

Tvorba i prilagodba hrvatskih neologizama na Facebooku

Kipke, Vanda

Master's thesis / Diplomski rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:474761>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-09-02**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
Odsjek za kroatistiku
Katedra za hrvatski standardni jezik

**TVORBA I PRILAGODBA HRVATSKIH NEOLOGIZAMA NA
FACEBOOKU**

DIPLOMSKI RAD
8 ECTS-bodova

Vanda Kipke

Zagreb, rujan 2020.

Mentorica
Doc. dr. sc. Tatjana Pišković

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Metodologija, korpus i ciljevi rada	3
3. Neologija i neologizmi	4
4. Anglizmi u hrvatskom (razgovornom) jeziku	8
4.1. <i>Prilagodba anglizama u hrvatskom jeziku</i>	10
4.1.1. Transfonemizacija.....	10
4.1.2. Transmorfemizacija	11
4.1.3. Transortografizacija	11
4.1.4. Transsemantizacija.....	12
5. Glagoli	13
5.1. <i>Tvorbena obilježja glagolskih neologizama</i>	13
5.1.1. Tvorba glagolskih novotvorenica u hrvatskom jeziku.....	13
5.1.2. Opis glagolskih semantičkih posuđenica.....	14
5.1.3. Tvorba glagolskih posuđenica iz engleskog jezika.....	15
5.2. <i>Prilagodba glagolskih anglizama</i>	16
5.2.1. Transfonemizacija glagolskih anglizama.....	16
5.2.2. Transmorfemizacija glagolskih anglizama	17
5.2.3. Transortografizacija glagolskih anglizama	18
5.2.4. Transsemantizacija glagolskih anglizama	19
6. Imenice	23
6.1. <i>Tvorbena obilježja imeničkih neologizama</i>	23
6.1.1. Tvorba imeničkih novotvorenica u hrvatskom jeziku	23
6.1.2. Opis imeničkih semantičkih posuđenica.....	24
6.1.3. Tvorba imeničkih posuđenica iz engleskog jezika	27
6.2. <i>Prilagodba imeničkih neologizama</i>	27
6.2.1. Transfonemizacija imeničkih neologizama	27
6.2.2. Transmorfemizacija imeničkih neologizama.....	29
6.2.3. Transortografizacija imeničkih neologizama.....	30
6.2.4. Transsemantizacija imeničkih neologizama	30
7. Zaključak	34
Literatura	36
<i>Prilog 1. Rječnik novih riječi na Facebooku</i>	39

Sažetak.....	44
Summary	45

1. Uvod

Svakodnevno se susrećemo s novim riječima koje nastaju i zbog potrebe jezične zajednice da leksikalizira jezičnu jedinicu za neku novu pojavu za koju adekvatnog izraza još nema i zbog potrebe pojedinca da u određenoj komunikacijskoj situaciji oblikuje novu leksičku jedinicu. Da bi komunikacija bila što preciznija i lakša, jezik se iz dana u dan mijenja i prilagođava potrebama izvanjezičnoga svijeta i komunikacijskoga konteksta u kojem se govornici nalaze. Zbog svoje globalne dostupnosti i popularnosti internet je jedno od najplodnijih tala za „uzgoj“ novih pojava koje valja imenovati, ali i medij u kojem se veoma brzo mijenja razina popularnosti novih pojava koje zahtijevaju leksikalizaciju. Stalna fluktuacija novih pojmova i pojava na internetu te brza promjena statusa novih leksičkih jedinica u tom polju zahtijevaju od svih prirodnih jezika da budu spremni brzo reagirati na te nove komunikacijske potrebe.

U radu će biti riječi o neologizmima kao nužnoj jezičnoj pojavi te o neologizmima kao odrazu kreativne jezične uporabe. Neologizmi se javljaju zbog različitih potreba, a u kontekstu internetske komunikacije ta je potreba uvelike uvjetovana metajezikom društvenih mreža. Za potrebe ovog rada usredotočit ćemo se na lekseme koji su nastali na društvenoj mreži Facebook, trenutno najpopularnijoj i najkorištenijoj društvenoj mreži.¹ *Metajezik* društvene mreže onaj je jezik na kojem društvena mreža prvobitno nastaje, pa taj jezik uvjetuje leksikalizaciju svih novih pojmova koji se na toj mreži javljaju. Metajezik svih popularnijih društvenih mreža koje su u aktivnoj upotrebi među širokom populacijom² jest engleski. Tendencija je najpopularnije društvene mreže među hrvatskim korisnicima da se sav njezin jezični materijal prevede na hrvatski jezik, pa Facebook među korisničkim postavkama nudi prijevod cijele mreže na hrvatski jezik. No katkada je upitno koliko je taj prijevod uspješan. Kao što će biti vidljivo u sljedećim poglavljima, u pisanom internetskom diskursu koriste se različite inačice istih leksema, a te su razlike rezultat ili ishoda ortografske prilagodbe hrvatskom jeziku ili izbora rječotvorne osnove koja može biti iz engleskog ili hrvatskog jezika. Analizirat ćemo nove leksičke jedinice nastale prevođenjem engleskih modela na hrvatski jezik te one koje su autentične novotvorbe hrvatskih korisnika Facebooka. Pritom ćemo se usredotočiti na dvije najmnogobrojnije vrste riječi, dakle na imenice i na glagole, te prikazati vrste rječogradnih postupaka kojima su nastale i adaptacijske procese kroz koje prolaze (ili ne prolaze) da bi se

¹ Podatak preuzet sa stranice <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media> (24. 9. 2019). *Our World in Data* internetska je stranica koju je osnovao Max Roser, direktor istraživanja u ekonomiji na sveučilištu Oxford, odakle su i ostali stručnjaci koji oblikuju tu stranicu..

² Riječ je o ovim društvenim mrežama: Facebook, YouTube, Whatsapp, Instagram, WeChat, Tumblr, TikTok, Reddit, Twitter, Pinterest, Snapchat, MySpace. Podatak preuzet s: <https://ourworldindata.org/rise-of-social-media> (24. 9. 2019).

uklopile u hrvatski jezik. Zajedno s imenicama analizirat ćemo i pet sintagma koje su tvorbeno i značenjski također zanimljive za našu analizu. Analiza prilagodbe engleskih modela hrvatskom jeziku na četirima jezičnim razinama temeljit će se na radovima Rudolfa Filipovića i na njegovoj teoriji kontaktoloških procesa koja se primarno zasniva na promatranju adaptacije anglizama u hrvatskom jeziku.

Na samom početku moramo naglasiti da ovaj rad odražava aktualno leksičko stanje na Facebooku koje već za koji mjesec može biti zastarjelo ili posve zaboravljeno. Osim toga naš leksički korpus nikako ne obuhvaća sve novonastale leksičke jedinice u tome mediju; izabrali smo velik broj reprezentativnih leksičkih jedinica za koje držimo da dobro oprimjeruju sve rječogradne postupke kojima neologizmi nastaju i sve načine prilagodbe tih leksema hrvatskom jeziku. Razgovorni funkcionalni stil hrvatskoga jezika, kojemu pripadaju leksičke jedinice tematizirane u ovome radu, iznimno je dinamičan kôd, a njegovi korisnici izuzetno kreativni u procesu leksikaliziranja novih pojmova. Zato je gotovo nemoguće obuhvatiti sve leksičke jedinice koje svakodnevno nastaju na društvenim mrežama, pa ćemo se u radu fokusirati na one frekventnije koje su u općoj uporabi na Facebooku.

Poseban će prilog biti rječnik svih leksema razmatranih u radu s predloženim definicijama njihova leksičkog značenja u diskursu društvenih mreža.

2. Metodologija, korpus i ciljevi rada

Rad je podijeljen na teorijski i praktični dio. Teorijski će dio rada započeti definicijama neologije i neologizama u hrvatskom jeziku te će se temeljiti na radu Vesne Muhvić-Dimanovski. Analizirat ćemo definicije neologizama i pokušati definirati što smatramo neologizmima u ovom radu. Vrste neologizama o kojima će u ovom radu biti riječ jesu anglizmi, semantičke posuđenice i novotvorenice u hrvatskom jeziku. Potom će se reći nešto o vezi usmenog i pisanog jezika, njihovoj ulozi u nastanku novih leksičkih jedinica na Facebooku te o hrvatskom standardnom jeziku i razgovornom funkcionalnom stilu. Naposljetku će biti riječi o anglizmima, njihovoj tvorbi te prilagodbi hrvatskom jeziku na morfološkoj, fonološkoj, ortografskoj i semantičkoj razini.

U praktičnom dijelu rada bit će analiziran korpus leksičkih jedinica prikupljenih na društvenoj mreži Facebook i aplikaciji za *instant messaging* Facebook Messenger. Primjeri će biti analizirani prema načinu tvorbe. Anglizmi će biti analizirani i prema razinama prilagodbe hrvatskom morfološkom, fonološkom, ortografskom i semantičkom sustavu.

Skrolanjem po Facebooku prikupljena su ukupno trideset tri glagola, pedeset pet imenica i pet imeničkih sintagma koje će biti analizirane zajedno s imenicama. Njihova upotreba provjerena je i potvrđena u dvama hrvatskim korpusima – hrWaC³ i Tweet-hr⁴ – jer ti korpusi obuhvaćaju „razgovorni“ dio interneta. Definicije hrvatskih leksičkih jedinica provjerene su u dvama hrvatskim rječnicima – Anićevu *Velikom rječniku hrvatskoga jezika* (2003) i *Velikom rječniku hrvatskoga standardnog jezika* urednice Ljiljane Jojić (2015), a definicije engleskih leksičkih jedinica u internetskim verzijama Oxfordova i Merriam-Websterova rječnika.

³ http://nl.ijs.si/noske/all.cgi/first_form?corpname=hrwac

⁴ http://nl.ijs.si/noske/all.cgi/corp_info?corpname=tweet_hr

3. Neologija i neologizmi

Hrvatski je jezik, kao i svaki drugi prirodni jezik, otvoren prema drugim jezicima i njihovim utjecajima. U suvremenom svijetu engleski jezik ima funkciju internacionalnog jezika, onog koji „svi razumiju“ i kojim se „svi služe“ te su mu takav status i masovna upotreba priskrbili važnu ulogu u suvremenim kontaktološkim procesima. Novi leksemi u jeziku uvijek su rezultat jezičnih promjena (Muhvić-Dimanovski 2005: 91) i promjena u društvu koje su dovele do potrebe za leksikalizacijom novih pojmova. Nastankom društvenih mreža i širenjem njihove upotrebe došlo je do oblikovanja novog leksičkog sloja vezanog za komunikaciju koju svijet dotada nije poznao. Zahvaljujući prijašnjim vrstama internetske komunikacije (posebice komunikaciji putem elektroničke pošte i SMS-a), neki su leksemi preuzeti iz toga komunikacijskog polja i djelomično prenamijenjeni, dok su u komunikaciji na Facebooku nastali i neki potpuno novi leksemi.

