

Горан Б. Милашин¹
Универзитет у Бањој Луци
Филолошки факултет
Катедра за србистику

ЈЕЗИК ИЗМЕЂУ ЈУТЈУБЕРА И БУМЕРА: О НЕКИМ ТЕНДЕНЦИЈАМА, НОВИМ РИЈЕЧИМА И ИЗРАЗИМА У СРПСКОМ ЈЕЗИКУ

Апстракт: У раду се анализирају нове ријечи и изрази који се користе у српском језику. Основни циљеви рада јесу да се региструју и опишу језичке јединице карактеристичне за говор младих данас, затим да се испита утицај технологије, интернета и нових врста комуникације на структуру српског лексикона, те да се на основу тога покушају уочити неке тенденције и процеси у савременом српском језику. Корпус на коме је спроведено истраживање прикупљан је 2019. и 2020. године, а чини га 1.500 исказа ексцерпираних са друштвених мрежа, преваходно Твитера и Инстаграма, те Јутјуба. На основу анализе издвојених нових ријечи и израза утврђено је да се језик младих данас убрзано мијења под утицајем глобализације и енглеског језика, нарочито на лексичком нивоу. Такође је установљено да се у улози изворних домена у метафорама и поређењима све чешће јављају нова технологија и интернет, као саставни дио савремене културе.

Кључне ријечи: српски језик, говор младих, онлајн комуникација, англицизми, жаргонизми, глобализација.

¹goran.milasin@flf.unibl.org

1. Уводне напомене

1. Разматрање теме помало необично представљене насловом, мада ће то у наставку овог рада бити детаљно описано, захтијева на почетку кратко појашњење: ко су *јутјубери*, а ко *бумери*? *Јутјубери* се овдје узимају као представници млађе генерације говорника нашег језика, и то они чији говор у великој мјери одсликава тренутно стање у савременом српском језику, али и може донекле, захваљујући њиховој све већој популарности, утицати на говор оних који прате њихов рад, првенствено дјецe и младих. Термином *бумери* именовани су пак представници старије генерације, чији се говор донекле разликује од говора млађих, а што је условљено, између осталог, друкчијим начином живота, околностима у којима су рођени, одрастали и живе. Самим тим, синтагма *језик између јутјубера и бумера* описује положај српског језика данас, односно истовремено постојање модернијих и традиционалнијих струјања која на њега дјелују. У раду ће се заправо говорити о неким новим ријечима и изразима које користе млади говорници српског језика, као што и сугерише други дио наслова, да би се направио један синхрони пресјек и покушало назначити, бар дјелимично, како се мијења структура лексикона и граматички систем српског језика. Дакле, говориће се о појединим аспектима старосног варирања нашег савременог језика.

2. Старосно језичко варирање сматра се једним од подтипова социјалног уразноличавања језика. Оно подразумејева постојање неких препознатљивих дистинктивних обиљежја говора различитих генерација које у одређеном тренутку живе у једној језичкој средини. С тим у вези, предмет бројних истраживања биле су карактеристике дјечјег говора, али и разлике између говора младих, особа средње животне доби и старијих генерација (в. Катнић Вакаршић 2001: 60–61). Иако је ова врста варирања језика одувик присутна, чини се како се данас генерације више него икад разликују по начину на који говоре, посебно лексички коју користе, а што је умногоме условљено и разликама у животним стиливима и начину размишљања.

3. Људи рођени у претходних седам-осам деценија, тачније од 1946. године наовамо, обично се дијеле на четири генерације:² *беби-бум ге-*

² Ова општеприхваћена подјела генерација коришћена је, нпр., у Filipović 2020.

нерацију, тј. бумере (енгл. *Baby Boomers* или само *Boomers*), генерацију X (енгл. *Generation X*, скраћено *Gen X*), генерацију Y (енгл. *Generation Y*, скраћено *Gen Y*), познату и под именом миленијалци (енгл. *Millennials*), које су добили због тога што су рођени пред почетак новог миленијума, те генерацију Z (енгл. *Generation Z*, скраћено *Gen Z*), тј. зумере (енгл. *Zoomers*), за које се у енглеском језику користе и називи: *iGeneration*, *Post-Millennials*, *Homeland Generation* и др. Беби-бум генерацију чине људи који су на свијет дошли послје Другог свјетског рата, између 1946. и 1964. године. Само име генерације потиче од великог пораста броја рођене дјеце забиљеженог у овом периоду, што су демографи објашњавали чињеницом да су људи одгађали стварање потомства током рата, али и тиме што су мушкарци заправо учествовали у рату и нису били код куће. Генерацију X чине они који су рођени између 1965. и 1979, генерацију Y они који су рођени између 1980, односно 1982. према неким ауторима (в. нпр. Howe, Strauss 2000), и 1996, а генерацију Z они који су рођени између 1997. и 2012. Овим четирима придружује се и пета – генерација алфа (енгл. *Generation Alpha*, скраћено *Gen Alpha*), а њу чине дјеца рођена послје 2012. Она у називу има прво слово грчког алфабета због тога што је прва генерација чији су сви представници рођени у XXI вијеку (Perano, internet).³

3.1. Сваку генерацијску скупину одређује низ чинилаца, као што су: година рођења, узраст, простор на коме живи те неки преломни, важни догађаји и друштвени процеси, попут ратова, научно-технолошког развоја, економског стања у земљи и сл. (Smith, Nichols 2015: 39). Једним од најзначајнијих фактора раздвајања данашњих млађих од старијих генерација сматра се употреба нових технологија, с тим да се као граница узима 1980. година, када су, као што је већ наведено, рођени први миленијалци (Kaifi et al. 2012: 89–90, Smith, Nichols 2015: 39). Дигитално

³ Разликама међу поменутим генерацијама бави се низ дисциплина: социологија, психологија, менаџмент и др. Познавање мотива, начина размишљања, идеала и очекивања припадника различитих старосних скупова, нарочито бумера, генерације X и Y, који сачињавају или су претходно сачињавали највећи дио радног становништва, показало се посебно важним у менаџменту, тј. у проналажењу што ефикаснијих начина рационалног организовања и управљања производњом, радним процесима, људским способностима, избјегавања сукоба итд. (о томе в. нпр. Myers, Sadaghiani 2010, Andert 2011, Kaifi et al. 2012, Smith, Nichols 2015).

доба, које је тада почело, увело је рачунаре и интернет у свакодневицу, а дјеца и млади су их, очекивано, по правилу лакше прихватили, што је неминовно утицало на многе аспекте њихових живота. Из тога је на неки начин произашло и стереотипно виђење миленијалаца као особа које су, с једне стране, вјеште у коришћењу технологије и обављају више ствари истовремено (тзв. мултитаскинг), а, с друге стране, имају слабије комуникацијске вјештине (Hartman, McCambridge 2011, Kaifi et al. 2012: 89–90). Беби-бум генерација склона је томе да негативно оцјењује млађе, прије свега миленијалце, будући да се с њима, како они сматрају, тешко комуницира, уз то имају много веће захтјеве и очекивања него претходне генерације, а усмјерени су превасходно на себе и своје интересе (в. Smith, Nichols 2015: 41, као и тамо наведену литературу). Због тога их доживљавају као немотивисане, незреле, хиперсензитивне нарцисоидне особе, без поштовања према другима. Међутим, постоје мишљења да миленијалци нису никаква изгубљена генерација, већ генерација која ће, као образована, усредсређена на успјех и оријентисана на тимски рад, много допринијети развоју друштва (Howe, Strauss 2000). Поједини аутори истичу да су неке њихове негативне особине, начин живота и размишљања условљени специфичним околностима у којима су рођени и одрасли, а за које су у великој мјери одговорни управо бумери (Filipović 2020).

4. Међугенерациске разлике често резултирају сукобима, а то је видљиво и у комуникацији на друштвеним мрежама, које данас, мање или више, користе све узрасне групе. Ти се сукоби могу примијетити на различитим плановима, а један од најважнијих свакако је језик. С тим у вези, у наставку овог рада, заснованог примарно на социолингвистичким и творбено-семантичким критеријумима, размотриће се сљедеће појаве: 1) искази у којима се огледа сукоб старијих и млађих генерација у онлајн комуникацији; 2) нове ријечи и изрази које у првом реду користе млађи говорници српског језика; 3) неки аспекти језика популарних пјесама које слушају претежно млади данас; 4) нова поређења и метафоре у српском језику. Основни циљеви рада јесу да се утврди које се нове ријечи и изрази користе у српском језику, затим да се испита утицај технологије, интернета и нових врста комуникације на струк-

туру српског лексикона, те да се на основу тога покушају уочити неке тенденције и процеси у нашем савременом језику. С обзиром на језичку глобализацију (Piper 2005) и експанзију енглеског, његов продор у виртуелни простор путем нових технологија, нарочито интернета (Bugarski 2009: 15–22), полази се од претпоставке да ће велики број издвојених нових ријечи чинити англицизми. Пошто су типични изворни домени за грађење метафора конкретни и блиски људском искуству (Klikovac 2004: 17, Kővecses 2010: 18–23), претпоставља се такође да ће се у улози изворних домена у неким метафорама и поређењима наћи и нове технологије и интернет, којима се људи, посебно млади, свакодневно служе. Корпус на коме је спроведено истраживање прикупљан је 2019. и 2020. године, а чини га 1.500 исказа ексцерпираних са друштвених мрежа, првенствено Твитера и Инстаграма, затим Јутјуба (како из самих видео-снимака, тако и из коментара), те из текстова популарних пјесама.

2. Сукоб бумера и млађих генерација на интернету

1. Сматра се како својеврсна битка бумера и млађих људи траје отприлике од почетка овог миленијума, када су најстарији миленијалци завршили средњу школу. Иако се литература у вези с тим, као и опис генерализованих карактеристика појединих генерација и услова у којима живе или су живјели, тичу углавном стања у САД (в. нпр. Howe, Strauss 2000, Filipovic 2020), може се рећи како неусаглашеност ставова и животних вриједности старих и младих у савременом друштву заправо представља глобалну појаву. Међугенерациске разлике, наравно, нису специфичност само нашег времена, али дјелује да су данас, захваљујући великом утицају медија и друштвених мрежа, оне посебно уочљиве. Произашле су, како је већ истакнуто, из контекста у коме су ове генерације рођене и живјеле, односно живе: бумери су рођени у економски стабилнијем времену, без технологије, док су миленијалци и они млађи од њих, рођени у дигитално доба, практично зависни од нове технологије. У подлози њиховог сукоба, чини се, леже стварне разлике, али и бројни стереотипи.

