familias
Gost

28.05.2008. u 23:27 - Хомосексуалци #63

Tvoja sloboda je sažeta u jednom karakteru slovu kako god 'X'. 😊



sponzorusa35
Obećava

28.05.2008. u 23:28 - Хомосексуалци #64

ZORO-: 🗨️

Valjda imam i ja tu slobodu onda jel? 😊
Samo ja necu iznositi izmisljene cinjenice vec istinite i realne.

Jos i vecu !Covece upravo si mi namignuo i ja ti uzvracam "mig",eto ti slobode flertovanja! 😊😘



ZORO-
Iskusan

28.05.2008. u 23:32 - Хомосексуалци #65

sponzorusa35: 🗨️

Jos i vecu !Covece upravo si mi namignuo i ja ti uzvracam "mig",eto ti slobode flertovanja! 😊😘

Necemo se leba najesti od tog flertovanja. 😊



Iskusan

28.05.2008. u 23:00 - Хомосексуалци #38

didy_yu: 🗨️

ima malo pomodarstva u svemu tome ..

znaci... rispekt...
sto se tice njihovih prava... ja sam za to da im se dozvoli da imaju dva obroka dnevno, litru koka-kole i da moraju u roku od mesec dana da nauce da pozdrignu i da kazu rec od najmanje 10 slova... "kisela voda", na primer...



sponzorusa35
Obećava

28.05.2008. u 23:00 - Хомосексуалци #39

ZORO-: 🗨️

Sponzorusa od 35 godina. 😊

Pa zasto ne? Sponzorise me jedna jedina osoba(moj muz) od moje 19-e pa lepo i meni i njemu,a je li treba vise sponzora da bih zasluzila ovo korisnicko ime?

krstarica FORUM Prijava Registracija

ma da ajd tako je samo me pusti na miru. 😊

Pa super,ako se zamore nek pritisnu x na monitoru i odu spavati.Forum je za "slobodu" u svakom smislu pa i u pisanju propagande !



ZORO-
Iskusan

28.05.2008. u 23:23 - Хомосексуалци #58

Takodje uopste nije tacna informacija da na zapadu gejizam smatraju za normalnu stvar. Bio sam tamo i kad neki tradza prodje ulicom svi se krste i sklanjaju od njega(bukvalno ko od leproznog), ali cute i ne fermaju ga.

Tako da iako nije zakonom zabranjeno i iako se oni setaju i exponiraju vecini ljudi su prosto nenormalni.



Хомосексуалци | 2. st...
forum.krstarica.com



krstarica FORUM Prijava Registracija

истрбила куга и то права ,а не бела..... 😊

Razumem,generale!



ZORO-
Iskusan

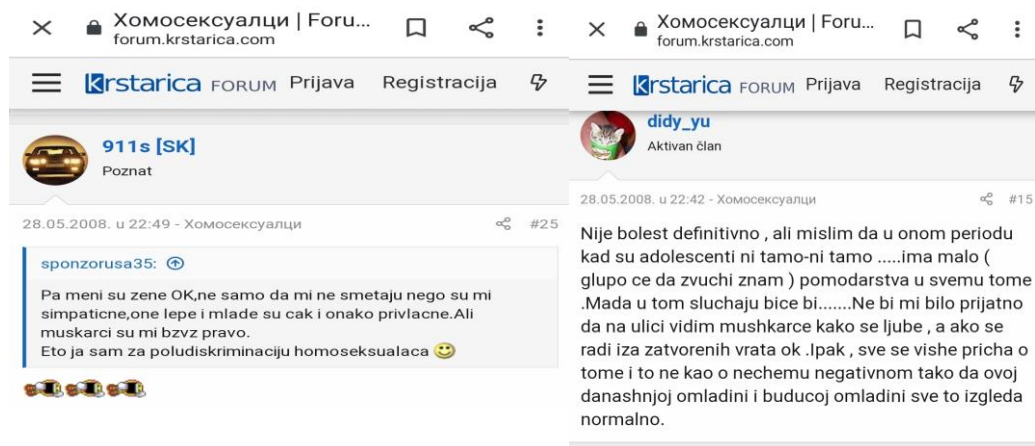
28.05.2008. u 22:57 - Хомосексуалци #36

Samantha Jouns: 🗨️

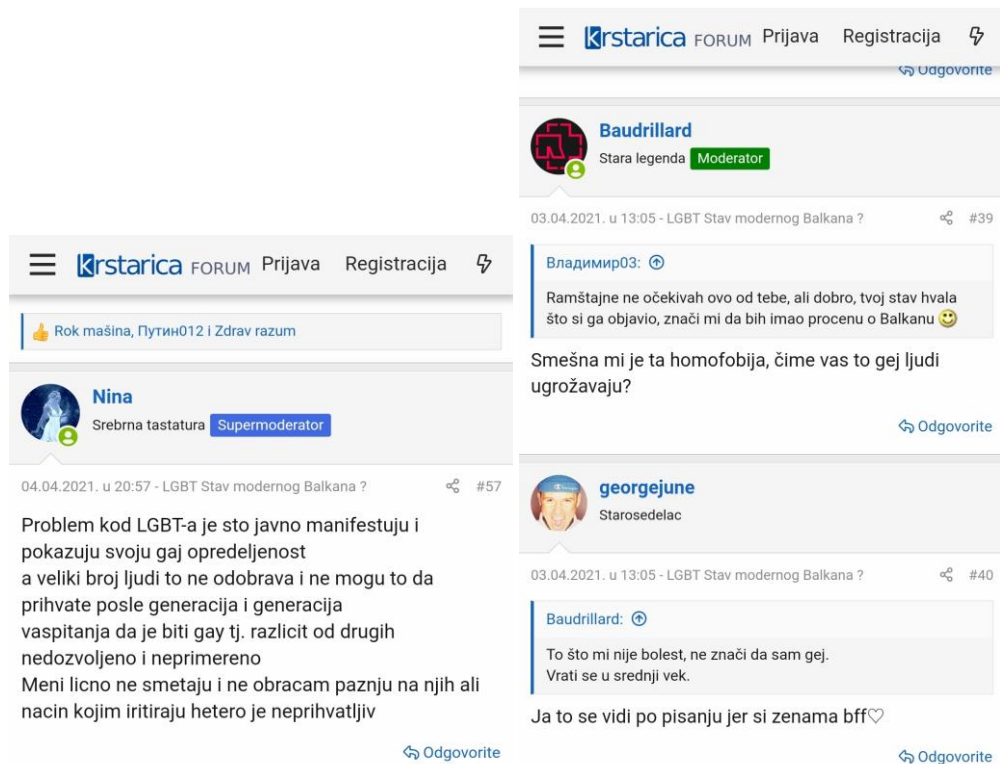
Ne mislim da je homoseksualizam bolest! Tako nesto smao ograniceni i konzervativni ljudi mogu da pomisle,...jer nemaju pojma ni o cemu i onda tako banalizuju stvari.....

Gde vam je Tolerancija!!!

Tolerantan sam prema svemu sto jeste za toleranciju, za gejizam nemam ni trunke tolerancije. Isto kao i ubistvo, silovanje, kradja, to se ne tolerise. Nisu sve stvari za toleranciju.



Слике екрана дискусије из 2021. године



krstarica FORUM Prijava Registracija

LokiMacak
Domaćin

03.04.2021. u 13:03 - LGBT Stav modernog Balkana ? #36

eto,standardne glopsti čim neko nije homofob odmah ga homofobi proglašavaju da nije strejet

Baudrillard

Путин012
Zainteresovan član

03.04.2021. u 13:04 - LGBT Stav modernog Balkana ? #37

Baudrillard: Ništa gore od zatucanih ljudi koji sve što se razlikuje od njih proglašavaju za bolest.