Problemom neologije, neologizama, njihova nastanka i opisa bavili su se mnogi jezikoslovci, a u hrvatskom je suvremenom jezikoslovlju tu problematiku najsustavnije i najopširnije obradila Vesna Muhvić-Dimanovski (2005). Ona rezimira rezultate relevantnih istraživanja neologizama, postojeće definicije i opise neologizama te načine njihova nastanka i na temelju toga oblikuje svoju metodologiju klasifikacije i opisa neologizama u hrvatskom (standardnom) jeziku. *Neologiju* definira kao ukupnost procesa koji određuju stvaranje novih riječi u vokabularu nekoga jezika (*ibid.*: 2), a te nove riječi ili *neologizme* opisuje kao konkretne svjedoke društvenog razvoja pojedinih sredina te kao dokaze da je jezik usko vezan uz komunikaciju i društvo (*ibid.*: 9). Proces kojim nastaju novi leksemi u jeziku naziva se *leksikalizacijom* i on pokazuje svu dinamičnost leksičkoga sustava svakog jezika (Raffaelli 2015: 77). Leksikalizacija je proces kojim nastaju samostalne leksičke jedinice, odnosno jedinice koje bi se u rječniku pojavile kao zasebne natuknice, a mogu biti jednostavne (npr. *susramlje*) ili složene (npr. *životni događaj*) (*ibid.*). Svi neologizmi u nekom jeziku nastaju kao posljedica leksikalizacije, odnosno posljedica su potrebe govornika toga jezika da neki novi pojam izraze riječju ili sintagmom. S obzirom na to da u ovom radu govorimo o neologizmima na društvenim mrežama, jasno je da se bavimo riječima koje su u svakodnevnoj upotrebi među aktivnim korisnicima društvenih mreža, što je jasan indikator neraskidive veze jezika sa živom komunikacijom i društvom te s konkretnom uporabom i govornikom. U ovom radu neologizmima smatramo lekseme koji nastaju u komunikaciji na Facebooku i na srodnim društvenim mrežama, lekseme koji se dakle nužno nalaze u semantičkom i uporabnom polju

društvenih mreža i internetske komunikacije, a tvoreni su jednim od rječogradnih postupaka o kojima će biti riječi u narednim poglavljima.

Milica Mihaljević (1999: 241) proučava internetsko nazivlje u hrvatskom jeziku te zaključuje da su najčešća četiri načina nastanka hrvatskih internetskih naziva posuđivanje iz engleskog, preuzimanje izvornog engleskog naziva, domaća sufiksna tvorba te semantičko posuđivanje. U nastavku rada pokazat ćemo da su to najčešći načini nastanka novih leksema u domeni Facebooka i društvenih mreža uopće, što možemo smatrati potkategorijama internetskoga diskursa. Naravno, mora se uzeti u obzir da Facebook nudi usluge koje se preklapaju s onima bilo kojeg servisa za elektroničku poštu, pa taj svoj leksički sloj Facebook popunjava već poznatim, prihvaćenim i ustaljenim jedinicama (npr. *poslati*, *odgovoriti*, *proslijediti*) koje se u ovom radu neće analizirati.

Muhvić-Dimanovski (2005: 39–49) navodi kategorije neologizama koji se javljaju u hrvatskom standardnom jeziku, a među njima su prve *posuđenice*, i to posebno posuđenice iz engleskog jezika koje brojčano nadmašuju posuđenice iz ostalih jezika. Osim posuđenica kao posebne kategorije neologizama navodi *egzotizme* (kojih u ovom radu neće biti), *pseudoposuđenice* (kojih također neće biti) i *domaće nove riječi* kojima će u ovom radu biti posvećena posebna pažnja. Marija Turk (2016: 324) dijeli oblike leksičkog posuđivanja na *posuđenice*, *hibridne posuđenice*, *kalkove* ili *prevedenice* i *semantičke posuđenice*. Semantičke posuđenice oblik su jezičnog posuđivanja u kojem dolazi do preuzimanja značenja bez preuzimanja morfemske strukture, odnosno izrazu koji postoji u hrvatskom jeziku pridružuje se novo značenje pod utjecajem engleskog jezika (*ibid.*: 325). Obilježje prema kojemu je riječi ili jezičnom obliku svojstveno više značenja, a ne samo jedno, jest polisemija (EH: s. v. *polisemija*). Prema Raffaelli (2015: 196) polisemija je sinkronijski odraz dijakronijskih promjena jer svaka značenjska struktura u određenom vremenskom periodu odražava činjenicu da su njezina različita značenja nastajala u različitim razdobljima njezina razvoja. U našem korpusu nalazi se dvadeset pet leksičkih jedinica čija su značenja zabilježena u hrvatskim rječnicima standardnog jezika, od toga tri leksičke jedinice imaju samo jedno značenje, a dvadeset dva su leksema polisemna. Novo značenje pridruženo izrazu koji već postoji u hrvatskom jeziku trebalo bi se u rječniku uvoditi kvalifikatorom *int.* kako bi se naznačila nova domena upotrebe – ona u internetskom diskursu.

Postupci leksikalizacije o kojima govore Muhvić-Dimanovski i Turk odvijaju se usporedno, pa u hrvatski jezik istodobno ulaze posuđenice i semantičke posuđenice. Kao posljedica toga mogu se javiti dvije leksičke jedinice različitih osnova koje dijele jedno značenje. Kod takvih se primjera može govoriti o *sinonimima*. Sinonimi su dva ili više leksema istoga ili sličnoga

denotativnog i konotativnog značenja koji su zamjenjivi u svim kontekstima u kojima se pojavljuju (EH: s. v. *sinonimi*). Potpuna sinonimija u jeziku nije vjerojatna, no u ovom će se radu takvi parovi ipak smatrati sinonimima jer se promatra samo njihovo značenje u uporabnom polju društvenih mreža i internetske komunikacije.

Leksičke jedinice koje će biti obrađivane u nastavku dijele se u tri skupine: posuđenice iz engleskog jezika ili anglizmi, semantičke posuđenice i novotvorenice u hrvatskom jeziku. Anglizmi su najbrojnija skupina leksičkih jedinica u našem korpusu – šezdeset dva primjera preuzeta su iz engleskog jezika. Primjera semantičkih posuđenica pronašli smo dvadeset pet, a novotvorenica u hrvatskom jeziku tri. Semantičkim posuđenicama pribrojiti ćemo i tri primjera sintagma koje su tvorene od hrvatskih jedinica po uzoru na sintagme u engleskom jeziku.

Ono što Muhvić-Dimanovski (2005: 61–63) identificira kao problem u određivanju neologizama jest uloga vremena u procjeni neke riječi kao nove leksičke jedinice, odnosno pita se koji je vremenski raspon potreban da bi riječ bila prihvaćena kao neologizam i koliko vremena mora proći prije nego što neki neologizam postane općeuporabna jezična jedinica (*ibid.*). Neki su leksemi nastali prije upotrebe modernih društvenih mreža, pa je teško razlučiti jesu li još uvijek neologizmi ili se koriste dovoljno dugo da bi se mogli smatrati dijelom aktivnoga hrvatskog leksika. Jezik je fluidan, dinamičan, otvoren, mijenja se iz dana u dan, a svaka odluka o tome je li neki njegov element nov vrlo će teško biti objektivna, ona uvijek ovisi o jezikoslovcu koji se njome bavi te o njegovoj osobnoj procjeni, pogotovo u jeziku kao što je hrvatski koji nema adekvatan korpus u kojem bi se upotreba i čestotnost upotrebe mogli objektivno provjeriti i ocijeniti.

Zanimljivo je proučavati neologizme iz perspektive vremenske raslojenosti leksika jer se mogu smjestiti u međusloj nazvan *leksikom na prijelazu* koji funkcionira kao tampon zona između aktivnog i pasivnog sloja. Time se naglašava privremenost statusa neologizama koji u nekom trenutku mora ili zaživjeti u općoj uporabi i smjestiti se u aktivni sloj ili izići iz upotrebe i prijeći u pasivni sloj. U vezi s neologizmima spomenut ćemo da u leksiku na prijelazu kao posebnu skupinu leksema Samardžija (2003: 32) navodi i *pomodnice* ili *pomodne riječi* koje označuju neku pomodnu pojavu i pitanje je hoće li postati dio aktivnog leksika. Pomodnice su oni leksemi koji se koriste određeno vrijeme, tada su vrlo popularne i zanimljive, no uvijek su vezane za određenu pojavu koja uvjetuje potrebu za njima. Na Facebooku je, konkretno, svojedobno bilo popularno *bockati* svoje prijatelje, no ta je opcija u međuvremenu uklonjena zbog toga što joj je popularnost među korisnicima pala, pa je riječ *bockati* izašla iz svakodnevne aktivne upotrebe korisnika Facebooka kao što je radnja bockanja prestala biti njihova svakodnevna navika. Jezična zajednica održava riječi živima ili ih prepušta zaboravu. Pomodnice su kao pojava

zanimljive, no iz aktualne se perspektive još ne može govoriti o pomodnicama na Facebooku jer su svi leksemi o kojima će biti riječi u ovome radu (osim možda netom spomenuta glagola *bockati*) neologizmi i kao pomodnice će se moći definirati tek kada izađu iz uporabe i kada će se moći omeđiti vrijeme njihove upotrebe.

4. Anglizmi u hrvatskom (razgovornom) jeziku

S obzirom na to da engleski jezik dominira internetskim diskursom, u radu ćemo se baviti samo hrvatskim posuđenicama iz engleskog jezika, odnosno *anglicizmima* ili *anglizmima* (Filipović 1986, 1990). Njihov broj iz dana u dan sve više raste, koriste se u svakodnevnoj komunikaciji i prilagođavaju hrvatskom jezičnom sustavu, a u analizi te prilagodbe valja se koristiti relevantnom terminologijom i metodologijom. Proučavanje jezičnih dodira u hrvatskom jezikoslovlju datira u 19. stoljeće, a kulminira u radovima Rudolfa Filipovića (Nikolić-Hoyt 2005: 179) koji postavlja temelje teoriji jezika u kontaktu u hrvatskoj akademskoj zajednici. Posebno se bavio prilagodbom anglizama u hrvatskom jeziku i njegov će nam opis te prilagodbe poslužiti kao temeljni metodološki okvir za analizu prilagodbe neologizama u ovome radu. Filipović (1990: 16) *anglizme* definira kao engleske riječi preuzete iz engleskog jezika koje se u toku transfera u jezik primatelj moraju adaptirati prema sustavu jezika primatelja. U nastavku će biti riječi o vrstama prilagodbe, odnosno o jezičnim razinama na kojima se prilagodba provodi.