2. Најпознатија језичка конструкција којом млади људи широм свијета у онлајн комуникацији одговарају на критике и прозивке старијих јесте: *OK Boomer*. Она је више од пуке увреде – представља кратак одговор људима који су, према мишљењу младог човјека, у ствари и довели до садашњег стања и изазвали многе од актуелних проблема, израз који служи млађима да ефикасно прекину бесмислену, несврсисходну расправу с онима који их сматрају неспособнима, а не износе разумне аргументе којима би поткријепили то своје мишљење (Filipović 2020). Прва запаженија употреба ове конструкције била је на друштвеној мрежи Тикток, а послужила је једном представнику генерације Z као одговор на видео-снимак старијег човјека који је причао како миленијалци и генерација Z имају синдром Петра Пана: они не желе да одрасту, мисле да ће се њихови утопијски идеали некако преточити у одраслу доб, те да ће створити утопијско друштво у коме влада једнакост. О овоме је писао Тејлор Лоренц, новинар *Њујорк тајмса*, и тако је шира јавност, укључујући бумере, упозната с изразом *OK Boomer* и његовом функцијом (Исто).

2.1. Ова конструкција, у свом изворном облику или варијантама попут *добро*, *бумеру* и *важи*, *бумеру*, ушла је у масовну употребу и код нас, нарочито на Твитеру, што илуструју примјери из корпуса:⁴

Jesmo li rekli Konu OK BOOMER? (seljancura, Твитер); *ok boomer* (spaskespasic, Твитер); *ok bumeru samo ti zagaduj elektronskim otpadom nepotrebno* (PlaceSoft, Твитер); *Dobro bumeru* (Slejer_benvea, Твитер); *Važi bumeru* (godmarija, Твитер); *Ugasite sve imato ok boomer twit veka* (Dol0resHaze, Твитер); *Иде један ок бумер твит: Кинези направе болницу за 10 дана а нама треба*

⁴ Корпус чији је извор интернет није трајан – многи профили бивају деактивирани, а многи искази и слике свакодневно се бришу. Такође, важна је и заштита приватности корисника профила (о томе в. Vlačković 2010: 184–185). У овом раду емпиријску основу чине примјери узети само са профила подешених тако да нису доступни искључиво одређеном кругу пријатеља (дакле незаштићени су, јавни), а доносе се с упућивањем на корисничко име и име мреже/платформе, без времена објављивања/преузимања и без хиперлинка који води ка профилу корисника. Преносе се, колико је могуће, онако како изгледају у оригиналу, уз минималне интервенције, да би се технички прилагодили основном тексту. Мада не постоје тачни подаци о корисницима, на основу садржаја исказа може се закључити како је ријеч о претежно млађој популацији.

720 да попलोчамо јевени трг (ојсаKалеба, Твитер); *Имам један ок боомер* моменат дакле јел се ви сећате мириса сеге (немој_мене, Твитер) итд.

2.2. Посебно је занимљив дијалог у коме је корисник Твитера покушао пронаћи домаћи еквивалент овом изразу након критике у вези с коришћењем енглеских ријечи:

– *Моја генерација није падала у депресију, није цвилела за момцима или шизела на сеен, није блевала, није старлетански изгледала, курва је била курва, кретен је био кретен. Живели смо пуним плућима и знао се ред, „ко је тигар ко је плен”* (Мјевросима, Твитер); – *ок боомер* (сладоледнамаса, Твитер); – *А брате, јесте ли толико неписмени да немате у речнику српску реч већ се користите енг. поштапалісма јер не умете да се изразите. Страшно* (Мјевросима, Твитер); – *и реду, титова пioniрko* (сладоледнамаса, Твитер).⁵

Испод истог твита развио се још један дијалог који показује супротстављене ставове, а тиче се и употребе језика:

– *Važi bumeru* (godmarija, Твитер); – *Piše se sa dva O. Ako nešto pišeš, neka bude pravilno. Glupo je biti danas polupismen* (Мјевросима, Твитер); – *postoji nešto što se zove transkripcija, ali vas to verovatno nisu učili u školama* (асаррокељ, Твитер).

2.3. Ријечју *бумер*, која у онлајн комуникацији по правилу има негативну семантику, означава се, као што је већ назначено, старија особа чији погледи на свијет, према мишљењу млађих, нису прилагођени савременом добу – они се не служе добро новом технологијом, жале за

⁵ Један од коментара на овај дијалог гласи: *Dokaz kako saradnja novih i starih generacija doprinosi obogaćivanju jezika* (Twisted_Loop, Твитер). Довођење старије генерације у везу са СФРЈ и Титом види се и у следећим примјерима: *како се бумери нису бунили против вакцина за време Тита* (неурасунљивост, Твитер); *ТИТОВИ ФОСИЛЧИЋИ НЕ ЛОЖИТЕ СЕ ДА СТЕ ПРЕВИШЕ ПОСЕБНИ* (penispiling, Твитер); *ЕН ЗА ВРЕМЕ ТИТА СЕ ЛЕПО ЗИВЕЛО реце бумер* и *сберује nostalgicну слику омиљеног оброка из детинства удробљеног хлеба и млеко* (Mutav_plovak, Твитер); *buraz koja je fora sa starijim ljudima pa posle svake reci stavljaju one tacke melanholične da se docara taj sevdah u glasu i zal za jugoslavijom ili sta* (aenebrt, Твитер) итд.

прошлим временима и критикују нове нараштаје. Због тога ни млади, с друге стране, немају лијепо мишљење о њима,⁶ што показују примјери:

nije bukovski umro da bi bumeri koji kmeće kako vole nenašminkane prirodne devojke držali njegovu glavu kao avatare on je baš voleo nafrakane alkoholičarke pljujete na njegov lik i delo svojim jedenjem govana (kosshceci, Твитер); *umesto da rašire svest kako među domaćim influencerima možda postoji neko normalan, portalima je postao cilj okupljanje bumeri koji su juče otkrili internet i koji će im pisati u komentarima „a zašto ne pišete o nekom naučniku”* (Mutav_plovak, Твитер); **BUMERI NAJNESPOSOBNIJA GENERACIJA ZA ŽIVOT BUKVALNO** (Minja_0, Твитер); *Ostarih samo čitajući ove bumere* (nshappy, Твитер); *Таман смо сви мало предахнули и ево сад опет бумери преко вайбера шаљу доказе о штетности 5е мреже* (nagolodavac, Твитер) и др.

2.4. Од ријечи *бумер*, која је преузета из енглеског језика, изведен је у српском пејоратив *бумерчина*,⁷ са још израженијом негативном семантиком, затим именица женског рода *бумерка*, као и пријдев *бумерски*:

ove bumercine od 150 god kad ovde prozivaju mLaDje GeNeRaCiJe prave se ko da ih nisu oni vaspitali i ostavili im svet u kojem zivimo danas habahaba (sarabesnara, Твитер); *stojim u 'hleb i kifle', vidim neko čudno pecivo i ko prava bumerčina pitam kakvo je, kaže prodavačica 'ne znam ne hranim se ovde' fghffddggff* (spaskespasic, Твитер); *по-причајте са том децом мало кад вам приђу једном недељно јер им је и то потребно, неће посао и лова да вам побегне тих 15 минута колико им траје концентрација, одведите их некад на сок и*

⁶ Уочено је, међутим, да се негативан став младих према старијима, тј. бумерима, заправо не односи на блиске особе, првенствено властите родитеље, јер су се они постављали као пријатељи, изграђивали однос заснован на поштовању и узајамном разумијевању, већ се односи на себичне бумере који живе негде тамо, даље (Filipovic 2020). Ово на неки начин потврђује и примјер из корпуса: *samo moja mama koja svako jutro na instagram stavlja objavu ko se bitan rodio i umro na današnji dan sa opširnim opisom ko su bili ti ljudi / MOJA MALA BUMERKA* (turboukosnica, Твитер).

⁷ Стандардни суфикс *-чина*, како је уочио Ранко Бугарски (2006: 109), спада међу изразито заступљене аугментативне суфиксе у жаргону, а лексемама које се помоћу њега граде често се, али не и нужно, означавају лица која се на основу одређених особина оцјењују као негативна (нпр. *дегенчина*, *дебилчина*, *наркоманчина* и сл.).

сладолед а сад ме називајте мало бумерчином и питајте ме да ли пушим и цигаре (SikaMilisav, Твитер); *Тишина бумерко* (memekwin, Твитер); *да ли верујете у мушко-женско бумерско згражавање над турбо-фолком* (gorkavila, Твитер); *RTS klasican „bumerski” medij* (grozozozo, Твитер); *У згради прекорута је нека бумерска зурка сад ци да им зовем полицију* (uvek_bela_vgana, Твитер) итд.

3. Сви наведени примјери потврђују како између старијих и млађих особа, посматрано уопште, постоји јаз, проузрокован, како је већ истакнуто, друкчијим околностима у којима су те генерације рођене и одрасле, међусобним неразумијевањем и сл. С друге стране, будући да је језик израз духа времена, културе и сл., различити стилови живота у ствари представљају, између осталог, и основу за старосно језичко варирање, које се данас, прије свега, огледа у томе што млади људи користе ријечи и изразе у вези с новим технологијама и интернетом, а којима су старији, уопштено посматрано, окренути у мањој мјери, иако се не може рећи да се њима не служе.⁸ Управо о неким честим језичким јединицама у говору младих, које понекад и саме доприносе продубљивању међугенерациских разлика,⁹ биће ријечи у наставку.

⁸ Велики број старијих људи данас такође користи друштвене мреже. Међутим, чак се и ту уочавају разлике. Млади чееше користе Инстаграм и Твитер, у посљедње вријеме и Тикток, а старији Фејсбук, млади више комуницирају преко Ватсапа, а старији преко Вибера. То се дјелимично види и из примјера: *Дописивање на инстаграму је океј на воцапу је већ нешто више и наравно да се гледа као најдиректније мување док дописивање на виберу је океј само ако си тетка у менопаузи или промотер пластичаре у Миљковцима тако функционише интернет сада драго ми је што сам жив* (penispiling, Твитер); *Уђем на ТикТок и за 4 минута се б рута посвадам сам са собом UMREĆU OD KRINDŽA ŠTA JE BRE OVO, али добро то су деца нека шта знају они, ALI JA NISAM BIO TAKVO DETE, па добро Ivane mator si jbg сад је то тако бумеру најговри* (Space_Place, Твитер); *укините вајбер бумерима преклињем вас и кумим* (nagolodavac, Твитер); *шта мислите за колико година се домаћи боумери откривају тик ток и њега кривити за све лоше што нам се десаво* (Mutav_plovak, Твитер); *мајко mila бумери откривају тик ток тј. не знају тачно шта је то, само знају да су сва деца тамо по цео дан, значи потпуно идентичне старачке говоре слушамо као за фејсбук пре 10+ година па су га на крају бумери кроз зaposели и све остале оterали* (Mutav_plovak, Твитер) итд.