Pa, da ne provociraju namerno i da se naprimer gej muškarci ne ponašaju kao žene možda i ne bi smatrao bolešću, al ono to mi je skroz nejasno, ako si gej i voliš muške, ne znači da si žensko i da treba da se ponašaš kao žensko. Mada svakako je bolest po većini ovde, jer ono nije zdravo kad si muško da se trpaš u rčma al ok.

krstarica FORUM Prijava Registracija

Duki Lu

Duki Lu
Elita

02.04.2021. u 16:21 - LGBT Stav modernog Balkana ? #14

Neću se previše bviti temom, lajkovala sam postove koji su slični mom stavu u vezi pitanja homoseksualaca.

Mislim da se previše medijske pažnje posvećuje ovom 'problemu', štaviše, homoseksualizam se popularizuje svepod zastavom zaštite nečijih prava.

Verovatno je oduvek bilo istopolne sklonosti, ali se doživljala kao sramota i krilo se od očiju javnosti.

Danas, što luđe - to bolje.

Interesuje me koliko alkohol i psihoaktivne supstance doprinose 'opuštanju' i 'buđenju svesti' o seksualnoj orijentaciji?

LGBT Stav modernog ...
forum.krstarica.com

krstarica FORUM Prijava Registracija

Baudrillard
Stara legenda Moderator

03.04.2021. u 13:01 - LGBT Stav modernog Balkana ? #33

georgejune: Jel znaju tvoji da si homoseksualac

To što mi nije bolest, ne znači da sam gej. Vрати se u srednji vek.

krstarica FORUM Prijava Registracija

va je normalno ne bi nas bilo jer se oeca ne bi rađajla ocigledno

Zdrav razum, Duki Lu i Путин012

Jugoslav Čvarak
Veoma poznat

02.04.2021. u 10:25 - LGBT Stav modernog Balkana ? #5

Biti homoseksualnim je devijacija u smislu otklona od uobicajenog, ali nije nikakva bolest koja se moze liječiti, takav se covjek rodi.

Moze se dogoditi bilo kome, moglo se dogoditi meni, sretan sam da nije zbog toga sto ti ljudi nose ozbiljnu stigmatu na sebi i nije im lako.

Da imam dijete i da je gay, sigurno ga se ne bi odrekao, imalo bi moju roditeljsku podrsku, medjutim - gologuzo kreveljenje, pradiranje i općenito pederofasizam prema heteroseksualcima mi se iz dna duse gadi.

Ideja o usvajanju djece isto, tu sam strogo protiv.

Sto se tice tih pederskih, razularenih, gologuzih kolona koje mi se toliko gade, da sam prisiljen birati setati u pedersko-lezbijsko koloni, ili onoj koja bi pedere i lezbe kamenovala ili tukla, ipak bi s gologuzanima i gologuzankama.

LGTB nije ni normalno, ni bolesno, vec jednostavno devijantno.

Kakve vas osobe privla... forum.krstarica.com

Krstarica FORUM Prijava Registracija

Baad_Boy i gost 424993

gost 424993
Contributor

14.05.2021. u 22:54 - Kakve vas osobe privlace i zasto #167

Nepriлагођена:

Mrak je unutra...ne vidi se.

Hajd da ne idemo u off topic previše. 🤖 Supermodovi ima da prebace pola teme u pub xD

Odgovorite

Baad_Boy i Nepriлагођена

Kakve vas osobe privla... forum.krstarica.com

Krstarica FORUM Prijava Registracija

Baad_Boy i gost 424993

gost 424993
Contributor

14.05.2021. u 22:54 - Kakve vas osobe privlace i zasto #167

Nepriлагођена:

Mrak je unutra...ne vidi se.

Hajd da ne idemo u off topic previše. 🤖 Supermodovi ima da prebace pola teme u pub xD

Odgovorite

Kakve vas osobe privla... forum.krstarica.com

Krstarica FORUM Prijava Registracija

Nepriлагођена
Leptirica Moderator

14.05.2021. u 22:36 - Kakve vas osobe privlace i zasto #151

Idem ja dok me neko nije linčovao...

Odgovorite

Baad_Boy

Baad_Boy
Poznat

14.05.2021. u 22:36 - Kakve vas osobe privlace i zasto #152

Baby Yoda:

Tebe tagujem jer si baja čije se mišljenje stavlja na pedistal 😊

Znaaaaaaam.

Malo malo pa me banuju.

Da ne kazem sto sam cenzurisan.

Odgovorite

Kakve vas osobe privla... forum.krstarica.com

Krstarica FORUM Prijava Registracija

Путин012:

A ja sam starac ? 🤔👴

Čim sam te tagovao znači da si teen.

Odgovorite

Путин012 i Nepriлагођена

Nepriлагођена
Leptirica Moderator

14.05.2021. u 22:20 - Kakve vas osobe privlace i zasto #130

Baby Yoda:

Čim sam te tagovao znači da si teen.

Vidiš...Mene nije ..A ja sam večni teen,

Odgovorite

krstarica FORUM Prijava Registracija

♥ Baad_Boy

Baad_Boy
Poznat

14.05.2021. u 20:31 - Kakve vas osobe privlace i zasto #117

Baby Yoda: ☺

I da ima za šta da uhvatiš, je li tako?

Nije neophodno ono bas.

Ali mora da ima neki majndset neke fabricke postavke..m

Odgovorete

Kakve vas osobe privla... forum.krstarica.com

krstarica FORUM Prijava Registracija

Contributor

14.05.2021. u 14:28 - Kakve vas osobe privlace i zasto #86

gost 424993
Contributor

Neprikladna: ☹

Nije valjda da si tek sada skapirao?

Veruj mi, jeste. Ali vidiš, dobro je da se to ispostavilo tačnim. Jer ja nisam znao da si ti jedna ista osoba. Ni ime ni avatar nisu isti. I onda pričam sa tobom normalno i skroz si gotivna. I onda provalim da sam ja tebe gotivio i pre ovoga. Fail.

Odgovorete

krstarica FORUM Prijava Registracija

Neprikladna: ☹

Mene ne zoveš izdajniče?

Zato sto je za tinejdzere. Sorry. Od sada te zovem! Hajd, kakve te osobe privlace?

Odgovorete

🤔 Путин012 | Neprikladna

krstarica FORUM Prijava Registracija

Neprikladna: ☹

Ja sam previše toga izgubila ...I jako malo dobijam..Ali , navikli sam i tomi je sada prihvatljivo.

Ako si čitala moj skorašnji blog, znaćeš kako mi je. 🤔

Odgovorete

Neprikladna

Tina
Primećen član Moderator

14.05.2021. u 14:37 - Kakve vas osobe privlace i zasto #98

Baby Yoda: ☺

Ja sam izgubio i nikako da dobijem nešto. 🤔

Što ovo odiše nekom misterioznošću 😊

Odgovorete

krstarica FORUM Prijava Registracija

Contributor

14.05.2021. u 14:30 - Kakve vas osobe privlace i zasto #89

Neprikladna: ☹

Pa...imamo i nekih razmenjenih mišljenja u pp...Kako nisi ukapirao ...Yodo, Yodo...

Da, pogledao sam ali tamo piše prepiska po tvom starom nick-u. I onda sam malopre pogledao i vidim drugi nick. I ja patos.

Odgovorete

Kakve vas osobe privla... forum.krstarica.com

krstarica FORUM Prijava Registracija

Kakve vas osobe privlace i zasto

gost 424993 · 13.05.2021.

1 od 7 | Sledeća ▶▶

gost 424993
Contributor

13.05.2021. u 23:43 - Kakve vas osobe privlace i zasto #1

Naslov teme je ujedno i pitanje. Mene su u godinama dok sam bio tinejdzder privlacile goticarke. Obozavam crnu boju, crveni karmin na devojci. Taj neki cudan zivotni duh koje imaju. Prva devojka nije bila goticarka, ali je postala kroz vezu sa mnom. Najsss.