Anglizmi su sastavni dio hrvatskoga standardnog jezika, a najfrekventniji su u razgovornome stilu. Kad je riječ o razgovornom funkcionalnom stilu hrvatskog jezika, Silić (1997: 487) naglašava da pojam *razgovorni* ne obuhvaća samo „usmeni govor“, nego i „pisani govor“ koji smješta u zapise, pisma i bilješke, a u našem radu riječ je o pisanom govoru na društvenoj mreži Facebook. David Crystal (2006) uvodi pojam *Netspeak* kao hiperonim govoru Facebooka. *Netspeak* je govor interneta – vrsta jezika koja sadrži jedinstvene značajke svojstvene internetu i komunikaciji na internetu (*ibid.*: 20). *Netspeak* nije ni ‘pisani govor’, ni ‘govoreno pismo’ (*ibid.*: 272), već obuhvaća obilježja koja su svojstvena i pismu i govoru (*ibid.*: 31). To je bitno jer komunikacija na Facebooku nadržava pisani standardni jezik i uključuje mnoge elemente razgovornoga govorenog jezika: nepripremljenost, neslužbenost i spontanost komuniciranja (Silić 1997: 487). U suvremeno se doba pisani govor najčešće pojavljuje u obliku „dopisivanja“, odnosno komunikacije direktnim porukama na društvenim mrežama ili putem servisa za trenutačnu razmjenu poruka (engl. *instant messaging*). Danas je taj tip komunikacije popularniji od SMS-a i elektroničke pošte zbog mobilnih aplikacija koje omogućuju besplatno i neograničeno komuniciranje „u realnom vremenu“, za što je potrebna samo internetska veza.⁵ S obzirom na to da se društvenim mrežama, a prvenstveno Facebookom, uvelike koriste mlađe

⁵ Najpoznatije su i najkorištenije takve aplikacije *Google Hangouts*, *Facebook Messenger*, *Viber*, *WhatsApp*, *Snapchat*, *Skype* (podatak preuzet s internetske stranice <http://www.droid.hr/10-najboljih-aplikacija-za-dopisivanje/>). Aplikacije su besplatne za korištenje uz uvjet da je uređaj koji se koristi za komunikaciju priključen na internet, odnosno da ima dostupan bežični internet.

generacije, s pravom se može o takvu jeziku govoriti kao o vrsti žargona ili ga nazvati jezikom Facebooka i žargonom Facebooka (*ibid.*: 487). Milica Mihaljević (2002: 328) opisuje razgovorni stil kao onaj koji ne potiče stvaranje novih tvorenica, no vrsta razgovornog jezika o kojem je u ovom radu riječ, naprotiv, izuzetno je produktivan i dopušta korisnicima veliku slobodu i kreativnost u osmišljavanju riječi za nove pojmove. Facebook je jedan od medija koje je teško, pa čak i nemoguće kontrolirati kad se govori o produkciji novih leksema jer njegov metajezik uvelike uvjetuje osmišljavanje novih leksičkih jedinica u hrvatskom jeziku (Nikolić-Hoyt 2005: 179). U tom neološkom procesu jezicima je u globalu lakše (i u komunikacijske svrhe brže) preuzeti engleski leksem i ostati u toku s razvojem leksika u internetskom diskursu, nego tražiti domaći ekvivalent koji će korisnici prihvatiti kao alternativu svakom supstituiranom anglizmu.

Milica Mihaljević (1999) proučava i hrvatsko internetsko nazivlje te dolazi do nekih vrlo sličnih zapažanja do kojih ćemo doći i u ovom radu, no neki su joj zaključci potpuno drugačiji od naših, što pokazuje koliko se brzo mijenja status leksičkih jedinica u internetskom diskursu i kako ih valja redovito opisivati. Mihaljević već 1999. zaključuje da u hrvatskom internetskom nazivlju ima mnogo neprilagođenih leksema i da se često koriste anglizmi, odnosno da čak i kad za neke engleske riječi postoje hrvatski ekvivalenti, korisnici radije biraju uvriježene engleske inačice (*ibid.*: 242). Svejedno, predlaže da se svakom često korištenom leksemu iz internetskog diskursa nađe odgovarajući leksem u hrvatskom jeziku. Od 1999. broj anglizama u internetskom nazivlju prilično se povećao, no povećao se i broj hrvatskih ekvivalenata, pa je porasla i čestotnost njihove upotrebe. U ovom ćemo radu pokazati da se za neke pojmove često koriste sinonimski parovi, što ovisi isključivo o govorniku i njegovoj procjeni komunikacijskog statusa, obilježenosti ili neutralnosti leksema koji mu se nude na izbor (*ibid.*: 241). Leksik hrvatskog jezika otvoren je sustav koji nastoji u stopu pratiti komunikacijske potrebe svojih korisnika, imenovati nove entitete u izvanjezičnom svijetu i pronaći domaće ekvivalente riječima preuzetim iz drugih jezika. Stjepko Težak (2004: 37) s pravom kaže da „u računalstvu zbog ubrzanih tehničkih pronalazaka ni jezični ni informatički stručnjaci ne dospijevaju smisliti hrvatske istovrijednice za nove pojmove kojima bi zamijenili engleske nazive angloameričkih izumitelja i proizvođača“, no u našem korpusu nije samo riječ o nedostatku vremena da se smisli hrvatski ekvivalent, već i o tome da hrvatski ekvivalent često nije dovoljno precizan ili jednostavno ne „zvuči“ dobro. Naravno, nisu svi novonastali leksemi u hrvatskom internetskom leksiku nužno preuzeti iz engleskog jezika. Ida Raffaelli (2015: 75) ističe da derivacijske mogućnosti hrvatskoga jezika svakako pridonose obogaćivanju leksičkog fonda, pa je važno spomenuti inherentnu razliku između hrvatskog i engleskog jezika koja će biti detaljnije

obrađena u opisu morfološke prilagodbe anglizama u hrvatskom jeziku: hrvatski je sintetički, a engleski analitički jezik.

4.1. Prilagodba anglizama u hrvatskom jeziku

Rudolf Filipović postavlja čvrste temelje proučavanju anglizama u hrvatskom jeziku opisujući njihovu prilagodbu hrvatskom fonološkom, morfološkom, ortografskom i značenjskom sustavu (Filipović 1986, 1990). Engleski leksem koji se preuzima u hrvatski jezik naziva se *modelom*, a nakon provedene prilagodbe sustavu hrvatskog jezika zadobiva status *replike* (Filipović 1990: 28). Leksemi u ovom radu bit će analizirani prema svim razinama prilagodbe koje Filipović opisuje kako bi se utvrdilo na koji se način adaptiraju hrvatskom jeziku i postaju leksičke prilagođenice. Svi anglizmi koji ulaze u hrvatski jezik prolaze sve stupnjeve prilagodbe, a rezultati adaptacijskih procesa mogu biti različiti. S obzirom na to da u radu govorimo o prilagodbi engleskih leksema hrvatskom jeziku, Filipovićeve termine *jezik davatelj* i *jezik primatelj* često ćemo zamjenjivati *engleskim jezikom* i *hrvatskim jezikom*, gdje je engleski jezik davatelj, a hrvatski jezik primatelj (Filipović 1986, 1990).

4.1.1. Transfonemizacija

Pri ulasku u hrvatski jezik leksemi iz stranih jezika moraju se prilagoditi fonološkom sustavu hrvatskog jezika. Kada dva različita fonološka sustava kao što su hrvatski i engleski dođu u kontakt, to utječe na fonološki sustav obaju jezika, a kako postoji sve veći broj visoko kompetentnih govornika engleskog jezika u Hrvatskoj, događa se i to da se neki elementi ne adaptiraju u skladu s hrvatskim fonološkim sustavom, nego ostaju u svom izvornom obliku (Nikolić-Hoyt 2005: 182–183). Ipak, razlika između hrvatskog i engleskog fonološkog sustava uvjetuje potpunu prilagodbu engleskih modela hrvatskom fonološkom sustavu.

Prema Filipoviću (1990: 30–31) fonemi modela u replici prilagođavaju se na tri načina: u prvom se fonemi modela zamjenjuju fonemima jezika primatelja s istim opisom te se taj postupak naziva *nultom transfonemizacijom*⁶ (u primjeru engl. *post* /pəʊst/ → hrv. *postati* /postati/ opisi fonema /p/ u potpunosti se podudaraju u hrvatskom i engleskom jeziku, pa taj fonem prolazi nultu transfonemizaciju); drugi se naziva *djelomičnom* ili *kompromisnom transfonemizacijom* jer opis fonema modela samo djelomično odgovara opisu fonema replike (u primjeru engl. *hate*

⁶ Iako je jasno da su fonološki sustavi hrvatskog i engleskog jezika uvelike različiti te da zbog tih razlika nulta transfonemizacija kao takva nije vjerojatna, analiza će se ipak voditi Filipovićevim modelom transfonemizacije te će biti govora o nultoj transfonemizaciji u primjerima prilagodbe engleskih leksema hrvatskom fonološkom sustavu.

/heit/ → hrv. *hejt* /hejt/ fonem /t/ u hrvatskoj se replici prilagođava kompromisno); u trećem slučaju za foneme modela nema odgovarajućih zamjena u jeziku primatelju, pa se zamjena ili supstitucija zasniva na ortografiji ili nekom izvanlingvističkom faktoru te se taj tip prilagodbe naziva *slobodnom transfonemizacijom* (u primjeru engl. *hate* /heit/ → hrv. *hejt* /hejt/ diftong /ei/ u hrvatskoj se replici prilagođava slobodno). U nastavku ćemo prikazati primjere svih triju razina transfonemizacije anglizama u hrvatskom jeziku na Facebooku.

4.1.2. Transmorfemizacija

Filipović (1990: 31–33) predstavlja i tri tipa prilagodbe modela na morfološkoj razini, odnosno tri tipa *transmorfemizacije*: u prvom se tipu model preuzima kao slobodni morfem bez vezanog morfema te se naziva *nultom transmorfemizacijom* (npr. *lajk-∅*); u *kompromisnoj transmorfemizaciji* replika zadržava sufiks modela koji je transfonemiziran (npr. *hejt-er-∅*); kad se vezani morfem engleskog jezika zamjenjuje vezanim morfemom hrvatskog jezika, Filipović (*ibid.*: 31–32) govori o *potpunoj transmorfemizaciji* (npr. *influenc-er-ic-a*).

Prilagodba na morfološkoj razini posebno je zanimljiva zbog izrazitih razlika između hrvatskog i engleskog morfološkog sustava. To je vidljivije u glagolâ nego u imenica jer se glagoli u hrvatskom jeziku uvijek sastoje od triju temeljnih morfema: korijenskog, derivacijskog i fleksijskog (Marković 2013: 183–198), dok se u engleskom jeziku glagoli u pravilu sastoje od dvaju morfema. Bit će govora i o glagolskom vidu anglizama jer se ta glagolska kategorija u engleskom jeziku ne izriče morfološki kao u hrvatskom. U nastavku rada pokazat ćemo da su svi engleski glagoli preuzeti u hrvatski jezik u potpunosti prilagođeni hrvatskom morfološkom sustavu, odnosno da su svi prošli potpunu transmorfemizaciju. Kod imenica je zanimljiva gramatička kategorija roda jer je rod u engleskom jeziku semantički, a u hrvatskom gramatički, pa se tijekom prilagodbe rod vrlo često mijenja (Filipović 1990: 34).