⁹ Да постоје међугенерациске разлике у употреби језика, потврђују и примјери: *brate ко пише ова сценарија и текстове за синделиче, клинка и pubertetu 2019. године изговара „ко о чему,*

3. О језику младих говорника српског језика

1. Српски језик није никада пружао систематски отпор према страним језичким утицајима, те стога у њему и не постоје снажно развијени механизми за грађење домаћих кованица.¹⁰ Уколико је за неки појам недостајала ознака, било је лакше и природније позајмити већ готову страну ријеч, а покушаји прављења домаћих еквивалената врло често су дјеловали усиљено и изазивали отпор (в. Клајн 2011: 172). Међутим, интернет револуција и с њом повезана језичка глобализација, која се огледа у експанзији енглеског језика широм свијета (о томе в. нпр. Стојић 2003),¹¹ довеле су до великог уплива енглеских ријечи и израза и у српски језик, првенствено посредством нових технологија, медија и реклама, а томе су свакако допринијеле и промјене у језичкој политици наставе страних језика, тј. фаворизовање енглеског, а потискивање других свјетских језика (в. Piper 2005: 20). Иновације се, додуше, не виде само на лексичко-семантичком него и на морфосинтаксичком плану, гдје могу оставити трајне посљедице по граматичку структуру нашег језика (в. нпр. Dragičević 2017: 25). Ипак, чини се како су промјене у устројству лексикона засад ипак уочљивије.

2. У литератури се хибридна варијанта српског језика, настала под утицајем енглеског језика, „помало поспрдно али нажалост прикладно” (Prčić 2019: 24), назива *англосрпским* (Vasić et al. 2018, Prčić 2019).¹²

baba o uštipcima” milenijanci na aparatima (ajdpali, Твитер): *Само да никад не почнем да користим те речи што сте чули од >>>>миленијалса<<<<* (SambaLjig, Твитер).

¹⁰ „За већину појмова које је доносила модерна цивилизација примами смо и стране изразе. Никада нисмо ни покушали да **радио** зовемо ’разглас’, **аутомобил** ’самоход’ а **хеликоптер** ’вртолет’, као што је учињено у неким другим словенским језицима” (Клајн 2011: 173).

¹¹ Управо због те експанзије појавили су се називи *интернационални*, односно *свјетски енглески* (*International English, World English*), затим *глобални енглески* (*Global English*), али и шаљиве варијанте имена: *Globalish, Globish, Globaleze* (према Bugarski 2009: 16). Како је примијетила Светлана Стојић, „присуство енглеског на свим континентима земаљске кугле говори о његовој фасцинантној географској распрострањености без преседана у историји човечанства” (2003: 43).

¹² Поред овог, у употреби су и називи *серглиш* (*Serglish*), односно *серблиш* (*Serblish*), нарочито у дијаспори (према Mišić Ilić 2011). Будући да се назив *англосрпски* усталио, прије свега захваљујући истраживањима и радовима групе новосадских лингвиста –

Према дефиницији Твртка Прћића, то је „један нов урбани социолект, првобитно својствен људима млађе генерације, који представља врсту српског језика који (све више) одступа од својих норми и (све више) бива употребљаван према нормама енглеског језика” (2019: 184). Дакле, англосрпски је настао и развија се у првом реду међу људима млађе генерације (мада се не може тврдити како се њиме не служе и неки представници старије генерације, поготово они образовани), и то у урбаним срединама. Међутим, медији, интернет и онлајн комуникација омогућили су да се овај говор прошири и у руралне средине, тако да се данас, када је ријеч о неким аспектима говора младих, заправо у великој мјери поништава граница између села и града. Интернет и нове технологије самим тим имају двострук утицај на савремени српски језик – с једне стране, повезују младе говорнике српског језика који живе не само у различитим дијеловима српског говорног подручја него и у дијаспори, док, с друге стране, утичу на лексику и синтаксу нашег језика. Наиме, комуникација посредством информационих технологија и у вези с њима одвија се углавном уз обилато коришћење англицизама (*ангрејд, бекан, браузер, даунлоуд, пост* и др.), а преведених термина, као што су *матична плоча, миш, штампач* и сл., веома је мало (Novokmet 2019a: 80). С обзиром на то да је истраживање утицаја енглеског језика на српски у протеклих неколико деценија резултирало бројним студијама гдје је овај феномен освијетљен првенствено из социолингвистичког, етнолингвистичког, лексикографско-лексиколошког и контрастивно-контактног угла (в. о томе Мишић Илић 2011: 71–72) и гдје се могу пронаћи значења многих англицизама, у овом дијелу рада неће се регистровати и описивати сви англицизми у језику младих, чак ни њихов највећи дио, већ само неколико оних који су новији, а често су се јављали у корпусу. У обзир ће се узети ријечи из различитих области, али ће се нарочита пажња посветити онима које су у вези с интернетом и информационим технологијама.

Твртка Прћића, Вере Васић и Гордане Нејгебауер, Биљана Мишић Илић предлаже да се он задржи када се жели означити хибридна варијанта српског језика која се говори на српском говорном подручју, а представља прилагођавање норме српског језика енглеској норми. С друге стране, термином *серглиш* (*Serglish*) она означава други варијетет – онај што настаје у процесу промјене кодова у говору српских исељеника који живе у англофоним земљама (Мишић Илић 2011).

3. Како глобална рачунарска мрежа мијења језик? Данас се интернет развио и постао готово неодојив дио живота већине људи, посебно младих, и много је друкчији него у тренутку постанка. Међутим, од својих почетака утицао је на језик – постепено су се стварале нове ријечи којима су се означавали дијелови рачунара, нови начини комуникације и сл., попут данас општепознатог глагола *гугл(ов)ати* (енгл. *to google*), именице (*и*)*мејл* (енгл. *e-mail*) и сл. Ове ријечи ушле су у многе свјетске језике, а сваки појединачни језик у већој или мањој мјери развијао је и развија сопствени интернетски сленг. Уочено је, с друге стране, и да је онлајн језик сам по себи специфичан.¹³ Он, наиме, представља „својеврсни писани разговор” (Јанјić 2012: 563). Дејвид Кристал, у књизи *Језик и интернет (Language and the Internet, 2001)*, означио га је термином *интернет говор (netspeak)*, те тако додатно указао на преплитање говорења и писања у овом медијуму.¹⁴

3.1. Посебну важност у онлајн комуникацији имају популарне друштвене мреже: Фејсбук, Твитер, Инстаграм, Тикток и др., и свака од њих има донекле специфичан жаргон и „правила”, на шта је већ укаzano у неким истраживањима код нас,¹⁵ мада постоје и лексеме које су заједничке. Такав је случај, нпр., са ријечима *лајк*, односно *лајк(ов)ати*, *мим* (енгл. *memе*)¹⁶ и сл. Из језичког угла, веома је занимљива комуникација на Јутјубу (енгл. *You Tube*), мрежној услузи (платформи, интернет страници) за размјену видео-записа и слушање музике. С његовом

¹³ Наука о језику посљедњих је година веома заинтересована за онлајн комуникацију и језик интернета (в. нпр. Јанјić 2012: 561–564, Милашин 2016а: 164–165, Тошовић 2016, као и тамо поменуте текстове). Када је пак о стилистичком аспекту ријеч, најзначајнија је монографија Бранка Тошовића *Интернет-стилистика* (2015).

¹⁴ Својеврсна потврда преплитања говора и писања може се наћи и у примјерима парафразирања устаљених израза који се тичу усменог изражавања (*превалити преко језика/зуба/усана/уста, угристи се за језик, бити на врху језика*): *Једва сам преваљила преко прстију* (nagolodavac, Твитер); *Ugrizla sam se za tweet sad* (оретја32, Твитер); *sledi za moj ukus blago prelican niz, ali mi je danima u glavi i na vrhovima prstiju, pa eto* (anjastanisic, Твитер).

¹⁵ О језику Фејсбука в. Vljaković 2010, Јанјić 2012, а о језику Твитера Милашин 2016а, 2016б.

¹⁶ *Мим* је фотографија, видео, дио текста и сл., по правилу хумористичне природе, а карактернише га то што се копира и брзо шири међу корисницима интернета, често с незнатним модификацијама.

популарношћу у језике улази и специфична терминологија, па је, како истичу Марина Николић и Слободан Новокмет (2019: 56), и пред српским језиком велики изазов – како прилагодити термине који се користе на Јутјубу, а поријеклом су из енглеског језика (нпр. *влог* [енгл. *vlog*], *челици* [енгл. *challenge*], *хол* [енгл. *haul*] и др.).

3.2. У корпусу су забиљежене неке од лексема што их користе *јутјубери*, особе које снимају за Јутјуб. Оне, наиме, имају своје *канале*, на које се особа може *претплатити* или *субскрајбовати/сабскрајбовати*¹⁷ (енгл. *to subscribe*), односно, *краће*, *субати*, чиме постаје *субскрајбер/сабскрајбер* (енгл. *subscriber*).¹⁸ Поред глагола *субскрајбовати/сабскрајбовати*, у корпусу је заступљена и именица *субскрајб/сабскрајб*, али и њен скраћени облик – *суб/саб*. Домаће варијанте, ипак, у корпусу се много рјеђе користе, што илуструју сљедећи примјери:

Прије него што почнемо са најбољом емисијом од свих емисија, позивамо вас да се претплатите на наш Јутјуб канал (Bono produkcija, Јутјуб); *subskrajbujte se na Baku Praseta, može?* (Baka Prase, Јутјуб); *mislim da ci upravo da se sabskrajbujem na kanal lee stankovic i nadje one* (Тeблицe, Твитер); *Плаћају људима да се субају на мој канал* (DJOTAFREESTYLE, Јутјуб); *KO MOZE NEKA LAJKUJE MOJIH 6 VIDEA, A KO SE SUBA NEKA SE JAVI, UZVRATICU. POZDRAV!* (PELE HARMONIKA, Јутјуб); *koliko bi subskrajbera zapravo dobila jelena krunic na onlifansu da tamo izbaci video kako se onesvescuje u eminentnom lokalu* (sawuljica, Твитер); *BAKA PRASE*

¹⁷ Равноправно се користе оба адаптирана облика – *субскрајбовати* и *сабскрајбовати*. Иако се, према правилима српског језика, компонента *суб-*, када се нађе испред неког безвучног сугласника у ријечима страног поријекла, једначи по звучности (*супституција*, *суптецијализација* и сл.), осим када су у питању сродни сугласници (*супериодизација*, *субполаран* и сл.), оваје једначење сугласничких група, с ослонцем на изворни језик, изостаје. Томе је сигурно допринијела и самосталност компоненте *суб/саб*, скраћене варијанте са значењем цијеле ријечи из које је извојена.