Vi?

Прилог 2. Слике екрана дискусија са гејмерских и модних форума

ajde molim vas!

 (abc, 22. jul 2019 17:29) # Link komentara

Preporučujem (+75)

Ne preporučujem (-8)

Ovim potezom pravi influenseri su na gubitku, a ovi „lazni influenseri,“ mogu samo da dobiju. Razlog? Firme koje su nudile sponzorstva influencerima, pomocu broja lajkova na slikama su mogli da vide da li je to lazan profil, sa kupljenim pratiocima ili ne.

To najvise mozete videti kod Nasih „influensera“, gomila njih ima preko 100.000 pratilaca a na slikama jedva da predju 1000 lajkova. Prosto je nemoguće da tako Mala zemlja ima toliko infuensera da Moze da se meri sa velikim brojem zemalja na zapadu. Ili smo toliko zaludni pa po ceo da visimo na drustvenim mrezama

(S, 22. jul 2019 17:29) # Link komentara

Preporučujem (+184)

Ne preporučujem (-24)

Lepe vesti... mozda ce morati da nadju posao sad umesto sto bloguju,vloguju,influensuju i tako to...

 (Lumino, 22. jul 2019 17:15) # Link komentara

 (Zohan, 22. jul 2019 20:16) # Link komentara

Preporučujem (+178)

Ne preporučujem (-6)

Nisu "likes" jedino merilo. Firme koje placaju reklame racunaju sve interakcije, znaci: broj pratioaca, likes, komentara.... a najvaznije je koliko ljudi klikne na link za proizvode koje doticni reklamira. Svaki puta kada neko ode na taj link i kupi proizvod, taj koji je postirao link dobija % od toga. Znac pravi influenseri nece biti ni najmanje ugrozeni, bice ugrozeni pacenici koji kupuju pratioce.

(Likes etc, 22. jul 2019 19:35) # Link komentara

Preporučujem (+108)

Ne preporučujem (-8)

Budale neka padaju u depresiju, kako zaliti coveka kojem su lajkovi smisao zivota i statusa u drustvu. Jedino mi se ova opcija svidja zbog maloletnika bez izgradjenog samopouzdanja, bice malo manje od uticajem idiota. Od "influensera" dobijem proliv, ne pratim nijednog.

 (Marko, 22. jul 2019 19:15) # Link komentara

Preporučujem (+153)

Ne preporučujem (-5)

Neko zivi od lajkova... Gde ide ovaj svet, moj Tesla... Niko za knjigu da se uhvati. Deca u 13 godina piuu lekove za depresiiu ier nemaiu

Pa skrinsotujem lajkove i ispod slike objavim .. Ahahahahajajaj... Bedni su ljudi koji koriste instagram... Glupani.. I generalno zavisnici od drustvenih mreza

 (stefan, 22. jul 2019 16:29) # Link komentara

Preporučujem (+121)

Ne preporučujem (-39)

Ima bogal!

(Dule, 22. jul 2019 16:27) # Link komentara

Preporučujem (+72)

Ne preporučujem (-12)

Kako li će ovo da prežive razne starlete, misice i ostale da ne kažem šta, jer broj lajkova je njihov smisao života.

(Petar, 22. jul 2019 16:14) # Link komentara

Preporučujem (+192)

Ne preporučujem (-16)

Ukloniti dugme lajk. Milioni mladih pada u depresiju zbog toga.

 (sindikati, 22. jul 2019 16:04) # Link komentara

Preporučujem (+478)

Ne preporučujem (-14)

Vratice se na fb pola njih.

Samo ne kontam zasto bi me interesovao broj lajkova kod nekoga. A influenseri ce moci da pokazu broj lajkova bilo kome kome zele da prodaju post. Vec vidim bolesnike za lajkovima u psihijatrijskim ustanovama jer im niko ne vidi koliko su "popularni"...

 (despot, 23. jul 2019 00:28) # Link komentara

Preporučujem (+24)

Ne preporučujem (0)

Influenseri su proizvod drustvenih mreza. Bez njih bi drustvene mreze propale. Ujedno ove mreze sluze za podizanje samopouzdanja zenama. Ljudi koji ne zaraduju na instagramu samo dzabe trace svoje vreme na lajkove, komentare i "udvaranje".

(Dragoslav, 23. jul 2019 00:02) # Link komentara

Preporučujem (+13)

Ne preporučujem (-4)

Po komentarima sam shvatio da ogromna vecina ljudi puca od zavisti prema tim "influenserkama". Zene ljubomorne sto i one ne izgledaju tako, muskarci besni sto ne mogu da ih imaju. Pa lece svoje frustracije po komrntarima. Ljudi pa zar vi mislite da se ne vidi koliko ste nezadovoljni svojim zivotima... promenite sebe na bolje, pa ce doci i seks i sve. Niko vam ne duguje nista, dzaba ste ogorceni tako, nece vam

Dugo nisam cuo bolju vest... Svaka cast na svesti da trenutno stanje ide u provaliju... Zivot nije lajk i ne treba da se zivi za lajk kao sto se to danas radi.

(Nemanja, 23. jul 2019 07:25) # Link komentara

Preporučujem (+27)

Ne preporučujem (-2)

Ovo nista nece promeniti. Sada ce glavonje da postave fotku pa posle dan dva screenshot te iste slike sa brojem lajkova. I idemo u krug. A balavci ce da lajkuju i taj screenshot.

Tuga, cemer, jad

Komentar poslat iz B92 Android™ aplikacije (Android Robot by Google, CC BY 3.0) (...., 22. jul 2019 22:29)

Upravo tako. Ušao sam u komentare samo da to isto napišem za "screenshot", ali nema potrebe sada.

(mai_ben_rai, 23. jul 2019 04:57) # Link komentara

Preporučujem (+26)

Ne preporučujem (0)

Po komentarima sam shvatio da ogromna vecina ljudi puca od zavisti prema tim "influenserama". Zene ljubomorne sto i one ne izgledaju tako, muskarci besni sto ne mogu da ih imaju. Pa lece svoje frustracije po komrntarima. Ljudi pa zar vi mislite da se ne vidi koliko ste nezadovoljni svojim zivotima... promenite sebe

Hronološki

Preporučeni

Nepreporučeni

najverovatnije ce se prikaz broja lajkova placati. tako ce da dele profit sa influencerima...

(dva posto, 24. jul 2019 18:23) # Link komentara

Preporučujem (+5)

Ne preporučujem (0)

Stupa novi trend postojanja skrinsotova gde se vidi koliko "influenser" ima lajkova da i drugi vide....

(Maksa, 24. jul 2019 10:49) # Link komentara

Preporučujem (+5)

Ne preporučujem (0)

Zasto je ova ajkula na slici ko slogirana? (srb, 23. jul 2019 14:47)

Morali da je drogiraju da bi pristala na selfi.

(Kibo, 24. jul 2019 07:51) # Link komentara

Preporučujem (+6)

Ne preporučujem (0)

pa vec vidim posle svakog posta, screenshot sa

Evolucija se nastavlja. Mnogi koji se potresaju zbog lajkova nece imati decu i eto prociscenja za ljudsku vrstu.

(Dragan, 23. jul 2019 12:43) # Link komentara

Preporučujem (+24)

Ne preporučujem (-3)

"Ujedno ove mreze sluze za podizanje samopouzdanja zenama."