4.1.3. Transortografizacija

Prema Filipovićevu se tumačenju prilagodba na ortografskoj razini odvija na četiri načina od kojih ćemo u ovom radu oprimjeriti samo dva (Filipović 1990: 28–29). Među replikama ćemo razlikovati one čiji se oblik formira prema izgovoru modela (npr. *lajkati*) od onih čiji se oblik formira prema ortografiji modela (npr. *likeati*). Posebno su zanimljive replike koje se paralelno bilježe na oba ta načina, što je u pisanom internetskom diskursu češće od izbora samo jednog načina ortografske prilagodbe.

4.1.4. Transsemantizacija

U prilagodbi modela na značenjskoj razini Filipović (1990: 37–40) razlikuje tri razine formiranja značenja replike uspoređujući preuzeta značenja s onima koje model ima u svome matičnom jeziku. Razine formiranja značenja dijele se na dva stupnja: *primarnu semantičku adaptaciju* i *sekundarnu semantičku adaptaciju*. U primarnoj semantičkoj adaptaciji analiziraju se sve promjene značenja modela od trenutka transfera do integracije u leksički sustav hrvatskog jezika. Prva je varijanta primarne značenjske prilagodbe *nulta semantička ekstenzija*, odnosno prilagodba u kojoj ne dolazi do promjene značenja u prijenosu iz jednog jezika u drugi, pa replika ima isto značenje kao i model (*ibid.*: 37). Nadalje značenje replike može biti suženo u odnosu na značenje modela, a u tom slučaju može se govoriti o *suženju broja značenja* i o *suženju polja značenja*. U našim će primjerima do izražaja doći upravo suženje broja značenja jer su engleski modeli često polisemni, a prema njima formirane hrvatske replike monosemne (*ibid.*: 38–39).

Sekundarna semantička adaptacija provodi se nakon što se replika potpuno uklopi u leksički sustav hrvatskog jezika te se koristi kao svaka druga domaća riječ (*ibid.*: 40). U sekundarnoj semantičkoj adaptaciji značenje replike može biti prošireno u odnosu na značenje modela, pa Filipović (*ibid.*) govori o *proširenju broja značenja* i *proširenju polja značenja*.

5. Glagoli

5.1. Tvorbena obilježja glagolskih neologizama

Ukupno smo na Facebooku prikupili trideset tri nova glagola. Glagoli koje smo prikupili moraju se podijeliti u tri osnovne skupine – posuđenice iz engleskog jezika ili anglizmi, semantičke posuđenice i novotvorenice u hrvatskom jeziku.

Novotvorenice u hrvatskom jeziku	Semantičke posuđenice	Posuđenice iz engleskog jezika
zapratiti	bockati, bocnuti, dodati, objaviti, označiti, podijeliti, pratiti, prijaviti se, vidjeti	bičati/bitchati, bičevati, cringeati/krindžati, čekinati/čekirati, hejtati, ignorati, lajkati, loginati se/logirati se, pokeati/poukati, postati, rantati/rentati, repostati, scrollati/skrolati, seenati, selfati, spamati, stalkati, šerati, taggati/tagirati, trolati/trollati, tvitati, ulogirati se, vlogati

Tablica 1. Podjela glagola prema podrijetlu

5.1.3. Tvorba glagolskih novotvorenica u hrvatskom jeziku

Jedan se glagol tvori od postojećeg morfološkog materijala u hrvatskom jeziku. Glagol *zapratiti* zanimljiv je tvorbeno i značenjski. U hrvatskom standardnom jeziku postoji glagol *pratiti* s nekoliko prefikasa (*ispratiti*, *otpratiti*, *popratiti*, *dopratiti*), no glagol *zapratiti* tvorbeno je potpuno nov. Tvoren je prefiksalsnom tvorbom te je prema derivacijskom morfemu glagol četvrte vrste (Marković 2013: 217). Glagoli koji označavaju početni dio radnje ili *inkoativni* glagoli tvore se prefiksima *po-* ili *za-* (Silić – Pranjković 2005: 57). Značenje glagola *zapratiti* u domeni društvenih mreža jest upravo početni dio radnje, odnosno ‘početi pratiti koga ili što na društvenoj mreži’.

5.1.2. Opis glagolskih semantičkih posuđenica

Semantičke su posuđenice odraz ekonomičnosti jezika. Ako u jeziku postoji leksem čije se značenje može proširiti tako da uključi neki novi pojam, toj se opciji daje prednost pred tvorbom novog leksema. U osam se hrvatskih glagola širi broj značenja mehanizmom leksičke metafore, a u jednom mehanizmom leksičke metonimije. U predavanjima Tatjane Pišković iz kolegija Hrvatska leksikologija govori se o mehanizmima ostvarivanja polisemije (Pišković 2017). Ti su mehanizmi leksička metafora, leksička metonimija i leksička sinegdoha, a u našem se korpusu glagola nalaze primjeri leksičke metafore jer se u svim slučajevima novo značenje realizira u novom, elektroničkom mediju. *Leksička metafora* prijenos je imena s jednog pojma na drugi na temelju sličnosti (*ibid.*).

Glagol *bockati* prvi je glagol u našem korpusu koji u upotrebi na društvenim mrežama širi svoje značenje. U standardnom je hrvatskom jeziku njegovo značenje deminutiv od *bosti* ili ‘peckati koga, zadirkivati’ (HJP: s. v. *böckati*). Na Facebooku se može *bockati* ili ‘pritiskati na ikonu šake ispruženog kažiprsta uz ime korisnika Facebooka da bi se s njim ostvario kontakt’. U ovom se primjeru radi o metaforičkoj asocijaciji utemeljenoj na transformaciji tipa konkretno – apstraktno: dodirivanje koga fizičkim kažiprstom metaforički se povezuje s privlačenjem nečije pažnje na društvenoj mreži, što se simbolično prikazuje ikonom kažiprsta. Glagol *bocnuti* vidski je parnjak glagolu *bockati*: *bockati* je nesvršeni glagol koji označava kontinuiranu radnju, dok je *bocnuti* svršeni glagol i označava brzu radnju koja je gotova. Jedno od zabilježenih značenja glagola *dodati* u hrvatskom standardnom jeziku jest ‘uvećati što u odnosu na već postojeću masu, volumen ili broj’ (VRH: s. v. *dòdati*). Tom se nizu dodaje prijevod engleskog glagola *add* u značenju ‘uključiti koga na svoju listu prijatelja’ (MW: s. v. *add*). Tu se također radi o metaforičkoj asocijaciji utemeljenoj na transformaciji tipa konkretno – apstraktno jer se uvećava broj virtualnih prijatelja na društvenoj mreži. *Objaviti* što znači ‘dati što u javnost a. u obliku tiskanoga teksta; b. putem javnih medija razaslati novosti’ (VRH: s. v. *objáviti*). *Objaviti* što na društvenoj mreži znači ‘staviti kakvu informaciju ili sliku na internetsku stranicu ili profil’ (OLD: s. v. *post*). Značenje također nastaje metaforičkom asocijacijom utemeljenom na transformaciji tipa konkretno – apstraktno jer se mijenja medij u kojem se nešto objavljuje iz konkretnog u virtualni. U nekoj od objava korisnik može koga *označiti*, odnosno uvesti čiji korisnički profil znakom @. Jedno je od značenja glagola *označiti* ‘staviti znak po kojemu se može što prepoznati ili zaključiti’ (VRH: s. v. *oznáčiti*), a njemu također valja dodati značenje iz domene društvenih mreža: ‘postaviti vezu na čiji korisnički profil u objavi ili na fotografiji na društvenim mrežama’ (OLD: s. v. *tag*). I to značenje nastaje leksičkom metaforom tipa apstraktno – konkretno jer se veže za virtualni medij. Glagol *podijeliti* u hrvatskom

standardnom jeziku ima značenje ‘učiniti da od cjeline nastanu dva dijela ili više njih’ (VRH: s. v. *podijéliti*). Novo značenje koje taj glagol razvija u vezi s Facebookom jest ‘objaviti ili ponovo objaviti nešto na društvenoj mreži’ (OLD: s. v. *share*) kako bi se objava proširila među što više korisnika. I u tom se slučaju mijenja medij odvijanja glagolske radnje, prelazi se iz stvarnog svijeta u onaj virtualni, pa značenje nastaje leksičkom metaforom tipa konkretno – apstraktno. Glagol *pratiti* ima ustaljeno značenje ‘ići neko vrijeme s kim; motriti/slijediti, uhoditi’ (VRH: s. v. *prätiti*). Na društvenim se mrežama javljaju dva nova značenja: ‘redovito primati obavijesti od kojeg korisnika putem društvenih mreža’ (OLD: s. v. *follow*) i ‘slijediti koga opsesivno i do točke uznemiravanja na društvenim mrežama’. Oba se značenja ostvaruju metaforičkom asocijacijom utemeljenom na transformaciji tipa konkretno – apstraktno jer se medij izvedbe glagola *pratiti* mijenja iz stvarnog u virtualni. Povratni glagol *prijaviti se* u hrvatskom standardnom jeziku ima zabilježena dva značenja: ‘1. podnijeti svoju prijavu za što; 2. predati se, priznati počinjeno kazneno ili prekršajno djelo’ (VRH: s. v. *prijáviti se*), odnosno ‘dostaviti prijavu o komu/čemu/sebi’ (HJP: s. v. *prijáviti se*). Taj glagol također preuzima dva nova značenja: ‘zabilježiti na društvenoj mreži čiji dolazak na koje mjesto ili boravak na kojem mjestu’ (OLD: s. v. *check in*) i ‘unijeti svoje korisničko ime i lozinku kako bi se pristupilo kakvoj mrežnoj stranici’ (OLD: s. v. *log in*). Nova značenja izvedena su metaforičkom asocijacijom po funkciji jer je u svim značenjima srž prijave jednaka i označava ‘dostavljanje podataka’. Posljednja je semantička posuđenica glagol *vidjeti* kojem je jedno od zabilježenih značenja u hrvatskom jeziku ‘osjetilom vida opaziti/opažati’ (VRH: s. v. *viđjeti*). Glagol *vidjeti* koristi se i u komunikaciji putem alata za *instant messaging* gdje je posebno aktivan njegov glagolski pridjev trpni *viđeno* koji znači ‘potvrditi da je sugovornik zaprimio, otvorio i pročitao poruku’. Novo se značenje tvori leksičkom metaforom utemeljenom na transformaciji tipa konkretno – apstraktno.