¹⁸ Домаћи еквивалент био би *претплатник*, али за то у корпусу нема потврде. Могуће разлоге треба тражити у чињеници да је ријеч *претплатник*, као, уосталом, и глагол *претплатити се*, већ дио општег лексичког фонда, те јој у овом контексту семантика не би била довољно прозирна. Међутим, забиљежен је један други домаћи еквивалент, *претплатитељ*, али само у овом примјеру: *Devojka je pocela sa yt-om, sto znaci da joj je pocetak najtezi, vi kao pretplatitelji necijeg u ovom slucaju njenog kanala, vi ste tu da podrzite ili ne podrzite, umesto sto je vredjate, pobvalite je* (Gujica Demic, Јутјуб).

2016.: „*ŽELIM DA DODJEM DO MILION SUBSKRAJBERA*”
BAKA PRASE 2020.: „*OSTVAREN SAM ČOVEK ISPUNJEN MI
SAN*” *SVAKA ČAST!* (Admir Vojic, Јутјуб); *a sto zadruga ima dva
razlicita youtube kanala i oba imaju po milion subskrajbera srušiću
se* (Mutav_plovak, Твитер); *što nemam grudi petice ili ključ x šestice
da ova fora dođe do milion subskrajbova* (bratotetke999, Твитер);
Од мене сви имате сабскрајб (SadNaGolZvezda, Твитер); *Кад ћу
више да имам 500 субова* (dobrilaminija, Твитер); *Мој контент
на приватном профилу је вредан 500к сабова на ут* (Твитер); *SUB
ZA SUB* (Yasserstain, Јутјуб); *sub za sub* (TheStelaj, Јутјуб) итд.

3.3. Садржај који се емитује у видео-записима на Јутјубу, али и
уопште у онлајн комуникацији, назива се најчешће *контентом* (енгл.
content), а може бити добар, квалитетан, занимљив (енгл. *quality content*)
или неквалитетан, лош, неинвентиван, кад се оцјењује као *шит кон-*
тент (енгл. *shit* [‘срање’] *content*):

*Ljudi, samo će da se gazi, niste svesni šta vas očekuje, pesme, kontent,
giveawayevi... (bakaprased, Инстаграм); opet ću reći quality content
(shitstormborn, Твитер); Svi:hoćemo kontent! Baka: NE MOŽE!
Svi:zašto? Baka:zato što ja pravim samo šit kontent! (Ана Bibić,
Јутјуб); Baka svaki dan; „Danas opet šit kontent” (Minja, Јутјуб) итд.*

3.3.1. Садржај видеа на Јутјубу одређује и његову врсту, жанр. Тако
постоје: а) *хол* (енгл. *haul*) – видео у коме се показују и описују нове
ствари након неке куповине; б) *DIY* (енгл. *do it yourself*), тј. „сам свој
мајстор” видео, којим се показује како нешто направити или украсити
али у кућним условима, без употребе захтјевније технологије и посебних
алата (в. Nikolić, Novokmet 2019: 56); в) *мукбанг*¹⁹ – видео у коме људи
једу велике количине хране и причају о свакодневним стварима; г) *пренк*
(енгл. *prank*)²⁰ – видео у коме се људима приређује шала или смицалица

¹⁹ Назив потиче из корејског језика, од ријечи *meongneun* (‘јести’) и *bangsong* (‘емитовање’). Ова врста видеа постала је популарна почетком друге деценије XXI вијека у Сјеверној Кореји, а након тога и широм свијета.

²⁰ Пронађене су и потврде за глагол *пренковати*, што илуструје примјер: *PRANKUJEM BAKU DA SAM MU SLUPAO LAMBA* (Choda, Јутјуб); *PRENKUJEM NAJBOLJU DRUGARICU DA MI SE SVIDJA* (Janko, Јутјуб). Као што се види, глагол има допуну у акузативу без приједлога, а именица *пренк* у акузативу или, чешће, локативу с пријед-

а да тога до посљедњег тренутка нису свјесни, итд. На Јутјубу постоје и *дистрек*, скраћено *дис* (енгл. *diss track*)²¹ – пјесма које садржи увреде и негативну критику на рачун неке особе или групе људи, најчешће умјетника, јутјубера или др. јавних личности, те, с друге стране, *лавтрек* (енгл. *love track*) – пјесма у којој се изражавају љубав или позитивна осјећања према другима. И домаћи јутјубери веома често праве дистрекове, а рјеђе лавтрекове, што се може закључити и на основу примјера:

majke mi ovaj baka prase ima na kraju da pravi diss trekove i na ljude sa kojima se slučajno ramenom očešao na ulici (Mutav_plovak, Твитер); *jedva cekam da astro botas postane jutjuber pa da ga baka prase isproziva distrekom* (Mutav_plovak, Твитер); *You Tube Scena (Official Disstrack Video)* (Јанко, Јутјуб); *OTAC YOUTUBA - YouTube Specijalci (Official Disstrack Video) 18-* (Nixa Zizu, Јутјуб); *BAKAPRASE X LAZIC - PARIZ (Mindzela & Mladja Disstrack)* (Бака Прасе, Јутјуб); *POSLIJE DISSA NA BLAMAGEA I URKETA IZASAO JE DISS NA MEKEEA* (Ronnie Rannotis, Јутјуб); *Svi subscribe na moj kanal jer prekosutra izlazi BAKA PRASE LOVETRACK* (El Puxero, Јутјуб); *PRVI BAKAPRASE LOVETRACK IKADA* (bakaprased, Инстаграм) и др.

3.3.2. Јутјубери су веома популарни међу младима и дјецом. Њихова публика свакодневно је изложена садржајима које они постављају на своје канале. У јавности се због тога веома често полемисе о негативном утицају који би неки од њих могли имати на успостављање система вриједности код најмлађих, њихове животне навике, али и сам језик. Наиме, поједини јутјубери врло се често служе скраћеницама, англицизмима, опсценим ријечима и изразима, жаргонизмима итд., хвале се новцем, одјећом и сл. Ипак, остаје отворено питање колико су сами јутјубери заправо производ овог времена и да ли би и без њих дјеца свакако била изложена сличним или још горим садржајима. Примјер

логом на: *OTELI SU ME! **PRANK** NA VASKETA* (AN NA, Јутјуб); *24h Prank na Vuku* (Olivera Konatar, Јутјуб); *PRANK NA ZAGI* (Zaga & Filip, Јутјуб) итд.

²¹ У корпусу је забиљежен и глагол *дистрековати*, с допуном у акузативу: *50.000 lajkova i distrekujem tatu* (Бака Прасе, Јутјуб).

који би ипак, бар кад је о језику ријеч, могао указивати на то да дјеца и млади преузимају начин изражавања својих идола, у овом случају јутјубера, јесте све чешћа употреба глагола *решиити* у значењу 'некоме доскочити, побиједити некога, освојити некога и сл.' – управо онако како га користи Бака Прасе, јутјубер с највише пратилаца на Балкану.²² Уколико се појављује у усменом изражавању, најчешће се продужава изговор гласа *p*, а у писању се то истиче понављањем графеме којом се овај глас означава. Изговарање ове ријечи јутјубер често пропрати једним гестом – покретом који се назива *деб/дебовање* (енгл. *dab*), а подразумева спуштање главе на руку, савијену тако да додирује раме, док је друга рука усмјерена укосо према небу.²³ Популарност коришћења глагола *решиити* с наведеним значењем међу млађим говорницима српског језика²⁴ потврђују следећи примјери:

Rešila te (User8, Јутјуб); *Na twiteru sam normalniji sto puta nego uživo haha ludache ide gas reši* (Will_Grigg13, Твитер); *Rrrrreši ih sve!* (s192s, Твитер); *RRRRREEEEŠŠŠIIIII MAJMUNA* (KILLUMINATI_011, Твитер); *Ali Šabac rrrrrrrrešio apoteke koje 200ml alkohola prodaju za 250 dinara - postavio kanistere sa sredstvima za dezinfekciju na par lokacija dodesh sipas za dž uživaš* (Kamikaza27, Твитер); *ma reši bre* (isisdorax, Твитер); *Сестрић нон стоп виче РЕЕЕШИ и ја га питам је л му некад неко рекао да је дебил а сестричина се убацује и каже АКО НИЈЕ ЕВО САД СМО ТИ МИ РЕКЛИ и онда смо сви викнули РЕЕЕШИ и он се распакао искрено васпитавање на макс* (BarbikaBarby, Твитер) и др.

²² Своје пратиоце и обожаваоце овај јутјубер назива *унуцима* (будући је он *Бака Прасе*), „најјачом институцијом на Балкану”.

²³ Овај покрет настао је у оквиру америчке хип-хоп културе, а данас је веома популаран широм свијета, међу јавним личностима, политичарима, али и у широј популацији, па се с правом говори о тзв. *деб манији*.

²⁴ Да глагол *решиити* у овом значењу користе углавном млађе особе, потврђују и примјери: *Iskreno cenim kad neko zna pošteno da šukne ili što bi mladi rekli rešiii* (uno_bambino, Твитер); *Problem je sto se previse ocekuje od „rrrrresssiii” generacije i emotivno hendikepiranih milenijalsa koji su sabili 30god i kusur godina u dupe a ne znaju ni kad su gladni* (twit_mudrolije, Твитер).

3.3.3. Дјеца и млади опонашају и описани покрет који прати изговарање овог глагола, што се може закључити и на основу следећег примјера из корпуса: *na teveu prilog iz neke skole a u hodniku neki klinac vidi kameru i uradi ono sa rukama kao baka prase gffiffkdk* (Mutav_plovak, Твитер). Једна корисница Инстаграма искористила је, у контексту актуелне пандемије, то што гест подсећа на положај тијела приликом кијања или кашљања у лакат (а то је једна од препорука како треба кашљати да би се спријечило ширење ковида 19) и поставила цртеж дјечака који „решава”, тј. „дебује”, што је и Бака Прасе подијелио (или у духу текста – *шервао*) на свом профилу на Инстаграму (Слика 1):



Слика 1. Приказ кашљања при „решавању” (извор: bakaprased, Инстаграм)

Цртеж, наиме, прати порука – *ADOK REŠAVAŠ, KAŠLJI U LAKAT*. У опису, између осталог, стоји: „ја не реšavam јер имам скоро 30 година”, што иде у прилог томе да овај израз и покрет који га прати користе углавном млађи и дјеца.