Mislim da sam video gomile članaka koji objašnjavaju da društvene mreže ljudima rade upravo suprotno. Što je i normalno - živiš život kakav živiš, a onda na FB ili Instagramu vidiš kako se tvoji poznanici ludo provode. E sad, taj "ludi provod" je po svoj prilici teška gluma, ali to ne možeš da znaš gledajući fotografije.

(T, 23. jul 2019 10:46) # Link komentara

Preporučujem (+42)

Ne preporučujem (0)

A vi bas ne kirate da se pratioci kupuju za male novce i da ce zato i da sakriju broj 'svidjanja'?

Od par ljudi koje ja znam sa 50+ hiljada pratilaca, tu nema 50 stvarnih ljudi - sve ostalo kupljeno (i dokupljeje se redovno kako zatvore te lazne racune - mada se to retko radi).

Neminovni povratak devedesetih nije se desio ničim izazvano, niti preko noći jer, kako objašnjava naš sagovornik, konzumerizam nalaže da se stalno pravi nešto novo.

Ono što je novo u poslednjih pet-šest godina su Instagram ličnosti tj. influenceri koji kao osobe od uticaja na mlađu populaciju diktiraju određene trendove, pa čak ih i nameću.

- Influenseri su danas samo jedno od oruđa koje modne kuće koriste kako bi stigle do potencijalnih klijenata. U nekom trenutku je cela kultura "uticajnika" bila autentična i spontana, danas je ona do kraja komercijalizovana i tu nema ničeg više od (dobro) plaćene reklame - kaže Ašok.



Upravo zbog komercijalizacije, masovne i dostupne proizvodnje stilista na kraju zaključuje da je to jedan od razloga zašto većina mladih izgleda uniformisano.

- Ono što mene jako boli je potpuni nedostatak individualnosti i potrebe da se onim što stavljate na sebe

Modni blogeri - fashionistas (u CG)

Pratim jednu stranicu na instagramu koja se zove @montenegro_streetstyle gdje se reklamiraju svi crnogorski fashion i lifestyle blogeri/blogerke.

A cesto na ulici naletim na dvije curice gdje jedna nosi fotoaparati i dugo trazi odgovarajuci ugao, a druga sa full sminkom, frizurom i cudnom odjevnom kombinacijom trazi odgovarajucu pozu.

Kazu da vise cure ne traze sponzora nego momka sa dobrim fotoaparatom 😊

Nisam znala da je ovaj fenomen u ovom obimu zahvatio i nas, ali sve mi se cini da dolazi neko novo doba: era sminke, mode, manekenisanja i dobre fotografije. Hobi, a nekima i zanimanje "modni bloger" zamijenilo je pecanje, skupljanje markica, citanje, slusanje muzike, planinarenje... Mislim...sve se to i dalje radi ali samo u cilju fotografisanja 😊
Ono sto se da primijetiti je da jr CG puna lijepih i zgodnih ljudi 😊

Ja stvarno volim da pogledam neke profile jer ima zaista talentovanih i inspirativnih likova (da ne bude da lazno moralisem), ali zanima me sta vi mislite o ovom trendu.

Last edited by Kllker17; 12-04-17 at 06:20.

Pametnima smatramo samo one koji misle jednako kao i mi.
Fransoa la Rošfuko, francuski filozof

Pozdrav,
Zasto ti nisi banovan kada si bio dio fakcije koja je bagovala i svjesno vec 5 mjeseci unistavala server? Znao si za bag i nisi ga prijavio, a moderator si.
Takodje 10 dana si mollo f11ka da raida Gusare, stvarno ne znam zasto si jos u staff teamu.



Prijavi

Zahvalnice:: raffle11, SpartanFTW, Soul0503, Takachav96, StefanOce, NoHitOnLife, Error420, Buljograd, Adelyna, mapкyc i 4 ostalih su rekli hvala.
Tema je zaključana.

14 maj 2021 21:23 #277493 od NoHitOnLife

NoHitOnLife je odgovorio/la na temu *Factions - Bagovanje Itema*

Dobro brate ali ti si bio lider te fakcije i dobio moda kako mozes dobiti moda ako si sve o ovome znao i bio ukljucen u to ?

Najjaci na mahalul , Soon MOD !

Prijavi

14 maj 2021 23:02 #277511 od raffle11

affle11 je odgovorio/la na temu *Factions - Bagovanje Itema*

Rakela, molim te do prije 10 dana si bio leader HORDA i ti ces nama kazes, da ti nikakve veze nisi imao sa bagovanjem. Nije samo ti nego i Pepsy koji je desna ruka bio Kennyu od kada igra na serveru. Kosto me pamcenje služi, kada ste postavljali bagovene iteme u f Perverzija, ti si bio tada u njihovoj bazi i cak i afkao tamo kasnije. Ja sam 3/21 provalio Kennya, da stavlja i skida iteme sa ah i prijavio to i od tada sam skotao, da bagujete i poceo pratiti sta radite i vidio sam 100 puta kako se ti jos par vas dize po 50+mill u danu. I sada kada vidim, da ti jedan od likova koji je bio ucesnik u svim tim govornima pravis ovu temu, toliko sam zgrozen koliko je jedno i glupavo.

Ali zbog tog fly koji se nalazi u ranku srv postaje pay to play i ako postoji ikakva mogucnost da se to promijeni bilo bi dobro

Kaboomm cccccccc!!!

(^ ^ ^ ^ ^)?