5.1.3. Tvorba glagolskih posuđenica iz engleskog jezika

Tvorba glagolskih anglizama u hrvatskom jeziku izuzetno je jednostavna. Gotovo svi glagolski anglizmi nastaju sufiksalsnom tvorbom. Na englesku se osnovu dodaju derivacijski i fleksijski morfem kako bi se prilagodili hrvatskom morfološkom sustavu. Dvadeset i sedam se glagola tvori derivacijskim morfom *-a-*, četiri ih se tvori derivacijskim morfom *-ira-*, a jedan derivacijskim morfom *-eva-*. Jedan se glagol tvori prefiksalsnom tvorbom (*u-log-ira-ti se*).

5.2. Prilagodba glagolskih anglizama

5.2.1. Transfonemizacija glagolskih anglizama

Transfonemizacija (TF) se u anglizama odvija na tri načina: prilagodba fonema može biti nulta, kompromisna ili potpuna. Fonemi koji se zamjenjuju fonemima istih ili gotovo istih artikulacijskih svojstava u jeziku primatelju prolaze *nultu transfonemizaciju*; fonemi koji se zamjenjuju odgovarajućim fonemima jezika primatelja čiji opis djelomično odgovara opisu fonema modela prolaze *djelomičnu* ili *kompromisnu transfonemizaciju*; fonemi koji nemaju ni djelomične ekvivalente u jeziku primatelju zamjenjuju se slobodno, odnosno prolaze *slobodnu transfonemizaciju* (Filipović 1986: 72–73). U nastavku su navedeni engleski modeli i hrvatske osnove koje od njih nastaju te su analizirani načini prilagodbe svih fonema u hrvatskom jeziku:

1. engl. *bitch* /bitʃ/ → hrv. *bič* /bič/ – fonemi /b/, /t/, /ʃ/ prolaze nultu, fonem /ɪ/ kompromisnu TF;
2. engl. *check in* /'tʃɛkɪn/ → hrv. *čekin* /čekin/ fonemi /t/, /ʃ/, /n/ prolaze nultu, fonemi /ɛ/, /k/, /ɪ/ kompromisnu TF;
3. engl. *cringe* /krɪn(d)ʒ/ → hrv. *krindž* /krindž/ fonemi /n/, /dʒ/ prolaze nultu, fonemi /k/, /ɪ/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;
4. engl. *hate* /heɪt/ → hrv. *hejt* /hejt/ fonem /h/ prolazi nultu, fonem /t/ kompromisnu, fonem /eɪ/ slobodnu TF;
5. engl. *ignore* /ɪg'nɔ:/ → hrv. *ignor* /ignor/ fonemi /g/, /n/, /ɔ:/ prolaze nultu, fonem /ɪ/ kompromisnu TF;
6. engl. *like* /laɪk/ → hrv. *lajk* /lajk/ fonem /l/ prolazi nultu, fonem /k/ kompromisnu, fonem /aɪ/ slobodnu TF;
7. engl. *log in* /'lɒɡɪn/ → hrv. *log in* /log in/ fonemi /l/, /g/, /n/ prolaze nultu, fonemi /ɒ/, /ɪ/ kompromisnu TF;
8. engl. *poke* /pəʊk/ → hrv. *pouk* /pouk/ fonemi /p/, /k/ prolaze kompromisnu, fonem /əʊ/ slobodnu TF;
9. engl. *post* /pəʊst/ → hrv. *post* /post/ fonem /s/ prolazi nultu, fonemi /p/, /t/ kompromisnu, fonem /əʊ/ slobodnu TF;
10. engl. *rant* /rant/ → hrv. *rent* /rent/ fonem /n/ prolazi nultu, fonemi /a/, /t/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;
11. engl. *repost* /ri:'pəʊst/ → hrv. *repost* /repost/ fonemi /i:/, /s/ prolaze nultu, fonemi /p/, /t/ kompromisnu, fonemi /r/, /əʊ/ slobodnu TF;
12. engl. *scroll* /skrəʊl/ → hrv. *skrol* /skrol/ fonemi /s/, /l/ prolaze nultu, fonem /k/ kompromisnu, fonemi /r/, /əʊ/ slobodnu TF;

13. engl. *seen* /si:n/ → hrv. *sin* /sin/ fonemi /s/, /i:/, /n/ prolaze nultu TF;
14. engl. *selfie* /'selfi/ → hrv. *selfi* /selfi/ fonemi /s/, /l/, /f/ prolaze nultu, fonemi /ɛ/, /i/ kompromisnu TF;
15. engl. *share* /ʃɛ:/ → hrv. *šer* /šer/ fonem /ʃ/ prolazi nultu, fonem /ɛ:/ kompromisnu TF;
16. engl. *spam* /spæm/ → hrv. *spam* /spam/ fonemi /s/, /m/ prolaze nultu, fonemi /p/, /æ/ kompromisnu TF;
17. engl. *stalk* /stɔ:k/ → hrv. *stalk* /stalk/ fonemi /s/, /ɔ:/ prolaze nultu, fonemi /t/, /k/ kompromisnu TF;
18. engl. *tag* /tag/ → hrv. *tag* /tag/ fonem /g/ prolazi nultu, fonemi /t/, /a/ kompromisnu TF;
19. engl. *troll* /trɒl/ → hrv. *trol* /trol/ fonem /l/ prolazi nultu, fonemi /t/, /ɒ/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;
20. engl. *tweet* /twi:t/ → hrv. *tvit* /tvit/ fonem /i:/ prolazi nultu, fonem /t/ kompromisnu, fonem /w/ slobodnu TF;
21. engl. *vlog* /vlɒg/ → hrv. *vlog* /vlog/ fonemi /v/, /l/, /g/ prolaze nultu, fonem /ɒ/ kompromisnu TF.

Filipović zamjećuje da veliku skupinu fonema koji podliježu slobodnoj transfonemizaciji čine diftonzi (Filipović 1986: 76), a tome je tako i u našim primjerima gdje se diftonzi transfonemiziraju u jedan (/əʊ/ → /o/ u imenici *post*) ili dva hrvatska fonema (/ʌi/ → /aj/ u imenici *lajk*). *Diftonzi* su složeni samoglasnici pri čijem se izgovoru unutar istoga sloga klizi iz položaja jednoga samoglasnika u položaj drugoga (EH: s. v. *diftong*) te su u engleskom jeziku vrlo česti, dok se u hrvatskom standardnom jeziku javlja samo jedan dvoglasnik *ie*. Većina fonema u našim primjerima prolazi nultu transfonemizaciju, nešto manje kompromisnu, a najmanje primjera potpunu transfonemizaciju.

5.2.2. Transmorfemizacija glagolskih anglizama

Kao što je prethodno spomenuto, hrvatski je jezik sintetički, a engleski analitički. Sintetički je jezik onaj u kojem prosječna riječ sadrži veći broj morfema, dok je analitički onaj u kojem se prosječna riječ sastoji od jednog morfema (EH: s. v. *sintetički jezici*, *analitički jezici*). U hrvatskom jeziku glagoli se sastoje od triju osnovnih morfema – korijenskog, derivacijskog i fleksijskog (Marković 2013: 183–198), dok se u engleskom jeziku sastoje u osnovi od korijenskog i nultog fleksijskog morfema. Zbog tog razloga svi primjeri glagolskih anglizama prolaze potpunu transmorfemizaciju. Razlika se među glagolima uočava u derivacijskom morfemu prema kojem se dijele u različite glagolske vrste (*ibid.*: 217).

Dvadeset pet od dvadeset šest glagola pripada prvom razredu pete vrste, dok jedan pripada šestoj vrsti. Dvadeset jedan glagol prvog razreda pete vrste ima derivacijski morfem *-a-*, dok četiri imaju derivacijski morfem *-ira-* (*ček-ira-ti*, *log-ira-ti*, *tag-ira-ti*, *u-log-ira-ti*). Jedini glagol koji pripada šestoj vrsti jest *bičevati* koji se tvori analogijom prema već postojećem hrvatskom glagolu *bičevati* u značenju ‘udarati bičem’ (VRH: s. v. *bičevati*).

Pri adaptaciji anglizama hrvatskome morfološkom sustavu javlja se problem uklapanja posuđenica u sustav glagolskog aspekta jer hrvatski kao jezik primatelj ima razvijenu kategoriju aspekta, dok engleski kao jezik davatelj nema (Filipović 1986: 63). Kao rezultat primarne adaptacije na morfološkoj razini anglizmi ulaze u kategorije svršenih, nesvršenih i dvovidnih glagola. Dvovidni su oni glagoli koji su u jednom obliku i nesvršeni i svršeni, a takvih glagola ima najviše među posuđenicama (Silić – Pranjković 2005: 49). Većina anglizama u našem korpusu ulazi u kategoriju dvovidnih glagola, pet je nesvršenih (*bičati*, *bičevati*, *bitchati*, *cringeati*, *krindžati*)⁷ i jedan svršeni (*ulogirati se*). Glagol *ulogirati se* jedini je glagol iz našeg korpusa koji tijekom sekundarne morfološke adaptacije stječe morfološku oznaku za svršene glagole kakva se javlja u hrvatskih glagola – prefiks *u-* sa značenjem postizanja cilja (Babić 2002: 552).

Ana Mikić Čolić (2015) analizira glagolske neologizme nastale uglavnom u internetskom diskursu te dolazi do zaključka da većina glagola pripada prvom razredu pete vrste i tvori se derivacijskim morfemom *-ira-*. Od dvadeset osam glagola koje je analizirala devetnaest se tvori morfemom *-ira-*, a devet morfemom *-a-*. U našoj je analizi dakle omjer glagola koji se tvore derivacijskim morfemima *-ira-* i *-a-* znatno drugačiji nego u analizi A. Mikić Čolić. Pretpostavka je da su rezultati različiti zbog jezične ekonomije i duljine glagola – kraći se brže „tipkaju“ na društvenim mrežama. Osim toga glagoli sa sufiksom *-ira-* vežu se uz posuđenice iz njemačkog jezika analogijom prema njemačkom sufiksu *-iren*, pa bi se kod takvih leksema moglo govoriti o posuđivanju preko jezika posrednika, što nije slučaj na Facebooku i srodnim društvenim mrežama jer su temeljeni na engleskom jeziku koji je izravni jezik davatelj.

5.2.3. Transortografizacija glagolskih anglizama

Sedamnaest je prikupljenih anglizama prilagođeno prema izgovoru modela (*bičati*, *bičevati*, *čekirati/čekinati*, *hejtati*, *ignorati*, *krindžati*, *lajkati*, *loginati se/logirati se*, *poukati*, *rentati*, *selfati*, *skrolati*, *šerati*, *tagirati*, *trolati*, *tvitati*, *ulogirati se*), a trinaest prema ortografiji modela (*bitchati*, *cringeati*, *pokeati*, *postati*, *rantati*, *repostati*, *scrollati*, *seenati*, *spamati*, *stalkati*,

⁷ S obzirom na to da su glagoli *bičati*, *bičevati*, *bitchati* inačice istoga glagola, zapravo je riječ o trima nesvršenim glagolskim anglizmima.

taggati, trollati, vlogati). Vidljivo je da se među prikupljenim leksičkim jedinicama nalaze tvorbene i ortografske dublete. Tvorbene su dublete glagoli tvoreni od istoga korijena različitim derivacijskim morfemima: *bičati/bičevati, čekirati/čekinati, loginati se/logirati se, taggati/tagirati*. Ortografske su dublete glagoli tvoreni od osnova koje su prilagođene i prema izgovoru i prema ortografiji modela: *bičati/bitchati, cringeati/krindžati, pokeati/poukati, rantati/rentati, scrollati/skrolati, trolati/trollati*.