3.4. Популарност друштвених мрежа међу младима утицала је и на само успостављање и одржавање комуникације. Искази из корпуса показују, нпр., како младићи све чешће користе могућности што их интернет нуди да би успоставили контакт с дјевојком која им се допада:

da li da upadnem u depresiju ili tebi u dm bebo (mrtavumoran, Твитер);²⁵ *kako su se javljali prije tomtci kad nije moglo da se odgovara na story* (ajskafepaa, Твитер); *Нећу се смирити док не будем имала неку љубав као из филмова шта ти мени одг на стори па као изађемо па смо као после у вези како то данас иде нзм досадно нема шансе ако си ми суђен има да се сретнемо на семафору или тако нешто* (uno_bambino, Твитер); *Прави мушкарац не мува преко инста сторуја прави мушкарац киднапује* (penispiling, Твитер) и др.

3.4.1. Посебну врсту онлајн комуникације представља размјењивање порука сексуалног садржаја – тзв. *секстинг* (енгл. *sexting* [← *sex* + *texting*]). У употреби је и глагол *секстовати*, затим хибридна конструкција *хот доп*, спој енглеског придејева *hot* ('врућ') и скраћеног облика глаголске именице *дописивање* (или глагола *дописивати се*),²⁶ а такође се користи глагол *хотовати*, у истом значењу. Све ово илуструју примјери:

Ја сам добила епитет „фригидна” јер нисам хтела секстинг са ликом са твитера и сад кад видим ово ДОБРО САМ ПРОШЛА (BarbikaBarby, Твитер); *„uh može” ja dok se ne investiram ni 1% u seksting i tira gledam video anabela gagi svada* (presnijet, Твитер); *Nmg da sextujem, ucim bebii* (tomibezdzeri); *Obećavam da neću zaspati ovaj put *ja dok sextujem** (DevilsPenguin, Твитер); *nmg imam zakazan hot dop veceras u 9* (mitraljez, Твитер); *Neko za hot dop?* (astrov_world, Твитер); *Tvoja devojka hotuje sa mnom i ti tu ne mozes nista* (nakonjce997, Твитер) и др.

3.4.2. Поруке овог типа могу садржавати и експлицитне фотографије, тј. фотографије голог тијела или интимних дијелова. Енглески

²⁵ Овај примјер занимљив је и из стилистичког угла, будући да се у њему реализује Zeugma.

²⁶ Именица *доп* већ постоји у жаргону и припада лексици из области наркоманије, а то су искористили неки корисници Твитера, поигравши се различитим значењима у примјерима: *od hot dop ako može samo dop* (sipu_, Твитер); *I dop je hot Samo kazem* (37vncv, Твитер).

назив за овакву фотографију јесте *nude* (мн. *nudes*), а корпус показује да се код нас по правилу користи овај енглески множински облик, и то писан изворно – латиницом (*nudes*), изворно – али ћирилицом (*нудес*), прилагођено (*нудз*), а појављују се и облици множине *нудови* и *нудсови*. Веома је заступљен и облик *нудар* (са суфиксом *-ара*, додатим енглеској основи), а користи се и конструкција *голе слике*. Фотографија пениса означава се англицизмом *дикпик* (енгл. *dickpic*), од кога је и изведен пејоратив *дикпикчина*. Ово су примјери из корпуса који потврђују употребу поменутих лексема:

Stanje vanredno šalјite momcima nudes (Brufenka, Твитер); *poslala sam liku nudes on me pita koji je to telefon* (nikolllina, Твитер); *само нудес* (неорјевани, Твитер); *Положитељеке шаљу нудес* (penispiling, Твитер); *Нудз су океј али да ли вам је икад неко слао слике кокаина?* (vontanovadroga, Твитер); *ako devoјka pošalје nudove dečku i taj lik to prosledi bilo gde, postoji jedan krivac i to је ON* (uwuslavje, Твитер); *Aјde neki protest slanjem nudova meni. Isto neće niшта promijeniti ali bar će meni biti lijepo* (beba_jastreб, Твитер); *Kome smetaju sise, dupeta i ostali nudsovi, taj је peder* (veselidecak, Твитер); *poslala momku нудару он у сред гејма на ме апсолутно и потпуно искулирао* (sahranјujem, Твитер); *jooј izvini slucaјno sam ti poslala nudaru htela sam domaci iz matematike :/* (glimmer105, Твитер); *не шаљи ми голе слике пошаљи ми добре вести да више ниједан гастарбајтер није прешао границу* (gucimeјn, Твитер); *Kako poštene dјевојке izdržavaju da budu sa likom и vezi duže od mјesec dana а da он odbija da pošalје dickpic ako не da posle 15 dana ја odma tražim novog neka kultura mora da се zna* (Sleјer_benvea, Твитер); *Ne verujem и dickpic jer svi znamo da kamera dodaje* (macxkyu, Твитер); *učila hemiju 3 sata sad malo на pauzi uzela telefon lik šalје dickpikčinu* (glimmer105, Твитер); *Realno nije nam nikad do dickpicine guys* (aljic_seјla, Твитер) ИТД.

3.5. Један од англицизама који се веома често појављује у говору младих, а није у вези с облашћу информационих технологија, мада се често користи у интернет комуникацији, јесте *кринц* (енгл. *cringe*). Његово је значење 'дубоко, јако осјећање срама, стида, и то, по правилу (не

и обавезно), у име неке друге особе (због њених особина, понашања, изражавања и сл.). Ова ријеч у великој је мјери еквивалент синтагми *трансфер блама*, која је релативно давно ушла у разговорни језик. Њену заступљеност у онлајн комуникацији потврђују примјери:

На зиду иза су медаље за крину (ambichiozna, Твитер); *мени жао деце дулета недељковића они сигурно живе у хроничном крину* (JelenaVan, Твитер); *буквално онај крину аниматор на рођенданима у основној школи кад хајтује слављеника* (SenpaiKimi, Твитер); *Морам да кажем мало сте презроби према свим политичким акцијама попут ових шерпи које су баш често и мени крину али какво је стање демократије и медија можда и треба да се привикавамо на крину ударање у шерпетине и тигање* (penispiling, Твитер); *KOLKO KRINDŽ ALO АНГАНАНА* (TarmeYX, Јутјуб); *ubij se jebote koji krindž* (znamdaznaskosam, Твитер); *Situacije koje su vriska od krindža su и задње вријеме тој сепаре* (adorationes13, Твитер) и др.

3.5.1. Као синоними ове ријечи,²⁷ поред поменуте конструкције *трансфер блама*, у корпусу се наводе: *сусрамље*, које је и обиљежено јер се углавном везује за Хрвате и Хрватску, будући да је тамо и сковано, затим *застиђе*, те *срамизам*:

hrvati izmislili riječ za krindž a to je pazite sad SUSRAMLJE zvanično mi nije dobro (debelacxuti, Твитер); *Осећам сусрамље због њих* (petosrbijanac, Твитер); *Застиђе је ново сусрамље. #cringe* (no_need2_panic, Твитер); *сусрамље недеље су марчелова нова пјесма удахли о бунту поштена чојека и бракусовљево рецитовање харикејна, добродошли у двијетисућетврту, дабогда изгорла* (beecaretaker, Твитер); *Сусрамље (srp. 'transfer blama')* (milancekic, Твитер); *Срамизам или сусрамље* (neiskulirana, Твитер) итд.

²⁷ Разлоге за тражење синонима треба тражити у чињеници да се некима овај англицизам не свиђа, што потврђује примјер: *je l postoji neka druga rec za krindz jer je krindz bas krindz* (stankoviica, Твитер), који притом има и стилску вриједност јер је заснован на понављању ријечи и поигравању значењем.

3.6. Забиљежено је још неколико честих англицизама који нису у уској вези с онлајн комуникацијом: *флекс(ов)ати* (и *флекс*, *флексање*) – ’понашати се надмено, хвалисати се’ (пандан вулгаризму *курчити се*); *бинцовати* (и *бинцовање*, *избинцовати*) – ’претјерано учествовати у некој активности’, данас најчешће ’дуго, маратонски гледати серије, и то преко неког сервиса за стримовање’ (в. Novokmet 2019b: 70); *стојловати* – ’открити неке шта ће се догодити у филму, серији и сл.’; *овертинковати* (и *овертинковање*, *овертинкер*) – ’превише размишљати’; *бејзикара* – ’обична, ни по чему посебна особа’ и др.:

мој флекс је да не флексујем по интернету (svetarip, Твитер); *TOLIKO FLEKSANJE PARAMA... Klinac potkačio Baku Praseta na Twitteru! Nova drama na potolu?! (IDJTV, Јутјуб)*; *Neki ćete na more a neki ćemo da i dalje bindžujemo sralja na netfilksu* (p0punjen, Твитер); *sta sad pa znaci „bindžovanje” ocivam ispale...* (kloniranopraxe, Твитер); *Ko nije gledao Young pope i New pope ako se izbindžuje to su vam taman dva dana manje u izolaciji* (presjednik, Твитер); *ja sam ovo izbindžovao u 48h* (stonexman, Твитер); *ljudi koji ne blicaju kad vide policiju i ljudi koji namjerno spojluju neku seriju ili film su glibovi glibavi* (darkanbre, Твитер); *NEMOJ KO DA JE SPOMENUO BILO ŠTA IZ TREĆE SEZONE ELITE JER NOĆAS TEK GLEDAM KAO BOGA VAS MOLIM NEMOJTE SPOJLOVAT MNOGO MI ZNAČI* (presnijet, Твитер); *znate ono kad toliko overthinkujete situaciju da vise nista lepo u njoj ne vidite* (sakarrijum, Твитер); *Eto sad ljudi misle da overtinkovanje pre spavanja znaci da ste jako pametni a ne da ste samo nesposobni da kontrolisete sta kad i koliko mislite* (drusnaMargo, Твитер); *Ono što je za mene najkorisnije u ovom karantinu zdecom je to što je faktički nemoguće održati tok misli duže od dve sekunde jer će bar neko panično viknuti maaamaaa bez ikakve potrebe ali to je odlična terapija za overtinkere kao što sam ja dakle od sad samo nick jr i bleja* (preljubazna, Твитер); *joooj lik mi priča kako sam posebna i kako nisam kao ostale a ja najveća bejzikara ikada* (glimmer105, Твитер) итд.