Prijavi

Brzi Odgovor

Akcija

Hvala

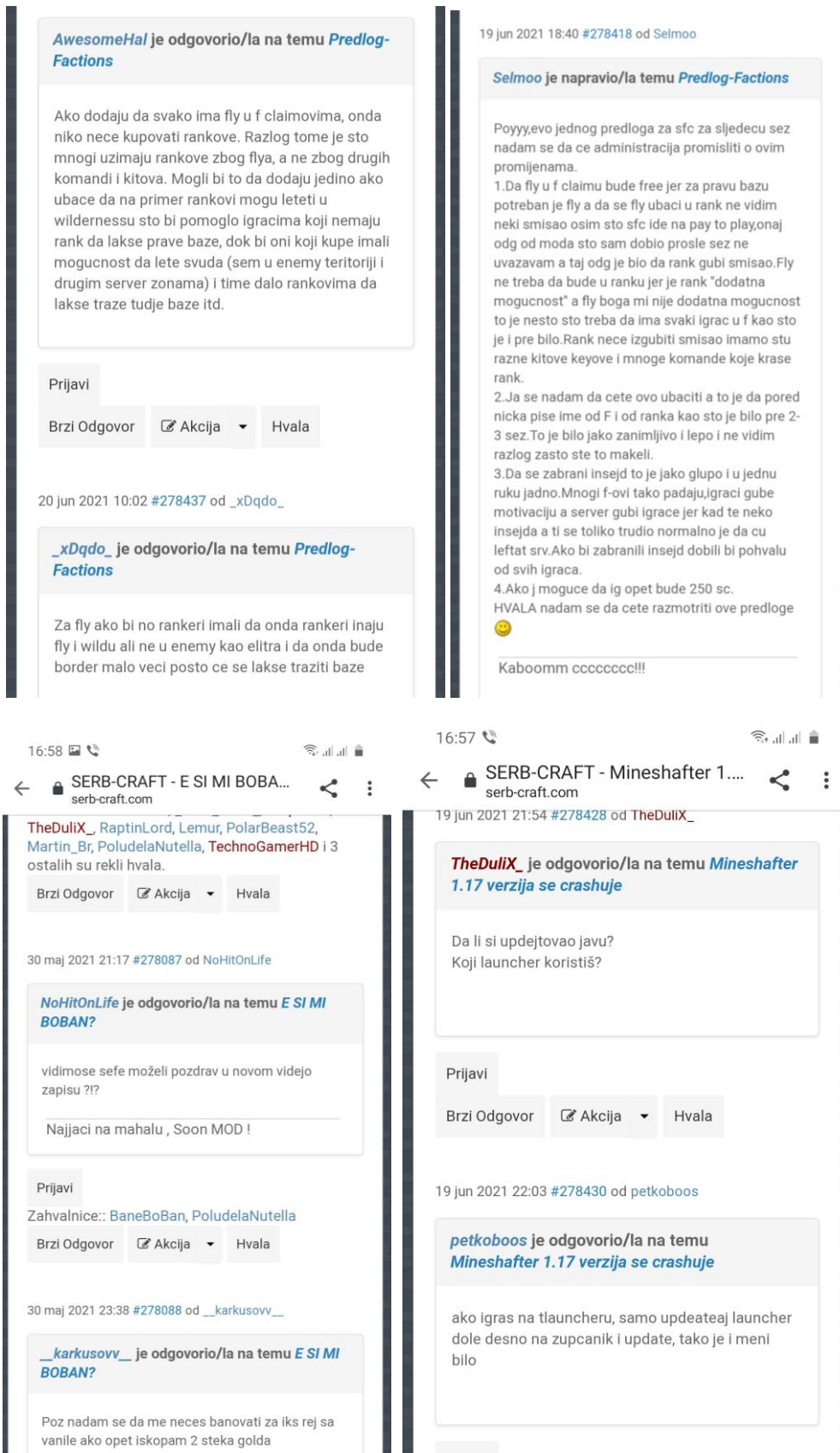
20 jun 2021 13:23 #278444 od Selmoo

Selmoo je odgovorio/la na temu *Predlog-Factions*

I rank ne uzimaju samo zbog fly ima tu jos mnogo vrednih stvari kao sto su near,teleport,pv1,ah promijena spawnera.....

Kaboomm cccccccc!!!

(^ ^ ^ ^ ^)?



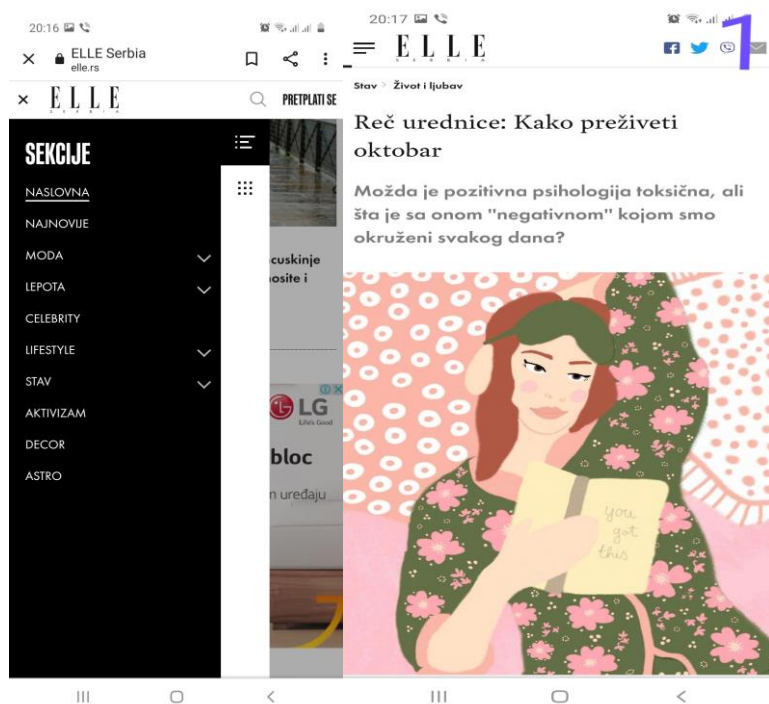
Прилог 3. Сlike анализираног материјала часописа ELLE

Сlike анализираног материјала штампаног издања часописа ELLE

2011.год



Слике анализираниог материјала електронског издања часописа ELLE 2021. год





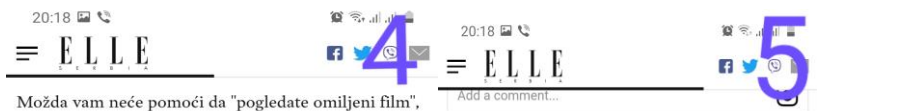
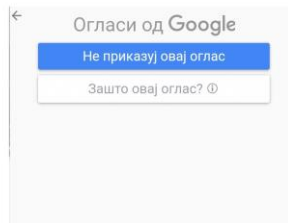
Kada sam u pripremi ovog specijalnog digitalnog izdanja pitala našu ilustratorku **Anushku** kako je moguće da su baš sve njene ilustracije tako **živopisne** i vedre, ona mi je odgovorila da je to zbog toga što stvara samo onda kada je **srećna**.



Taj neočekivani odgovor podsetio me na ono ustaljeno mišljenje da treba pisati, slikati, kreirati samo onda kada smo **tužni**, jer je tuga inspiracija najvećim umetničkim ili književnim delima. I sve je u redu dok ne počnemo da je u sebi **zalivamo** i da u njoj pronalazimo destruktivno utočište, već dok nam služi kao otrežnjujući glas koji poziva na pokret ili **promenu**.

Baš kao što je forsiranje pozitivne psihologije u nekom trenutku postalo **toksično**, isto se desilo i sa onom "negativnom". Onda kada su svakodneвне i jedino prihvatljive postale teme koje podrazumevaju **loše** vesti, teške priče i zastrašujuće brojke. Mislimo da nešto nije u redu sa ljudima koji se suviše **smeju**, ne verujemo onima koji su ljubazni, ne obaziremo se na one koji izgledaju kao da nemaju probleme.

Ne morate da budete Lujza Hej da biste shvatili da nam je u takvoj atmosferi svima potrebno malo **svetlosti** i radosti, te shvatanja da su ljudi, baš kao i situacije, višeslojni, da je **perspektiva** stvar izbora, a komadić sreće smisao koji će nas navesti da sve ovo **preživimo**.

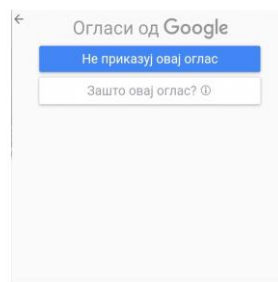


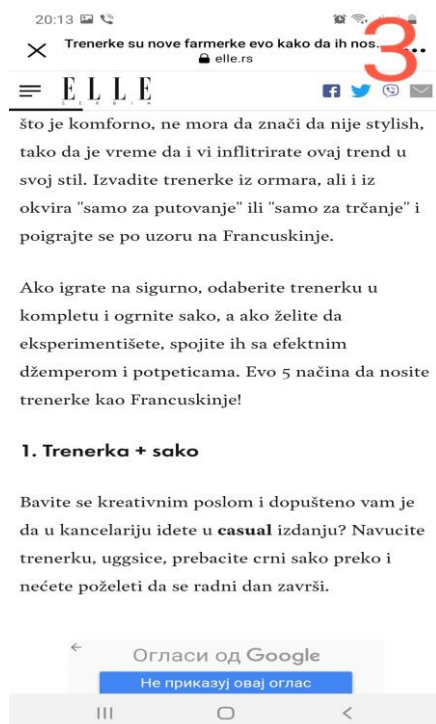
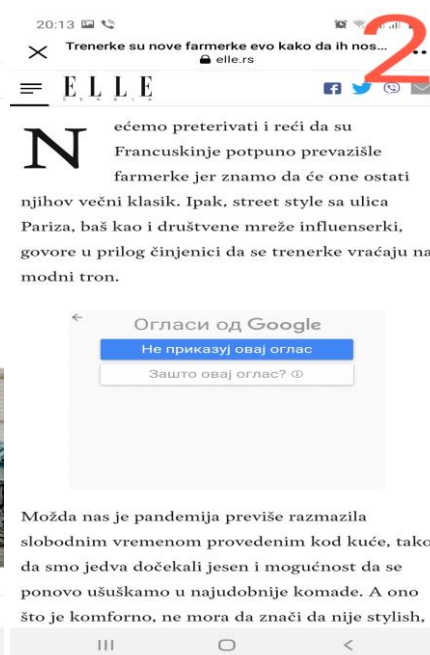
Možda vam neće pomoći da "pogledate omiljeni film", "krenete na jogu" ili neki treći savet iz knjiga za **samopomoć**, ali sigurno postoji nešto, nešto samo vaše, što može da učini da se osećate **bolje**.