Među leksičkim se jedinicama javljaju i sinonimski parovi: *bockati – pokeati/poukati, čekinati/čekirati – prijaviti se, loginati se/logirati se/ulogirati se – prijaviti se, objaviti – postati, označiti – taggati/tagirati, podijeliti – šerati, pratiti – stalkati, seenati – vidjeti*. Sinonimija je sinkronijska pojava koja upozorava na značenjski odnos dvaju ili više leksema u određenom jezičnom trenutku (Raffaelli 2015: 2002). Navedenim su parovima glagola značenja sinonimna u trenutku prijenosa iz engleskog u hrvatski jezik. Anglizmi tako u hrvatskom jeziku postoje istodobno sa semantičkim posuđenicama, a s obzirom na to da pod utjecajem internetske komunikacije i društvenih mreža takve riječi u hrvatski jezik ulaze brzo, one se koriste paralelno. Frekvencija njihove upotrebe ovisi o osobnom izboru korisnika. O potpunoj sinonimiji u jeziku vrlo je teško govoriti jer kad se jave dvije riječi s potpuno jednakim značenjima koje se mogu zamjenjivati u svim kontekstima, jedna bi se od njih prestala koristiti ili bi promijenila značenje. Cruse (2000) napominje da bi potpuni sinonimi u jeziku mogli nastati jedino u procesu leksičkog posuđivanja, a primjere takvih sinonima upravo smo naveli u vezi s odnosom glagolskog anglizma i ekvivalentnoga hrvatskog glagola. Ti se sinonimski parovi sastoje od domaće riječi i anglizma, ali nisu im nužno jednaka sva značenja, već samo ona koja se oblikuju u komunikaciji na društvenim mrežama.

5.2.4. Transsemantizacija glagolskih anglizama

Svi zabilježeni glagoli prolaze primarnu semantičku adaptaciju; od toga dva prolaze nultu adaptaciju, a sedamnaest prolazi suženje broja značenja. Glagoli čije se značenje tijekom prilagodbe sužava iz engleskog jezika u pravilu preuzimaju samo jedno od zabilježenih značenja, ono vezano za diskurs društvenih mreža. Tri glagola još uvijek nemaju zabilježeno značenje u domeni društvenih mreža ni u rječniku hrvatskog ni u rječniku engleskog jezika.

Glagol *cringeati/krindžati* preuzima iz engleskog jezika značenje ‘osjetiti sramotu ili gađenje’ (OLD: s. v. *cringe*). Tijekom primarne semantičke prilagodbe sužava mu se i polje značenja u skladu s domenom upotrebe: ‘sramiti se i suosjećati s korisnikom koji na društvenoj mreži objavljuje sramotan sadržaj’. Glagol *čekinati/čekirati* značenjski se podudara s hrvatskim glagolom *prijaviti se* o kojem je bilo riječi u odlomku o tvorbi semantičkih posuđenica.

Facebook i srodne društvene mreže nude korisnicima mogućnost „prijave na lokaciju“ ili „check in“ kako bi s ostalim korisnicima podijelili informaciju o mjestu na kojem se nalaze. U Oxfordovu rječniku glagol *hate* ‘mrziti’ ima zabilježeno značenje ‘izraziti snažnu odbojnost prema čemu, kritizirati ili vrijeđati’ (OLD: s. v. *hate*) koje se prenosi u hrvatsku repliku *hejtati*. U internetskom se diskursu javlja i perifraza *bacati hejt* u istom značenju kao glagol *hejtati*, no s mnogo manjom frekvencijom upotrebe. Glagol *ignorati* može se značenjski povezati s hrvatskim glagolom *ignorirati* ‘ne mariti za koga ili što, ne uzeti/uzimati što u obzir, ne pokloniti/poklanjati pozornost čemu’ (VRH: s. v. *ignorirati*), a od engleskog modela preuzima i značenje ‘odbijati primijetiti ili zapaziti što, namjerno zanemariti’ (OLD: s. v. *ignore*). Tom se glagolu tijekom primarne prilagodbe sužava i polje značenja kako bi se odredila domena upotrebe: ‘odbijati primijetiti ili zapaziti, namjerno zanemariti čiju poruku na društvenoj mreži’. Glagol *lajkati* od modela preuzima značenje ‘izraziti svoje odobravanje ili podršku komu ili čemu pomoću određene ikone ili veze’ (OLD: s. v. *like*). U hrvatskom su jeziku zabilježena dva značenja glagola *lajkati*: ‘1. iskazati/iskazivati svoje odobravanje koga ili čega preko društvenih mreža, pokazati/pokazivati komentarom ili pritiskom na sviđalicu ispod kakva teksta ili fotografije da se komu tko ili što sviđa odnosno da ga podupire u čemu; 2. odobravati, biti sklon komu ili čemu, složiti se s čime’ (VRH: s. v. *lajkati*). Broj značenja replike sužava se u odnosu na model, no u sekundarnoj se semantičkoj adaptaciji identificira nova domena upotrebe glagola *lajkati*, pa se broj značenja u hrvatskom jeziku širi. Drugo se značenje glagola *lajkati* oblikuje leksičkom metaforom tipa apstraktno – konkretno jer se premješta s društvenih mreža u vanjski svijet. Inačice *loginati se*, *logirati se* i *ulogirati se* nastaju od engleskog glagola *log in*: ‘prijaviti se na računalo, u bazu podataka ili sustav’ (OLD: s. v. *log in*), a značenje je zabilježeno i u dvama rječnicima hrvatskoga standardnog jezika: ‘prijaviti se svojim korisničkim imenom na kakvu mrežnu stranicu’ (VRH: s. v. *logirati se*) te ‘1. unijeti/unositi korisničko ime i lozinku u višekorisnički sustav; 2. priključiti/priključivati se na internet; 3. rij. unijeti ili pridodati podatak u dokument, račun i sl.’ (HJP: s. v. *log in*). U primarnoj se adaptaciji dakle broj značenja sužava u odnosu na engleski model, dok se u sekundarnoj semantičkoj adaptaciji širi broj značenja. Glagol *postati* sinonim je glagolu *objaviti* o kojem je bilo riječi u odlomku o semantičkim posuđenicama. Modelu je u engleskom jeziku zabilježeno šest značenja od kojih replika preuzima jedno: ‘postaviti kakvu informaciju ili sliku na internet, obično na blog ili kakvu društvenu mrežu’ (OLD: s. v. *post*). U primarnoj se semantičkoj adaptaciji dakle sužava broj značenja. Glagol *repostati* u engleskom se tvori prefiksom *re-* koji označava ponavljanje kakve radnje, a osnova mu je glagol *post* o kojem je netom bilo riječi. *Rantati/rentati* tijekom primarne semantičke adaptacije iz modela preuzima značenje ‘govoriti

ili žaliti se na što glasno ili bijesno' (OLD: s. v. *rant*). U sekundarnoj semantičkoj adaptaciji tom se glagolu širi polje značenja jer se na društvenim mrežama *renta* putem direktnih poruka i komentara. *Repostati* iz modela preuzima jedno od dvaju zabilježenih značenja: 'ponovo postaviti kakvu informaciju ili sliku na mreži' (OLD: s. v. *repost*). Glagol *scrollati/skrolati* preuzima jedno od triju zabilježenih značenja modela: 'pomicati prikazani tekst ili grafiku na zaslonu računala u određenom smjeru kako bi se prikazali različiti dijelovi' (OLD: s. v. *scroll*). U sekundarnoj se semantičkoj adaptaciji polje značenja širi kako bi se obuhvatio i drugi medij upotrebe – društvene mreže često se koriste na mobilnim telefonima, pa *skrolati* u tom slučaju znači 'mišem ili prstom pomicati sadržaj prikazan na računalu ili mobitelu u željenome smjeru (prema gore ili dolje)' (Palinić 2019: 30). Glagol *spamati* preuzima značenje 'slati neželjene i nevažne e-poruke (najčešće većem broju korisnika istovremeno)' (OLD: s. v. *spam*), a tijekom sekundarne semantičke adaptacije polje značenja širi se i na situaciju u kojoj jedan korisnik šalje drugom veći broj poruka u malom vremenskom intervalu, što rezultira velikom količinom obavijesti. Glagol *šerati* sinonim je glagola *podijeliti* o kojem je bilo riječi u poglavlju o semantičkim posuđenicama. U odnosu na engleski model broj mu se značenja sužava i od njega preuzima značenje 'objaviti ili ponovo objaviti nešto na društvenoj mreži' (OLD: s. v. *share*), a u sekundarnoj semantičkoj adaptaciji širi se broj značenja replike. Naime svaki *smartphone* ima opciju *mobile hotspot* ili *mobilna prijenosna točka* koja korisnicima omogućuje posredno spajanje na internet putem drugog uređaja, pa *šerati* znači i 'dopustiti pristup internetskoj vezi drugom korisniku pomoću mobilne prijenosne točke na pametnom telefonu'. Glagol *taggati/tagirati* sinonim je glagola *označiti* o kojem je bilo riječi među semantičkim posuđenicama. U Oxfordovu rječniku model ima jedanaest zabilježenih značenja od kojih se u primarnoj semantičkoj prilagodbi preuzima jedno: 'dodati riječ, frazu ili ime u digitalni sadržaj kako bi se obilježila njegova pripadnost određenoj kategoriji ili kako bi se postavila veza na čiji korisnički profil' (OLD: s. v. *tag*). Tom se značenju sužava i polje, pa je značenje replike 'postaviti vezu na čiji korisnički profil u objavi ili na fotografiji na društvenim mrežama'. Glagol *trolati/trollati* ima tri zabilježena značenja, od kojih replika preuzima jedno: 'namjerno zlobno komentirati i provocirati na mreži s ciljem da se koga uznemiri ili od njega dobije bijesan odgovor' (OLD: s. v. *troll*). *Twitter* je društvena mreža srodna Facebooku u vezi s kojom nastaje glagol *tvitati*: 'postaviti objavu na društvenoj mreži Twitter' (OLD: s. v. *tweet*). Od triju zabilježenih značenja u engleskom jeziku replika preuzima samo jedno. Posljednji glagol koji prolazi suženje broja značenja jest *vlogati* koji zadržava jedno od dvaju značenja modela: 'dodati novi materijal na vlogu ili ga redovito ažurirati' (OLD: s. v. *vlog*).