4. Издвојени и анализирани примјери потврдили су да се у говору младих може препознати снажан утицај енглеског језика, нарочито у

онлајн комуникацији и свему што је у вези с информационим технологијама. Енглеске ријечи користе се у изворном облику или се прилагођавају ортографији и граматичком систему српског језика, а након позајмљивања врло често служе и као творбене базе за грађење нових ријечи. Будући да се овим језичким јединицама у првом реду служе дјеца и млади, може се претпоставити како ће неке од уочених тенденција у већој или мањој мјери утицати на развој српског језика у будућности, те је стога њихово проучавање веома важно за србистику.

4. Гасери – нова група младих људи

1. У језику младих појавио се и назив *гасер*. Шта се њиме означава? Познати српски онлајн рјечник сленга *Вукајмија* дефинише гасере као спиритуалне насљеднике „дизелаша”, мада не одриче ни утицај других супкултура, „од којих су покупили све најгоре”:

Најчешће су момци, ошишани на кеца или потпуно обријаних глава. Присутни су на улицама готово свих београдских насеља и углавном имају између 13 и 22 године.

Обучени су прилично скупо за наш стандард (Нараријги шушкавци, Nike тренерке и дуксеви, парка јакне, копије Rolex сатова), а најпрепознатљивији су по изузетно упадљивим патикама – Nike Air 95/95 Ultra/97/TN/у ретким случајевима Huarache или Air Force. Међу њиховим обележјима су и „брзе цваје”, односно начаре за сунце које носе и дању и ноћу.

Слушају музику невероватно лошег квалитета, а укуси варирају од турбофолка насталог у претходне 3 године који из непознатих разлога сматрају репом, немачког гангста репа, углавном 187 Strassenbande па чак до рсутгансеа који је нешто најквалитетније што ће већина њих икад чути.

Деведесет одсто њих пуши, а неретко и уживају психоактивне супстанце, најчешће LSD и траву. Углавном бораве у наргила баровима, школским двориштима и парковима у групама, а никад их није мање од петорице.

Одликује их и коефицијент интелигенције мањи од тренутне собне температуре негрејане просторије и речник који подразумева неких 300 речи. Такође из неког разлога сви имају девојке.

Налик дизелашима, мрште се на све што носи старке или мартинке, слуша иоле нормалну музику или уме да мисли, само што се такви више не називају металикама, него просто педерима.

Гасери обожавају своје насеље или одређени део насеља и мрзе гасере из других делова града, па су и наоружани скакавцима ако дође до неке туче, мада такви сукоби реално постоје само у причама. Навијају за своје клубове који играју у жњ лигама и за једно од вечитих, иако је то само маска за даље гасирање.

Иако немају позитивних особина, опште су прихваћени и омиљени у друштву. Нестаће и малих кругова мислећих бића која на горепоменутом гледају са подсмехом, такви оду у Канаду и Аустралију и више се не врате... (Vukajlija, internet).

Наведени опис гасера у складу је са ставом који (урбане) старије генерације имају према овој групи младих људи. Њиховим заштитним знацима и главним карактеристикама сматрају се, дакле: скупа спортска одјећа, лош избор музике, нетолеранција према другим и друкчијим скупинама те мањак интелигенције. Нема сумње, ипак, да је ово још једна у низу генерализација са хумористичном нотом у подлози. С језичког аспекта, међутим, чини се важним открити откуда потиче њихово име и када се оно јавило.

2. Суфиксална изведеница *гасер*, настала помоћу енглеског суфикса *-er*, веома заступљеног у жаргону младих (уп. Bugarski 2006: 75–77), може се мотивисати дјвема ријечима: именицом *гас* и глаголом *гасирати* (*ce*). Обје ове ријечи заступљене су у жаргону младих (прва самостално или у изразима *иде гас*, *бити у гасу* и сл.), а то потврђују и примјери из корпуса:

dobar je gas ovaj osecaj kad pocnes da kapiras roditeljske savete za koje si mislio da su prosto samo ispod tvog nivoa genijalnosti koji oni ne mogu da shvate ali bukvalno se nikad necu truditi da ubedim nekog mladjeg u to jer je nemoguće (премијермаџе, Твитер); *Сви кажу иде гас а нико не*

пита где иде гас и да ли му се свиђа тамо где иде (m_totic, Твитер); **ИШАО МАЛО ЈАЧИ ГАС** (__oobi, Твитер); *Мојој генерацији је довољно да обуче Џордан трешу доњи део, Супер драј дукс горњи део, исто Супер драј торбица, неки Касио сатић, патике од 200 евра и да иде гас, не видим проблем* (korpus_delikti, Твитер); *па што не рекосте одмах да раде кафићу ИДЕ ГАС* (gucimejn, Твитер); *bila sam u gasu da se ošišam skroz na kratko kao decak međjutim dunja jovanic me sjebala sve imam utisak ako se ošišam postacu retard* (madame_ognjena, Твитер); **LERAMO GIRICE IZ GASA 2** (Choda, Јутјуб); *Kad čitam kako se gasirate ovde...* (itisOakieDoke, Твитер) итд.²⁸

2.1. Именица *гас* и глагол *гасирати* (*се*) потичу из домена аутомобила, брзе вожње, а заправо се могу довести у везу с потребом већине младих људи данас да све постигну одмах и сад, да све буде енергично, брзо, а не досадно, да осјете адреналин, што је опет у складу с брзином живота у XXI вијеку. Изразом *иде гас*, који је данас преплавио онлајн комуникацију (у корпусу су пронађене 62 потврде), означава се то посебно расположење, налет енергије који претходи некој занимљивој активности. У вези с постанком овог израза, као и термина *гасер*, на Твитеру се развила занимљива дискусија, а покренула ју је реперка Мими Мерцедез (корисничко име: premijermafije):

dzimi dzu je doslovno izmislio termin gaseri 2015. kad smo raspravljali kako treba da se zove moja publika ako su suprotno od civila pa sam se drala na nastupima deste gaseriii uvek ali termin ide gas se rodio na novom beogradu kao i vecina dobrog slenga (premiermafije, Твитер); *Termin gas je postojao na Medaku još 2008. draga mimice* (fajnest, Твитер); *dakle ja sam pricala o terminima GASERI i IDE GAS a ne samo GAS kao takav ali dobro nije da ovolika preciznost u izrazavanju zanima ikog osim mene ovde* (premiermafije, Твитер);

²⁸ Да израз *иде гас* не користе искључиво дјеца и веома млади људи, гасери, потврђује и примјер: *Danas sam u raspravi zašto ja sa trideset i kusur godina smem da koristim izraz IDE GAS, iskoristio citat Dare Bubamare: „Volim sve što vole mladi, Ali ja to malo bolje radim.” Šah mat* (good_neighbor, Твитер).

*ali Mimi, Djekson na ovoj pesmi iz 2014-e koristi termin „beogradski gaser” (getinski, Твитер).*²⁹

2.2. Иако је, дакле, тешко утврдити када је и ко први употребио термин *гасер*, јасно је да су он, као и именица *гас* и глагол *гасирати*, ушли у говор младих, о чему свједочи и чињеница да су постали мотивне ријечи за бројне нове жаргонизме: *гасерка*, *гасерски*, *гашчина*, *изгасирати* (*се*) и др:

Obožavam tuvanje sa mladjim generacijama da ne kažem gaserkama (jahacc, Твитер); *I MENI JAKO ČESTO IZLETI a i xd isto ostali mi gaserski dani* (shitstormborn, Твитер); *ide gascina smrdljiva* (scrazyolg, Твитер); *ИДЕ ГАШЧИНА* (warm_foothills, Твитер); *kako mi je brat izgasiran na mrezama sta je ovo* (tojezver, Твитер); *nije mi jasno kako se ljudi ne izgasiraju max kad krene 99 od jale kad ta matrica prakticno dize iz mrtvih* (sarabesnara, Твитер) итд.

5. Текстови популарних пјесама под утицајем нових технологија

1. Савремено доба одликује брисање различитих граница, а то се може пратити и у музици. Наиме, данас је веома тешко омеђити музичке правце и одредити шта је новокомпонована „народна” музика, а шта поп, хип-хоп, R&B итд. Важно је, међутим, да је музика, захваљујући медијима и интернету, доступнија људима више него икад, а значајна је за језичка проучавања јер, с једне стране, одсликава културу најбројнијих представника српског народа, а, с друге, у мањој или већој мјери може утицати и на сам језик оних који је слушају.

2.2. Већ летимичан поглед на текстове савремених „народњака” и поп пјесама, који су најслушанији жанрови код нас, открива окренутост ка колоквијалном језику, најбаналнијој лексици и фразеологији, али и материјалистичкој и конзумеристичкој култури, у којој данас живимо. Тако се веома често појављују: називи произвођача скупе одјеће, марке

²⁹ Ријеч је о пјесми *Жубори Дунав*, односно стиху: „Дозволу нисам ни сањо, па сам бежо на мотору, сад се возим басем јер сам београдски гасер” (Kurtoazija, *Zubori Dunav*, Јутјуб).

аутомобила, егзотичне дестинације, као и секс, алкохол и дрога.³⁰ С обзиром на то да се аутори популарних пјесама врло често додворавају публици којој се обраћају, у првом реду младима, пишући текстове по њиховој мјери и укусу, није неочекивано да се у њима срећу лексеми које се тичу информационих технологија и онлајн комуникације, као саставног дијела живота савременог човјека. Почело је, чини се стидљиво, у пјесмама Ђорђа Балашевића (*Пошаљи поруку да видим једном то писамце на дисплеју* [Jaroslava (Princezo, javi se), 2001, Јутјуб]), Александре Радовић (*Повремено само угледам на екрану мало писмо* [Da te ne volim bar, 2009, Јутјуб]), али је данас то опште мјесто, у много баналнијим конструкцијама, што потврђују следећи примјери:³¹

Менаџери ме зову на FaceTime (Јала Врат – Собы – Буба Corelli, О. D. D. D., Јутјуб); *Не качи ништа на Инста* (Свија, Insta, Јутјуб); *Ја пратим твој инста још од раније* (Свија – Теодора, Nokaut, Јутјуб); *Што ти смета што сам мета бар хиљаду твитова, тагова и лајкова и разних модних клипова* (Теодора, Story, Јутјуб); *'Ајде, не смарај, не зови ме и не спамуј ми сторије* (Nikolija, High life, Јутјуб); *Каже ми да ућем на WA* (← Вотсап) (Nucci, Udji na WA, Јутјуб); *Пратим Тикток, Инстаграм, где ми дајеш грам по грам* (Vuk Mob, Tiktok, Instagram, Јутјуб); *Док снимају се тиктокови по гажби* (Свија, Poziv, Јутјуб); *Кад ме зове, на ајфону пише Конкорд* (Buba Corelli, Comfort, Јутјуб); *Мики, мики, мики, звони ми Nokia* (Relja – Nikolija, Meduza, Јутјуб); *Звони ми мобилни, моја бејби хоће нови Луи Ви* (Relja, Mi amor, Јутјуб) итд.