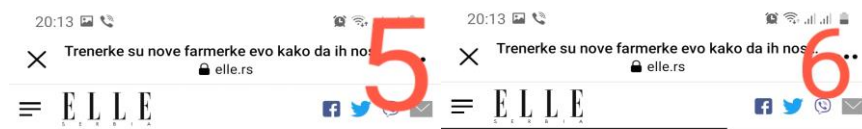
Udahnite, približite se **sebi** u tišini, i dobro **osvestite** svoja osećanja kako biste mogli da ih "ishendlujete" dalje. A ako osetite da ne možete da ih dešifrujete ili da upravljaju vašim životom u suprotnom smeru od onog koji ste zamislili - potražite pomoć prijatelja, roditelja, **psihologa**.



U međuvremenu, tu smo mi da vam ulepšamo ovaj 1. oktobar sa **ilustracijama** Ane Vukosavljević, koje, kako ona kaže, **pozivaju na radost**. Psihološkinja **Olja Milutinović** podelila je sa nama važne lekcije o emocionalnoj nedostupnosti i navela nas da se zapitamo da li smo u odnosu u kojem osećamo "kao da uvek nešto nedostaje", a **Hristina Cvetinčanin Knežević** ruši mit o pogledu na naše telo i njegovu tzv. fit formu. **Milica Vučković** je sa Ivom Parađanin razgovarala o svojoj knjizi "Smrtni ishod atletskih povreda", a **Andela Stanojević** i **Ana Vranješ** otkrile su nam kako izgleda kada se spoje prijateljstvo i biznis.

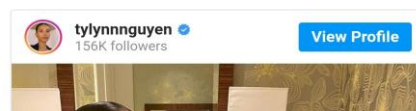
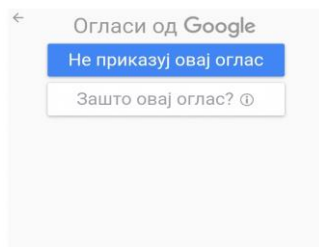






3. Šuškvava trenerka + naočare

Kada dođe vikend, vreme je za one kućne outfite koje najviše volimo. Kako biste uvek izgledali stilizovane, ne vezano da li idete do najbliže prodavnice ili do grada na kafu, odaberite trenerku koja nije od pamučnog materijala i upotrpunite je dobrim naočarima.



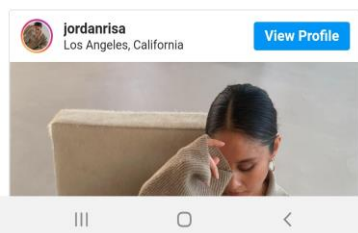
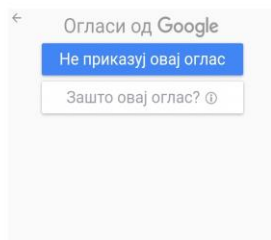
4. Trenerka + crop džemper

Spoj nespojivog može da ispadne dobro onda kada najmanje očekujemo. Spojite trenerku neutralne nijanse sa crop džemperom u efektnoj boji za uživanje kod kuće. A kada krenete napolje - dodajte ovom outfitu dobar par patika.



5. Vuneni kompleti

Vuneni, plišani, rebrasti - ekspanzija ovakvih chic trenerki ne jenjava, a posebno su dobar izbor za one koji inače ne vole sportski stil, već žele uvek da izgledaju elegantno.



Слике најаве текстова електронског издања часописа ELLE 2021.год на Фејсбук страници ELLE

 **ELLE Serbia** ✓
2 hrs • 🌐

Ovo je 20 najboljih uličnih izdanja. 🥰



ELLE.RS
PARIS STREET STYLE: Ovih 20 inspirativnih outfita za jesen/zimu 2021. ćete obožavati!

 **ELLE Serbia** ✓
1 d • 🌐

"Nega pre svega" je ključan faktor za blistav izgled i svež izgled kože u zimskim mesecima.



ELLE.RS
SECOND SKIN U HLADNIM DANIMA: Kako da puder na licu izgleda prirodno i blistavo bez obz...

 **ELLE Serbia** ✓
1 d • 🌐

Prigodne su u svim prilikama 🙌



ELLE.RS
BEZVREMENI TREND: 7 outfita koji dokazuju da martinke ne izlaze iz mode

 **ELLE Serbia** ✓
15 h • 🌐

Evo 6 no-make up trikova beauty stručnjaka.



ELLE.RS
BLISTAVA KOŽA BEZ ŠMINKE: Beauty eksperti otkrivaju 6 no-makeup trikova za prirodan & sve...

Прилог 4. Слике реклама са инстаграма

Слика 1



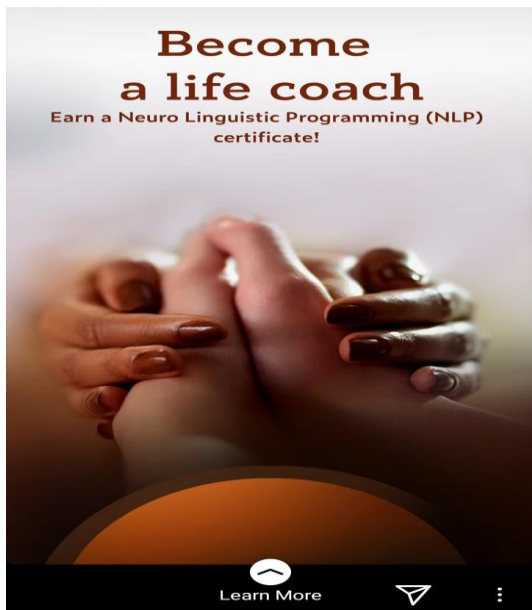
Слика 2



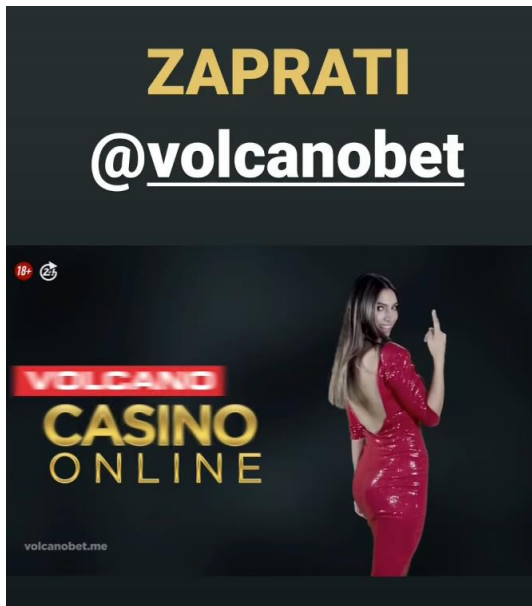
Слика 3



Слика 4.



Слика 5.