Dva glagola prolaze nultu semantičku adaptaciju, što znači da model i replika imaju ista značenja. Glagol *bičati/bitchati* i *bičevati* iz engleskog jezika preuzima značenje ‘davati neprimjerene i kritičke primjedbe o komu, pogotovo kad je odsutan’ (OLD: s. v. *bitch*). Glagol *selfati* iz modela preuzima značenje ‘slikati fotografiju sebe, obično pametnim telefonom ili *web*-kamerom, najčešće s namjerom da se objavi na društvenoj mreži’ (OLD: s. v. *selfie*).

Tri anglizma u engleskim rječnicima nemaju zabilježeno značenje u domeni društvenih mreža, pa im se formira potpuno novo značenje. Glagol *pokeati/poukati* u engleskom jeziku ima zabilježeno nekoliko značenja, a značenje se u domeni društvenih mreža izvodi iz sljedećeg: ‘brzo pritisnuti koga/što prstom ili nekim predmetom’ (OLD: s. v. *poke*). Za izvođenje novog značenja bitan je vizualni aspekt Facebooka: uz opciju *poke* ili *bocni* nalazi se ikona šake s ispruženim kažiprstom, pa novo značenje nastaje metaforičkom asocijacijom po obliku i izgledu: ‘pritiskati ikonu šake ispruženog kažiprsta uz ime korisnika Facebooka da bi se s njim ostvario kontakt’. Glagol *seenati* tvori se od engleskog participa perfekta glagola *see* ‘vidjeti’, *seen*. Taj se oblik nekad koristio samo u komunikaciji direktnim porukama na Facebooku za oznaku ispod pročitane poruke, a danas se koristi i u razgovornom jeziku korisnika društvenih mreža. O značenju glagola *seenati* bilo je riječi u analizi značenja glagola *vidjeti* u poglavlju o semantičkim posuđenicama. Glagol *stalkati* posljednji je glagol kojem se oblikuje novo značenje. U Oxfordovu je rječniku zabilježena definicija: ‘uznemiravati ili opsjedati koga neželjenom i opsesivnom pažnjom’ (OLD: s. v. *stalk*), a značenje na društvenim mrežama sinonimno je značenju hrvatskoga glagola *pratiti* u tome mediju: ‘slijediti koga opsesivno i do točke uznemiravanja na društvenim mrežama’.

6. Imenice

6.1. Tvorbena obilježja imeničkih neologizama

Pedeset i pet skupljenih imenica i pet sintagma podijelili smo u tri osnovne skupine, što je prikazano u tablici u nastavku. U toj se tablici može primijetiti da i kod imenica – kao i kod glagola – ima više anglizama nego semantičkih posuđenica te da se imenice pojavljuju u različitim ortografskim varijantama.

Novotvorenice u hrvatskom jeziku	Semantičke posuđenice	Posuđenice iz engleskog jezika
instažena, susramlje	aktivnost, boc, bockanje, dnevnik aktivnosti, događaj, komentar, novost, obavijest, objava, oznaka, priča, prijatelj, reakcija, status, stranica, vremenska crta, zahtjev, zid, životni događaj	ban, block, blogger, blogerica, cringe/krindž, dislajk/dislike, emotikon, event, feed, fejsbukovac, frend, friend request, gif, hejt, hejter, ignor, inboks/inbox, influencer, influencerica, lajk/like, log in, look, mem/meme, notification/notifikacija/notifikejšn, poke/pouk, post, rant, repost, sajt, selfi/selfie, spam, stakanje, stori/story, tag, tajmlajn/timeline, trol/troll, vlog, vloger, vlogerica

Tablica 2. Podjela imenica prema podrijetlu

6.1.1. Tvorba imeničkih novotvorenica u hrvatskom jeziku

Dvije su imeničke novotvorenice u hrvatskom jeziku: *susramlje* i *instažena*. *Susramlje* se tvori prefiksarno-sufiksalsnom tvorbom: *su-sram-j-e*. Značenjski je to hrvatski ekvivalent engleskoj imenici *cringe/krindž* te znači ‘sram i suosjećanje s korisnikom koji na društvenoj mreži objavljuje sramotan sadržaj’. *Instažena* je ‘ona koja ima mnogo sljedbenika na društvenoj mreži Instagram gdje reklamira određene proizvode i usluge’. Tvori se slaganjem prefiksoida *insta-* koji još nije zabilježen u hrvatskim rječnicima i imenice *žena*. Prefiksoid se preuzima iz engleskog jezika kao skraćunica naziva popularne društvene mreže Instagram. Instagram se u engleskom jeziku tvori kao složenica *Insta + gram*, po uzoru na složenice sa sufiksoidom *-gram*

tipa *telegram*, *hologram* gdje *-gram* označava ono što je napisano ili prikazano, a *insta-* brzinu kojom se što pojavljuje i objavljuje na internetu. Prefiksoid *insta-* može se značenjski povezati s prefiksoidom *instant-* zbog toga što oba predstavljaju ‘brzinu i lakoću kojom se nešto događa’ (HJP: s. v. *instant-*), no zbog popularnosti društvene mreže Instagram i novih konotacija koje se uz nju vežu ta se dva prefiksoida moraju značenjski razlikovati.

6.1.2. Opis imeničkih semantičkih posuđenica

Šesnaest hrvatskih imenica pod utjecajem društvenih mreža i engleskog jezika stječe novo značenje. Te će imenice biti razmotrene u svom primarnom značenju zabilježenom u hrvatskom rječniku, a potom će biti definirano njihovo novo značenje u domeni društvenih mreža.

Aktivnost je ‘osobina onoga koji je aktivan’ (VRH: s. v. *aktívnoš*), no kad se prilagodi diskursu društvenih mreža, *aktivnost* je ‘djelovanje na društvenoj mreži’. Novo je značenje izvedeno leksičkom metaforom, odnosno metaforičkom asocijacijom po funkciji. *Događaj* je ‘ono što se dogodilo u određeno vrijeme na određenome mjestu’ (VRH: s. v. *dògađāj*). Na Facebooku je *događaj* ‘stranica na društvenoj mreži na kojoj su objavljene bitne informacije o kakvu zbivanju’. Novo se značenje izvodi leksičkom metonimijom prema metonimijskoj formuli DOGAĐAJ – INFORMACIJE O DOGAĐAJU. Korisnicima se na Facebooku nudi mogućnost da komentiraju, diskutiraju i recenziraju te da objave fotografije s događaja. *Komentar* je ‘tekst u kojem autor izražava svoje mišljenje, ocjenu o kojem političkom, kulturnom, ekonomskom ili općenito društvenom događaju, kretanju, stanju, pojavi’ (VRH: s. v. *komèntār*). Na društvenim mrežama *komentar* je ‘svaka rečenica, riječ, znak, gif, mem, link, fotografija, emotikon koji se javlja kao reakcija na neku objavu’. Značenje se izvodi metaforičkom asocijacijom po funkciji jer je svrha komentara ista, ali se on ne realizira samo tekstualno, nego multimedijски. *Novost* je ‘nova vijest ili događaj koji se netom dogodio’ (VRH: s. v. *nòvōst*). *Novost* se na Facebooku javlja kao ‘obavijest o čijoj nedavnoj aktivnosti na mreži’ te nastaje metaforičkom asocijacijom utemeljenoj na transformaciji tipa apstraktno – konkretno jer se apstraktna *novost* javlja kao konkretan znak, ikona ili zvuk na društvenoj mreži. *Obavijest* je ‘pismeno ili usmeno priopćen podatak o čemu ili kakva novost’ (VRH: s. v. *òbavijēst*), no *obavijest* je i crveni kvadratić s brojem novosti koje korisnik može vidjeti na svom profilu. Značenje se izvodi metaforičkom asocijacijom po funkciji jer je funkcija obavijesti na Facebooku ista onoj vezanoj za primarno značenje te imenice, odnosno priopćavanje kakve novosti. *Objava* se u hrvatskom rječniku definira kao ‘obavijest objavljena u kojem javnom mediju’ (VRH: s. v. *òbjava*). U kontekstu društvenih mreža, *objava* je ‘svaka riječ, rečenica, znak, gif, mem, link, fotografija, emotikon koji korisnik postavlja javno na svom profilu’. I ovdje se značenje izvodi metaforičkom

asocijacijom po funkciji jer je funkcija objave na Facebooku jednaka funkciji objave u primarnom značenju – prenošenje kakve novosti. U svakom komentaru i u svakoj objavi korisnik ima mogućnost *označiti* kojeg drugog korisnika ili kakvu stranicu. Takva se *oznaka* uvodi simbolom @, a u objavi ili komentaru obilježena je plavom bojom te ima funkciju hiperlinka. Oznaka u tom slučaju ima mnogo sličnosti sa značenjem zabilježenim u hrvatskom rječniku: ‘ono što nedvosmisleno označuje koga ili što, kojim je što obilježeno’ (VRH: s. v. *oznaka*), a u diskursu društvenih mreža ona je ‘veza na čiji korisnički profil koja je postavljena u objavi ili na fotografiji na društvenim mrežama’. I značenje se *oznake* izvodi metaforičkom asocijacijom prema funkciji. Priča o *priči* započela je na Instagramu, ali je zbog frekventnosti korištenja uvedena i na Facebook. *Priča* je u standardnom hrvatskom jeziku ‘usmeno kazivanje događaja, čije viđenje kakva događaja’ (VRH: s. v. *priča*), no na društvenim mrežama *priča* je ‘kratkotrajna objava, vidljiva u pravilu 24 sata, koju korisnik objavljuje na svom profilu da bi s prijateljima podijelio kakvu novost’. Značenje imenice *priča* također se izvodi metaforičkom asocijacijom prema funkciji jer je funkcija *priče* u obama slučajevima prenijeti nekome kakvu informaciju. Definicija ‘blizak poznanik s kojim se u druženju njeguju poštovanje, povjerenje i ljubav’ (VRH: s. v. *prijatelj*) odražava ono najbitnije kod osobe označene imenicom *prijatelj* – bliskost i prisnost. Prijatelj na društvenim mrežama gubi tu dimenziju i svodi se na ‘osobu s kojom je korisnik povezan na Facebooku’; korisnik ga možda poznaje, možda ne, možda je s njim blizak, možda nije, a stječe ga klikom na ikonu „dodaj prijatelja“ ili „friend request“ na čijem profilu. Novo značenje izvodi se leksičkom metaforom utemeljenom na transformaciji tipa konkretno – apstraktno jer se prijateljski odnos premješta iz realnog u virtualni svijet. *Reakcija* je ‘ponašanje ili gesta kojom se na što reagira’ (VRH: s. v. *reakcija*), a na Facebooku je ta gesta vezana za opciju brzog i jednostavnog izražavanja mišljenja o čijoj objavi pritiskom na ikonu emotikona ispod te objave. U počecima Facebooka jedina je dostupna reakcija bila „like“ ili „sviđa mi se“, a trenutno Facebook nudi sedam reakcija – *sviđa mi se, super, podrška, haha, opa, tužno* i *grr* – i svaka je popraćena odgovarajućim emotikonom. Novo se značenje izvodi metaforičkom asocijacijom po funkciji. Značenje imenice *status* nije ‘stanje stvari, situacija u kojoj se što nalazi’ (VRH: s. v. *státus*), već se može dovesti u bliskoznačni odnos s imenicom *objava*: status je objava korisnika na profilu na društvenoj mreži sa sadržajem koji korisnik želi podijeliti sa svojim prijateljima. Novo značenje nastaje leksičkom metonimijom STANJE STVARI – ZAPIS O STANJU STVARI. U hrvatskom je rječniku *stranica* jedna od rijetkih imenica koja uključuje značenje u domeni interneta (uvedeno kvalifikatorom *inf.*): ‘određeni sadržaj koji se nalazi na nekom poslužitelju namijenjen objavljivanju na internetu’ (VRH: s. v. *strànica*). To se značenje širi i na privatni ili javni profil neke osobe, tvrtke i sličnih subjekata