2.3. У неким пјесмама могу се препознати критике на рачун зависности од друштвених мрежа (нпр. Marko Mandić – Wikluh Sky, Instagram, Јутјуб). Међутим, и пјесме које афирмишу и оне које се негативно односе

³⁰ Занимљив је примјер у коме млађа корисница Твитера износи став да се ту није много шта промијенило у односу на ранији период: *није васу децу унистила данасња музика realno i vi ste slusali pesme o drogama koje su sofisticirano upakovane da zvuče kao da su ljubavne pesme - vasu decu ste unistili vi, vasi kompleksi, nerazumevanje za njih i vreme u kojem zive kao i to sto im niste posvetili svoje vreme* (sarabesnara, Твитер).

³¹ У обзир су узете пјесме које на сајту Јутјуб имају велики број прегледа, што свједочи о њиховој популарности, поготово међу млађом популацијом.

према утицају технологије на животе младих људи данас свједоче заправо о истом – о свеприсутности интернета, мобилних телефона, рачунара...

6. Поређења и метафоре чији је изворни домен технологија

1. С обзиром на чињеницу да у метафорама и поређењима људи користе домене који су им блиски како би описали неке апстрактније, даље домене, те се у њима може препознати одраз реалног свијета, о чему нам, између осталих, говоре когнитивнолингвистичке теорије метафоре (о томе в. Klikovac 2004, Kövecses 2010), а да су информационе технологије и интернет такоређи потпуно интегрисани у наше поступке и дјеловање (в. Касер 2019),³² може се очекивати да ове области све чешће буду служиле као изворни домени за настанак поређења и метафора. У прилог томе иду примјери:

Praznici su mi postali kao onaj najteži nivo u igrici kad uložiš sve živote, šifre, tokene, pomoći i magična oružja da pređeš na sledeći (Volshebna, Твитер); *Kad sa mnom dođeš do GAME OVER, nema više PLAY AGAIN* (_крор-quotes, Инстаграм); *Ja – Bože / Bog – Blok* (_hitana_, Твитер) итд.

Засад је то процес у настајању, али нам изрази у којима се човјек, и његово тијело и ум, доживљавају као неки електронски уређаји (рачунар, мобилни телефон и сл.), показују да постоји та тенденција (уп. Janjić 2014: 157–158).

2. У психологији, првенствено у истраживањима у области вјештачке интелигенције, одавно је коришћена рачунарска метафора, по којој се функционисање когнитивног система схвата као аналогно начину на који функционише рачунар, што је резултирало и успјесима и неуспјесима (в. нпр. Kostić 2014: 37–39). С друге стране, у обичном, свакодневном говору, врло често се користи рачунарска метафора како би се

³² Зависност савремених људи од технологије сликовито је представљена метафором у следећем примјеру: *Ja nijesam čovjek ja sam držač za telefon* (neskolovan, Твитер). И следећи примјери говоре о свакодневном и непрестаном коришћењу телефона: *Od porodičnih tradicija za praznik – svako sedi sa svojim telefonom i odgovara na poruke* (tacsvi, Твитер); *Izadjem subotom uvece i super se provedem sa svojim telefonom* (DugalicMil, Твитер).

сликовито представила психичка, али и физичка стања у којима се људи налазе. То илуструју ријечи и изрази попут: (за)баговати, ресетовати (се), рестартовати (се), напунити батерије, вратити (некога или себе) на фабричка подешавања итд., што показују и примјери из корпуса:

zabagujem ponekad samo stojim i ponavljam znači svi misle kao da sam bolesna ili stagod (monteniggerr, Твитер); *STEVANE IZ BORA VIDIM JA DOBRO ODAVDE DA NE PAZIS NA CHASU NEMOJ DA DODJEM KROZ TELEVIZOR DA TE RESETUJEM!!I* (грпнма, Инстаграм); *Требао је тај ресет на души заблуде све о теби да ми сруши* (Тјана Дарчевић, Reset, Јутјуб); *Muzika mi pomaze da se resetujem* (ChivasPrava, Твитер); *Meni poslije svake nocne treba neki dan od 48h, da ga prespavam, da se resetujem* (temps_de_lamour, Твитер); *То што радиш настави и никада немој престат, и када озноје се тијела, опет то будеш хтјела, ти само притисни рестарт* (Jala Brat, Restart, Јутјуб);³³ *Na odmor, da. Koliko da napunim baterije. I ni dana više* (teachergordana1, Твитер); *Vratio ga kako lako na fabrička podešavanja tvog idola baku praseta* (ЈУЖНА ТРИБИНА ИЗ ПРИНЦИПА, Јутјуб); *moja želja je samo da sretнем uživo još neke ljude odavde pa da vas dovedem u red kao što sam i ostale, 5 sekundi samo 5 i vratili bi se na fabrička podešavanja* (raspevana, Твитер); *znaci xakowao mi je mozak* (tumornamozgu, Твитер); *мала је ко вајфај у друштву је шерујем* (bejbifejs, Твитер); *Treba mi nova glava ova me boli a nemam ni memorije više* (preljubazna, Твитер) и др.

2.2. И живот се врло често концептуализује као уређај, исто тако и вријеме, тачније временски периоди, па се говори о рестартовању живота, рестартовању године, дана и сл. И вирус који је изазвао актуелну пандемију упоређује се с рачунарским вирусом, што је посебно занимљиво, будући да долази до укрштања изворних и циљних домена: изворни домен за именовање рачунарског програма или кода што прави проблеме у домену технологије био је вирус, који изазива обољења код

³³ Ово је примјер у коме је циљни домен повезан с физичким стањем човјека и има сексуалну конотацију.

живих бића, а сада се дешава обрнути процес (или пак наставак започетог процеса метафоризације). Све то показују примјери:

ko još ima snage da restartuje život (_krompir, Твитер); *Daj nek neko restartuje ovaj dan* (boringoboga, Твитер); *Ustao sam i juče i danas u 10:00h i sad hoću da neko restartuje na petak odmah jer ja vikendom spavam do 14h* (jahacc, Твитер); *Neka neko reinstalira 2020, zakacili smo virus* (Ludak111, Твитер); *jel možemo da ponovo instaliramo ovu 2020, ova verzija ima virus* (tejtless, Твитер) итд.

2.3. Посебно су занимљива поређења и метафоре гдје се као изворни домен узима *Сири*, интелигентни лични асистент који се користи у уређајима компаније „Епл” (*Apple*). Функција се служи природним корисничким интерфејсом језика да одговара на питања, даје препоруке и делегира захтјеве на скупу веб-сервиса. Сири се у поређењима узима као оличење мудрости, нешто што је раније, када је човјек више био окренут природи, била сова (уп. *мудар као сова*), што свједочи о великој промјени погледа на свијет,³⁴ а илуструју је следећи примјери из корпуса:

Кô Сири све зна (Jala Brat, *Vad*, Јутјуб); *Размишљам, оснујеш адвокатско друштво које пружа све врсте правне помоћи и назовеш га Сири, јер све зна!* (svetislavtisa, Твитер).³⁵

7. Закључни осврт

1. У раду су разматране нове ријечи и изрази које млади људи често користе у интернет комуникацији, првенствено на друштвеним мрежама. Корпус који је чинио емпиријску основу истраживања било је веома тешко ограничити и учинити операбилним, односно примјереним

³⁴ О овим промјенама у друштву говоре и следећи шаљиви примјери, дати у виду савремених клетви: *dabogda poslao skrinsot osobi koju si skrinsotovao* (sxxakal, Твитер); *Nekada, dok nije bilo društvenih mreža, jedna od najgorih đackih kletvi bila je: „Dabogda ti keva prdnula na roditeljskom!” A danas, kada su svi đaci on-line, jedna od najgorih kletvi glasi: „Dabogda ti keva greškom poslala explicitnu poruku na roditeljsku Viber grupu!”* (duhizborce, Твитер).

³⁵ Поред Сири, и претраживач Гугл се врло често сматра свезналицом, што потврђује и назив представе „Ко нема у вугла, гугла”, чија је премијера одржана у Књажевско-српском театру у Крагујевцу 2018. године.

оваквој анализи и обиму рада, будући да је пружио обиље материјала.³⁶ Ипак, издвојени су примјери који, чини се, релативно добро репрезентују говор младих данас, мада се не може искључити могућност да су неке фреквентне лексеме и изрази остали непримијећени.

1.1. Анализа је показала да млади корисници интернета веома често посежу за ријечима из енглеског језика, с тим да их користе како у изворном облику, тако и у форми прилагођеној српској ортографији и/или граматичком систему, а веома често те ријечи служе као основа за грађење нових. На овај се начин и даље развија варијетет који се у литератури већ традиционално назива англосрпским језиком. Овако изражена употреба англицизама могла би се објаснити чињеницом да је управо енглески језик – језик онлајн комуникације на глобалном нивоу. Већина ових лексема, а нарочито оне које немају потпуне семантичке еквиваленте у нашем језику као језику примаоцу, и користи се претежно или једино у контексту рачунарске свакодневице. С друге стране, неке од њих ушле су у структуру српског лексикона само захваљујући помодарству, тежњи да се постигне експресивност и сл. Све ово иде у прилог чињеници да је српски језик, попут већине европских језика, под снажним утицајем глобализације, коју прати статус енглеског као интернационалног, свјетског језика.