Слика 6



Слика 7



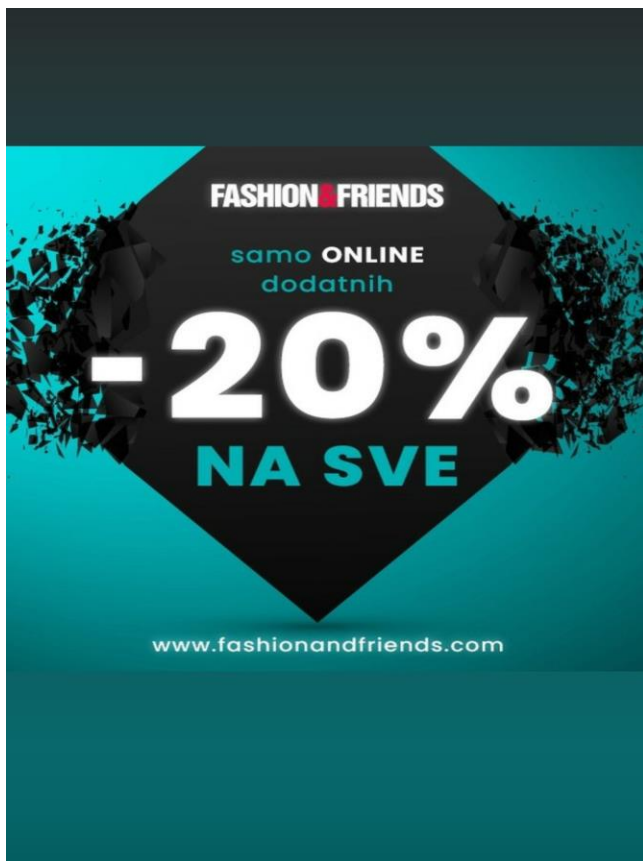
Слика 8



Слика 12



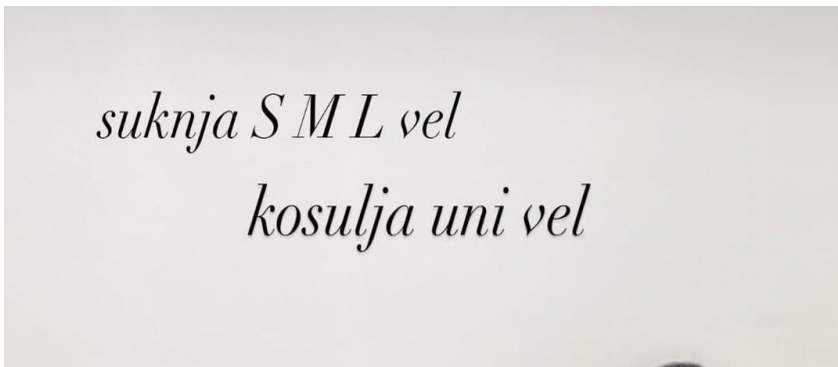
Слика 13



Слика 14



Слика 15



Слика 16



Слика 17

 **The Spot**
Sponsored • 🌐

Urbana i jedinstvena - prolećna kolekcija polako
pristiže na Spot webshop-u. 😎
Klikni, i prva ulovi svoj novi model



THE SPOT

-20%

**NEW
COLLECTION**

Слика 18



EON

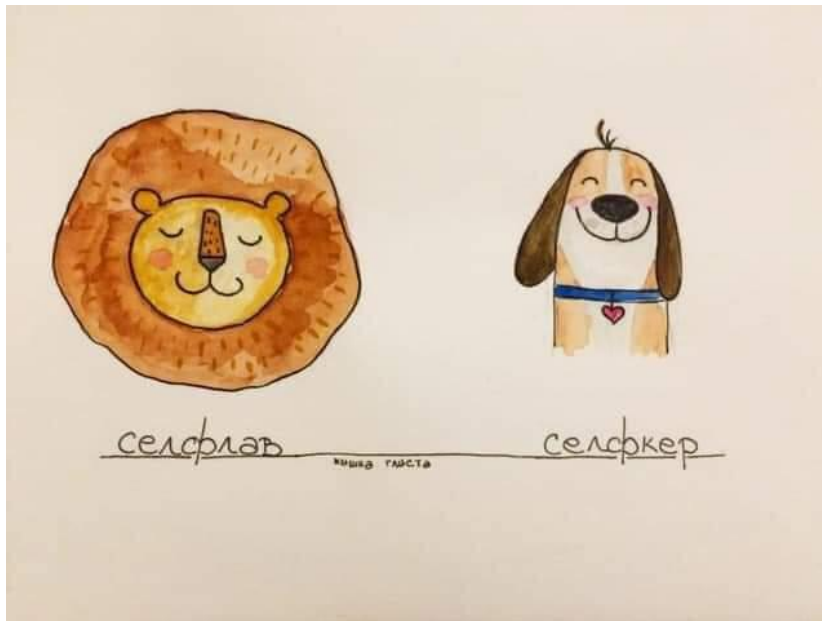
NOVA SERIJA
ZDRAVKA ŠOTRE

ALEKSANDAR
od Jugoslavije

BINDŽUJ CIJELU SERIJU ZA
8.50 EUR

 **Gledaj odmah**

Слика 19



Слика 20



**-omg ti si veoma hot
ali still mislis da nisi
-dosta njih te
hejtuje
-cesto si negativan
-razumes se u modu
-gotivan si i trebas
se vise
socijalizovati
-neko te je nervirao
iz 1D priznaj
-imas zelju da
promenis nesto na
sebi
-volis promene
-uvek imas utisak da
ces dobiti losu
ocenu dobio je na
kraju ili ne
-nemas abnormalno
mного frendova**



3,626 likes



Прилог 5. Упитник за ученике

Сврха овог упитника је да истраживач за потребе израде докторске дисертације више сазна о твом размишљању о променама у српском језику. Подаци из упитника биће искључиво употребљени за писање научног рада. Упитник је анониман. Хвала на сарадњи.

1. Када сте почели да учите енглески језик? (заокружите)

а) у вртићу; **б)** од првог разреда основне школе; **в)** од петог разреда основне школе; **г)** у средњој школи; **д)** нисам учио/ла

2. Да ли сте на часовима енглеског језика у средњој школи икада помињали термин *англицизам* (речи које су преузете из енглеског језика и ушле у употребу српског језика)?

а) Да б) Не

3. Да ли сте на часовима енглеског језика у средњој школи преводили текстове? а) Да б) Не

4. По Вашем мишљењу, да ли сте употребљавали у преводима англицизме?

а) не б) ретко в) често г) само тамо где нисмо имали адекватну реч на српском језику

5. Да ли су, по вашем мишљењу, наставници енглеског језика приликом превода користили англицизме? а) Да б) Не в) Делимично г) Нисам сигуран/а

6. По вашем мишљењу, да ли је погрешна употреба англицизама у српском језику?

а) Да б) Не в) Нисам сигуран/а

7. Друштвене мреже утичу на измену понашања младих.