1.2. У раду је посебна пажња поклоњена и новим метафорама и поређењима у онлајн комуникацији на српском језику. Како се показало, многе лексеме из рачунарске, односно технолошке сфере постале су дио општег лексичког фонда (*рестартовати*, *ресетовати* и сл.) и ушле у састав метафора и поређења чији је изворни домен област нових технологија. Између осталог, у таквим се конструкцијама човјек и његова стања све чешиће концептуализују као уређаји, који су неодојив дио живота савременог (младог) човјека, што је још једна потврда чињенице да је језик увијек одраз времена, културе, реалног свијета. О томе свједоче и текстови популарних пјесама, у којима су веома заступљене лексеме из компјутерске сфере, али и метафоре и поређења засновани на повезивању или чак поистовјећивању човјека и технологије.

³⁶ Овај проблем се и иначе јавља у савременој лингвистици када се језичка грађа прикупља с интернета (о томе в. Ајдановић 2016: 15).

2. Циљ овог рада није био да се региструју и опишу све нове ријечи и изрази у језику младих, па чак ни њихов највећи дио. Он је замишљен као нека врста увида у тенденције и процесе који се налазе у подлози промјена што их савремено доба уноси у српски језик. Један од недостатака рада јесте то што подаци прикупљени на овакав начин нису пружали увид у то колико тачно година имају аутори већине анализираних исказа. Такође, ријеч је о ограниченом корпусу, па се ни закључци овдје изнесени не могу сматрати коначним и општим. Ипак, чини се да су утврђене поједине специфичности и основне тенденције у идиому који млади користе у онлајн комуникацији, што би могло послужити и као подстицај за нека будућа истраживања.

Извори

1. Вукалија, доступно на <https://vukajlija.com/gaser> (приступљено 30. августа 2020).
2. Инстаграм, доступно на <https://instagram.com> (приступљено 30. августа 2020).
3. Јутјуб, доступно на <https://youtube.com> (приступљено 30. августа 2020).
4. Твитер, доступно на <https://twitter.com> (приступљено 30. августа 2020).

Литература

1. Ајдановић, Милан (2016), „Именице с обележјем [особа +] у језику младих корисника интернета”, у: Branko Тошковић, Arno Wonisch (Hg.), *Wortbildung und Internet*, Graz: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz – Kommission für Wortbildung beim Internationalen Slawistenkomitee, 13–26.
2. Andert, Darlene (2011), „Alternating Leadership as a Proactive Organizational Intervention: Addressing the Needs of the Baby Boomers, Generation Xers and Millennials”, *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, VIII, 4, 67–83.
3. Бугарски, Ранко (2006), *Žargon: Lingvistička studija*, друго, прерађено и проширено издање, Београд: Библиотека XX век – Књиžара Круг.
4. Бугарски, Ранко (2009), „Европска језичка политика између разноликости и глобализације”, у: *Evropa u jeziku*, Београд: Библиотека XX век – Књиžара Круг, 11–36.

5. Vasić, Vera, Tvrтко Prčić, Gordana Neugebauer (2018), *Du yu speak anglosrpski? Rečnik novijih anglicizama*, treće, elektronsko izdanje, Novi Sad: Filozofski fakultet, dostupno na <http://digitalna.ff.uns.ac.rs/sites/default/files/db/books/978-86-6065-451-1.pdf#overlay-context=sadrzaj/2018/978-86-6065-451-1> (pristupljeno 30. avgusta 2020).
6. Vlajković, Ivana (2010), „Uticaj engleskog jezika na srpski na planu pravopisa, leksike i gramatike u komunikaciji na Fejsbuku”, *Komunikacija i kultura online. Elektronski časopis za jezik, komunikaciju i kulturu*. 1, 1, 183–196, dostupno na <http://www.komunikacijakultura.org/KK1/KK1Vlajkovic.pdf> (pristupljeno 24. juna 2016).
7. Драгићевић, Рајна (2017), „Интердисциплинарност лексикологије данас”, у: Саша Шмуља (ур.), *Србистика данас: Савремени приступи тумачењу српског језика, књижевности и културе*, год. II, књ. 2, Бања Лука: Филолошки факултет Универзитета у Бањој Луци, 9–27.
8. Јањић, Марина (2012), „Језик Фејсбука – нови идентитет глобалистичких комуникација”, *Српски језик*, XVII, 559–575.
9. Јањић, Марина (2014), „Језички конфликт у Свету компјутера”, *Научни састанак слависта у Вукове дане*, 43/1, Београд, 149–162.
10. Kaifi, Belal A., Wageeh A. Nafei, Nile M. Khanfar, Maryam M. Kaifi, „A Multi-Generational Workforce: Managing and Understanding Millennials”, *International Journal of Business and Management*, VII, 24, 88–93.
11. Katnić Bakaršić, Marina (2001), *Stilistika*, Sarajevo: Ljiljan / Naučna i univerzitetska knjiga.
12. Kacer, Katarina, *Sajberpsihologija: Život na mreži: k@ko nas internet menja* (prevela Dušica Milojković), Beograd: Laguna.
13. Kövecses, Zoltán (2010), *Metaphor: A Practical Introduction*, Second Edition, Oxford: Oxford University Press.
14. Клајн, Иван (2011), „Избор речи и обрта”, у: Павле Ивић, Иван Клајн, Митар Пешикан, Бранислав Брборић, *Српски језички приручник*, пето издање, Београд: Службени гласник – Београдска књига, 165–203.
15. Klikovac, Duška (2004), *Metafore u mišljenju i jeziku*, Beograd: Biblioteka XX vek – Knjižara Krug.
16. Костић, Александар (2014), *Когнитивна психологија*, 3. изд., Београд: Завод за уџбенике.
17. Crystal, David (2001), *Language and the Internet*, Cambridge: Cambridge University Press.

18. Myers, Karen K., Kamyab Sadaghiani (2010), „Millennials in the Workplace: A Communication Perspective on Millennials’ Organizational Relationships and Performance”, *Journal of Business & Psychology*, XXV, 2, 225–238.
19. Милашин, Горан (2016а), „Језик Твитера из стилистичког угла”, у: Branko Тошовић, Arno Wonisch (Hg.), *Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil*, Graz: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz – Kommission für Stilistik beim Internationalen Slawistenkomitee, 163–193.
20. Милашин, Горан (2016б), „О језику Твитера са дериватолошког становишта”, у: Branko Тошовић, Arno Wonisch (Hg.), *Wortbildung und Internet*, Graz: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz – Kommission für Wortbildung beim Internationalen Slawistenkomitee, 225–253.
21. Мишић Илић, Biljana (2011), „*Anglosrpski i Serghlish*: dva varijeteta srpskog jezika nastala pod uticajem engleskog”, у: Vera Vasić (ur.), *Primenjena lingvistika u čast Ranku Bugarskom: Jezik u upotrebi / Language in use*, Novi Sad: Друштво за primenjenu lingvistiku Srbije – Filozofski fakultet Univerziteta u Novom Sadu – Filološki fakultet Univerziteta u Beogradu, 71–93.
22. Николић, Марина, Слободан Новокмет (2019), „Јутјуб за почетнике”, у: Слободан Новокмет, Светлана Слијепчевић Бјеливук, Марина Николић (ур.), *Језик око нас*, Нови Сад: Прометеј, 56–58.
23. Новокмет, Слободан (2019а), „Англицизми наши насušни”, у: Слободан Новокмет, Светлана Слијепчевић Бјеливук, Марина Николић (ур.), *Језик око нас*, Нови Сад: Прометеј, 80–82.
24. Новокмет, Слободан (2019б), „Нови англицизми у српском језику, гарбиц тајм и бинцовање”, у: Слободан Новокмет, Светлана Слијепчевић Бјеливук, Марина Николић (ур.), *Језик око нас*, Нови Сад: Прометеј, 69–70.
25. Perano, Ursula (2019), „Meet Generation Alpha, the 9-year-olds shaping our future”, internet, dostupno na <https://www.axios.com/generation-alpha-millennial-children-63438b10-6817-483e-8472-38810df77880.html> (pristupljeno 1. avgusta 2020).
26. Пипер, Предраг (2005), „Језичка страна глобализације у словенским земљама”, *Славистика*, IX, 19–28.
27. Прчић, Твртко (2019), *Engleski u srpskom*, треће, elektronsko izdanje, Novi Sad: Filozofski fakultet, dostupno na <http://digitalna.ff.uns.ac.rs/sites/default/files/db/books/978-86-6065-512-9.pdf> (pristupljeno 30. avgusta 2020).
28. Smith, Travis J., Tommy Nichols (2015), „Understanding the Millennial Generation”, *Journal of Business Diversity*, XV, 1, 39–47.

29. Stojić, Svetlana (2003), „Engleski kao svetski jezik”, u: Duška Klikovac, Katarina Rasulić (ur.), *Jeziik, društvo, saznanje. Profesoru Ranku Bugarskom od njegovih studenata*, Beograd: Filološki fakultet, 43–57.
30. Тошович, Бранко (2015), *Интернет-стилистика*, Москва: Флинта – Наука.
31. Тошович, Бранко (2016), „Стилистика в интернетe, интернет в стилистике”, у: Branko Tošović, Arno Wonisch (Hg.), *Interaktion von Internet und Stilistik, Internet und Stil*, Graz: Institut für Slawistik der Karl-Franzens-Universität Graz – Kommission für Stilistik beim Internationalen Slawistenkomitee, 249–278.
32. Filipovic, Jill (2020), *OK Boomer, Let's Talk: How My Generation Got Left Behind*, New York: Atria / One Signal Publishers.
33. Hartman, Jackie L., Jim McCambridge (2011). „Optimizing Millennials' Communication Styles”, *Business Communication Quarterly*, LXXIV, 1, 22–44.
34. Howe, Neil, William Strauss (2000), *Millennials Rising: The Next Great Generation*, New York: Vintage Books.

Goran B. Milašin

THE LANGUAGE BETWEEN YOUTUBERS AND BOOMERS: TENDENCIES, NEW WORDS AND EXPRESSIONS IN THE SERBIAN LANGUAGE

Summary

This paper analyses new words and expressions used in the Serbian language. The main aims of the paper are to register and describe typical language units in young people's speech today, then to examine the impact of technology, the Internet and new types of communication on the structure of the Serbian lexicon, and to try to identify some tendencies and processes in the contemporary Serbian language. The corpus on which the research was conducted was collected in 2019 and 2020, and it consists of 1500 utterances excerpted

from online social networks, primarily Twitter, Instagram, and YouTube. Based on the analysis of selected new words and expressions, it was determined that young people's speech today is changing rapidly under the influence of globalisation and the English language, especially at the lexical level. It has also been established that in latest metaphors and comparisons, new technology and the Internet are appearing more and more often in the role of source domains, as an integral part of modern culture.

► *Key words*: the Serbian language, youth speech, online communication, anglicisms, jargons, globalisation.