а) Да б) Не в) Нисам сигуран/а

Одредите степен у коме се слажете са сваком тврдњом заокруживањем одговарајућег броја, где је:

1-Уопште се не слажем, 2-Углавном се не слажем, 3-Неодлучан/на сам, 4-Углавном се слажем, 5-У потпуности се слажем

| | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Говор младих је измењен | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Употреба Интернета је утицала на промене у говору | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Млади користе доста енглеских речи у усменом изражавању | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. | Млади користе ћирилицу на интернету | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Млади користе друштвене мреже | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. | Млади користе ћирилицу у писаној комуникацији на друштвеним мрежама | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. | Млади користе скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. | Скраћенице утичу на измену српског језика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. | Млади користе налепнице (стикере) за кратке поруке у писаној комуникацији на друштвеним мрежама | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. | Налепнице утичу на измену српског језика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. | Промене у речнику српског језика су прихватљиве | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. | Енглески језик има негативни утицај на српски језик | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. | Употреба англицизама је оправдана | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. | Речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. | Код младих је модерно да користе латиницу | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. | Код младих је модерно да користе енглеске речи у комуникацији која се одвија на српском језику | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Одредите степен у коме се слажете са сваком тврдњом заокруживањем одговарајућег броја, где је:

1-никад, 2-ретко, 3-понекад, 4-често, 5-скоро увек.

| | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 1. | Приликом писања порука на Виберу или другим мрежама, поштујем правила правописа српског језика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Тастатуру на мобилном телефону користим на ћирилици | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. | Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Следе неколико израза који су у употреби код младих, молим вас, уколико знате, да напишете одговарајуће изразе на српском језику:

| | | | |
|---------------|--|--------------------------|--|
| Лајковати | | Бинцовати | |
| Шеровати | | Чат | |
| Фоловери | | Гивавеј | |
| Инфлуенсери | | Стори | |
| Менаџер | | Сејл | |
| Сајт | | Таговати | |
| Инбокс | | Пост (post na internetu) | |
| Хејтер | | Администратор странице | |
| Смајли | | tnx | |
| Даунлоудовати | | pls | |
| фан | | ofc | |
| адвертајзинг | | анплагд | |
| хостеса | | PR | |
| имиџ | | имплементација | |
| инсерт | | камбек | |

Прилог 6. Упитник за наставнике

Одредите степен у коме се слажете са сваком тврдњом заокруживањем одговарајућег броја, где је:

1-Уопште се не слажем, 2-Углавном се не слажем, 3-Неодлучан/на сам, 4-Углавном се слажем, 5-У потпуности се слажем

| | | | | | | |
|-----|--|---|---|---|---|---|
| 1. | Говор ученика је измењен | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Употреба Интернета је утицала на промене у говору | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Ученици користе доста енглеских речи у усменом изражавању | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. | Ученици користе доста енглеских речи у писменом изражавању | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Сматрам да је грешка употреба страних речи тамо где имамо српску реч | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. | Латиница је у већој употреби од ћирилице код ученика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. | Садржаји који се пласирају преко интернета имају утицај на промене у употреби српског језика код ученика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. | Фонд часова српског језика, на недељном нивоу је довољан | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. | Фонд часова енглеског језика, на недељном нивоу је довољан | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. | Промене у српском језику су прихватљиве | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. | Енглески језик има негативни утицај на српски језик | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. | Употреба англицизама је оправдана | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. | Ученици користе друштвене мреже | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. | Речник српског језика постаје богатији прихватањем речи из других језика | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| Ставите X код одговора | Да | Не |
|--|----|----|
| 1. Тастатуру на мобилном телефону користим на ћирилици. | | |
| 2. Користим друштвене мреже. | | |
| 3. Користим скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама. | | |
| 4. Већина мојих пријатеља користи скраћенице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама. | | |
| 5. Користим емотиконе и сличице у писаној комуникацији на друштвеним мрежама. | | |

Следе неколико израза који су у употреби код младих, молим вас, уколико знате, да напишете одговарајуће изразе на српском језику:

| | |
|-------------|--|
| Лајковати | |
| Шеровати | |
| Фоловери | |
| Инфлуенсери | |

| | |
|---------------|--|
| Менаџер | |
| Сајт | |
| Инбокс | |
| Хејтер | |
| Смајли | |
| Даунлоудовати | |
| Бинцовати | |
| Чат | |
| Гивавеј | |
| Стори | |
| Сејл | |
| Таговати | |

Биографија аутора

Марија (Драган) Вуковић рођена је 21.01.1979. године у Краљеву. Основну школу је завршила у Медвеђи код Трстеника, а Гимназију у Трстенику. Студије је завршила 2001. године на Филолошком факултету Универзитета у Приштини. А мастер студије 2013. године на Универзитету у Приштини са привременим седиштем у Косовској Митровици на Филозофском факултету.

Марија је активна у погледу научно-истраживачког рада: методика наставе енглеског језика, превођење и утицај енглеског језика на промене у српском језику представљају сферу њеног интересовања. Аутор је више стручних радова.

Марија ради у просвети преко двадесет година. У свом педагошком раду имала је прилику да ради на свим нивоима образовања, почев од основног па све до високошколског.

Као студент 2000. године почела је да ради у Основној школи у Медвеђи где је и наставила рад након дипломирања, уз мале прекиде, све до 2007. године.

Од 2009– и даље ради као предавач енглеског језика, преводац и сарадник на пројектима на Универзитету Адриатик Бар - Факултету за саобраћај, комуникације и логистику Будва у Будви.

2003. године положила је државни-стручни испит за професора енглеског језика.

Активни је учесник на многим научним конференцијама где има и објављене радове. Повремено је ангажована као предавач енглеског језика и на другим факултетима као и школама страног језика за децу и одрасле. Потпредседница је невладиног удружења „НАШ САН“ Подгорица, које се бави пружањем подршке паровима који се налазе у процесу вантелесне оплодње. Говори немачки језик.

Марија Вуковић, сада Вешовић, живи у Беранама, удата је и има једног сина.

Изјава о ауторству

Потписани-а Марија Вуковић

број индекса 11/16

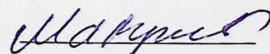
Изјављујем

да је докторска дисертација под насловом

**УТИЦАЈ АНГЛИЦИЗАМА СА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА СРПСКИ ЈЕЗИК И КУЛТУРУ
ИЗРАЖАВАЊА**

- резултат сопственог истраживачког рада,
- да предложена дисертација у целини ни у деловима није била предложена за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,
- да су резултати коректно наведени и
- да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

Потпис докторанда



У Косовској Митровици, _____

**Изјава о истоветности штампане и електронске верзије
докторског рада**

Име и презиме аутора Марија Вуковић

Број индекса 11/16

Студијски програм Језик и књижевност

Наслов рада УТИЦАЈ АНГЛИЦИЗАМА СА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА СРПСКИ ЈЕЗИК И КУЛТУРУ ИЗРАЖАВАЊА

Ментор Проф. др Милош Ковачевић

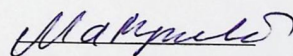
Потписани/а Марија Вуковић

Изјављујем да је штампана верзија мог докторског рада истоветна електронској верзији коју сам предао/ла за објављивање на порталу **Дигиталног репозиторијума Универзитета у Приштини, са привременим седиштем у Косовској Митровици.**

Дозвољавам да се објаве моји лични подаци везани за добијање академског звања доктора наука, као што су име и презиме, година и место рођења и датум одбране рада.

Ови лични подаци могу се објавити на мрежним страницама дигиталне библиотеке, у електронском каталогу и у публикацијама Универзитета у Приштини, са привременим седиштем у Косовској Митровици.

Потпис докторанда



У Косовској Митровици, _____

Изјава о коришћењу

Овлашћујем Универзитетску библиотеку да у Дигитални репозиторијум Универзитета у Приштини, са привременим седиштем у Косовској Митровици унесе моју докторску дисертацију под насловом:

УТИЦАЈ АНГЛИЦИЗАМА СА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА СРПСКИ ЈЕЗИК И КУЛТУРУ ИЗРАЖАВАЊА

која је моје ауторско дело.

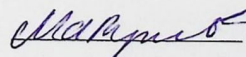
Дисертацију са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату погодном за трајно архивирање.

Моју докторску дисертацију похрањену у Дигитални репозиторијум Универзитета у Приштини са привременим седиштем у Косовској Митровици могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце Креативне заједнице (Creative Commons) за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство
2. Ауторство - некомерцијално
3. Ауторство - некомерцијално - без прераде
4. Ауторство - некомерцијално - делити под истим условима
5. Ауторство - без прераде
6. Ауторство - делити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је на полеђини листа).

Потпис докторанда



У Косовској Митровици, _____