na društvenoj mreži, a izvodi se metaforičkom asocijacijom po obliku i izgledu iz primarnog značenja imenice *stranica* ‘jedna od dviju površina lista papira’ (VRH: s. v. *strànica*) jer internetska stranica izgledom podsjeća na stranicu papira. *Zahtjev* je ‘ono što tko izričito traži’ (VRH: s. v. *záhtjev*), a korisnik Facebooka drugom korisniku može poslati *zahtjev za prijateljstvom* kao ‘način povezivanja s drugim korisnicima na Facebooku pritiskom na za to predviđeno mjesto na profilu korisnika’. Značenje na Facebooku dakle nastaje metaforičkom asocijacijom po funkciji. Primarno značenje imenice *zid* jest ‘uspravni dio zgrade na kojem leži krovnište ili koji pregrađuje unutrašnji prostor’, dok je sekundarno nastalo kombinacijom metaforičkog transfera prema funkciji i onog tipa konkretno – apstraktno te se definira kao ‘pregrada, zaprjeka, nepremostiva teškoća’ (VRH: s. v. *zîd*). Značenje na Facebooku nastaje također takvom kombinacijom metaforičkih asocijacija i označava središnji dio čijeg profila ili čije stranice – onaj koji izgledom nalikuje na *zid* – četverokutni bijeli prostor na kojem se objavljuju statusi i komentari.

Jedna imenica u našem korpusu nastaje preobrazbom. Preobrazba ili konverzija postanak je nove riječi prijelazom iz jedne vrste riječi u drugu bez posebnog dodavanja tvorbenih elemenata (Babić 2002: 51). Uzvik *boc* ‘dočarava radnju kada se bude ili sam ubod’ (VRH: s. v. *bòc*), no korisnik može na društvenoj mreži imati jedan *boc*, a može imati i nekoliko *boceva*. Stoga je na društvenim mrežama *boc* imenica koja označava ‘pritisak na ikonu šake ispruženog kažiprsta uz ime korisnika Facebooka da bi se s njim ostvario kontakt’.

U našem su korpusu zabilježene i tri imeničke sintagme nastale prevođenjem s engleskog jezika: *dnevnik aktivnosti* (engl. *activity log*), *vremenska crta* (engl. *timeline*) i *životni događaj* (engl. *life event*). O *aktivnosti* na Facebooku već je bilo riječi, a u hrvatskom je rječniku zabilježeno značenje sintagme *mrežni dnevnik*: ‘mrežni tekst koji se sastoji od zapisa u obrnutome vremenskom slijedu tako da se najnoviji zapisi nalaze na vrhu stranice’ (VRH: s. v. *dnêvnîk*). U skladu s tim *dnevnik aktivnosti* jest ‘mrežni tekst koji se sastoji od zapisa o čijem djelovanju na društvenoj mreži Facebook u obrnutome vremenskom slijedu tako da se najnoviji zapisi nalaze na vrhu stranice’. Uz *dnevnik aktivnosti* vezana je i *vremenska crta* kao ‘grafički prikaz korisnikove aktivnosti na društvenoj mreži tijekom određenog vremenskog razdoblja na kojem su označeni važni događaji’. Sintagma *vremenska crta* nastaje od engleske imenice *timeline* koja znači ‘grafički prikaz nekog vremenskog razdoblja na kojem su označeni važni događaji’ (OLD: s. v. *timeline*). Na vremenskoj crti korisnik može objaviti kakav *životni događaj*, što se određuje kao ‘objava na vremenskoj crti koja ima zasebni odjeljak na profilu korisnika jer mu je izrazito važna’. Kad korisnik objavljuje kakav životni događaj, može birati

između nekoliko kategorija kao što su posao, obrazovanje, ljubavni status, obitelj te dom i stanovanje, a podatke o tim važnim događajima dijeli sa svojim prijateljima.

6.1.3. Tvorba imeničkih posuđenica iz engleskog jezika

Od četrdeset imeničkih anglizama dvadeset osam ih se u hrvatskom jeziku tvori pomoću nultog sufiksa koji se dodaje na englesku osnovu: *ban-ø*, *block-ø*, *cringe-ø/krindž-ø*, *dislajk-ø/dislike-ø*, *emotikon-ø*, *event-ø*, *feed-ø*, *frend-ø*, *gif-ø*, *hejt-ø*, *ignor-ø*, *inboks-ø/inbox-ø*, *lajk-ø/like-ø*, *look-ø*, *mem-ø/meme-ø*, *notification-ø/notifikejšn-ø*, *poke-ø/pouk-ø*, *post-ø*, *rant-ø*, *repost-ø*, *sajt-ø*, *selfie-ø/selfi-ø*, *spam-ø*, *stori-ø/story-ø*, *tag-ø*, *tajmlajn-ø/timeline-ø*, *trol-ø/troll-ø*, *vlog-ø*.

Četiri imenice za vršitelja radnje zadržavaju engleski sufiks *-er*: *blog-er-ø*, *hejt-er-ø*, *influenc-er-ø*, *vlog-er-ø*. Tri su u mocijjskome odnosu s imenicama za vršiteljicu radnje koje su tvorene domaćim sufiksom *-ic-a*: *blog-er-ic-a*, *influenc-er-ic-a*, *vlog-er-ic-a*. Imenice *notifikacija* i *fejsbukovac* tvore se sufiksalsnom tvorbom: *notif-ik-ac-ij-a*, *fejsbuk-ov-c-ø*.

Dvije sintagme u korpusu jesu *friend request* i *log in*. U tim se sintagmama deklinira samo druga sastavnica kojoj se u nominativu jednine dodaje nulti fleksijski morfem: N *friend request-ø*, G *friend request-a*; N *log in-ø*, G *log in-a*.

6.2. Prilagodba imeničkih neologizama

6.2.1. Transfonemizacija imeničkih neologizama

O transfonemizaciji (TF) kao načinu prilagodbe bilo je riječi u poglavlju o prilagodbi anglizama te u poglavlju o transfonemizaciji glagola. U nastavku su navedeni engleski modeli i hrvatske imenice koje od njih nastaju te su opisani načini prilagodbe fonema u hrvatskom jeziku:

1. engl. *ban* /ban/ → hrv. *ban* /ban/ – fonemi /b/, /n/ prolaze nultu, fonem /a/ kompromisnu TF;
2. engl. *block* /blɒk/ → hrv. *blok* /blok/ fonemi /b/, /l/ prolaze nultu, fonemi /ɒ/, /k/ kompromisnu TF;
3. engl. *blogger* /'blɒgə/ → hrv. *bloger* /bloger/ fonemi /b/, /l/, /g/ prolaze nultu, fonem /ɒ/ kompromisnu, fonem /ə/ slobodnu TF;
4. engl. *cringe* /krɪn(d)ʒ/ → hrv. *krindž* /krindž/ fonemi /n/, /dʒ/ prolaze nultu, fonemi /k/, /ɪ/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;
5. engl. *dislike* /dɪs'laɪk/ → hrv. *dislajk* /dislajk/ fonemi /s/, /l/ prolaze nultu, fonemi /d/, /ɪ/, /k/ kompromisnu, fonem /aɪ/ slobodnu TF;
6. engl. *emoticon* /ɪ'məʊtɪkən/ → hrv. *emotikon* /emotikon/ fonemi /m/, /n/ prolaze nultu, fonemi /ɪ/, /t/, /k/, /ɒ/ kompromisnu, fonem /əʊ/ slobodnu TF;

7. engl. *event* /i'vent/ → hrv. *ivent* /ivent/ fonemi /v/, /n/ prolaze nultu, fonemi /ɪ/, /ɛ/, /t/ kompromisnu TF;
8. engl. *feed* /fi:d/ → hrv. *fid* /fid/ fonem /d/ prolazi nultu, fonemi /f/, /i:/ kompromisnu TF;
9. engl. *facebook* /'feɪsbʊk/ → hrv. *fejsbuk* /fejsbuk/ fonemi /f/, /s/, /b/ prolaze nultu, fonemi /ʊ/, /k/ kompromisnu, fonem /eɪ/ slobodnu TF;
10. engl. *friend* /frɛnd/ → hrv. *friend* /frend/ fonemi /f/, /n/ prolaze nultu, fonemi /ɛ/, /d/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;
11. engl. *friend request* / frɛnd rɪ'kwɛst/ → hrv. *friend rikvest* /frend rikvest/ fonemi /f/, /n/, /s/ prolaze nultu, fonemi /ɛ/, /d/, /ɪ/, /k/, /t/ kompromisnu, fonemi /r/, /w/ slobodnu TF;
12. engl. *gif* /gɪf/ → hrv. *gif* /gif/ fonemi /g/, /f/ prolaze nultu, fonem /ɪ/ kompromisnu TF;
13. engl. *hate* / heɪt/ → hrv. *hejt* /hejt/ fonem /h/ prolazi nultu, fonem /t/ kompromisnu, fonem /eɪ/ slobodnu TF;
14. engl. *hater* /'heɪtə/ → hrv. *hejter* /hejter/ fonem /h/ prolazi nultu, fonem /t/ kompromisnu, fonemi /eɪ/, /ə/ slobodnu TF;
15. engl. *ignore* /ɪg'nɔ:/ → hrv. *ignor* /ignor/ fonemi /g/, /n/ prolaze nultu, fonem /ɪ/ kompromisnu, fonem /ɔ:/ slobodnu TF;
16. engl. *inbox* /'ɪnbɒks/ → hrv. *inboks* /inboks/ fonemi /n/, /b/, /s/ prolaze nultu, fonemi /ɪ/, /ɒ/, /k/ kompromisnu TF;
17. engl. *influencer* /'ɪnfluənsə/ → hrv. *influencer* /influencer/ fonemi /n/, /f/, /l/, /s/ prolaze nultu, fonemi /ɪ/, /ʊ/ kompromisnu, fonem /ə/ slobodnu TF;
18. engl. *like* /laɪk/ → hrv. *lajk* /lajk/ fonem /l/ prolazi nultu, fonem /k/ kompromisnu, fonem /aɪ/ slobodnu TF;
19. engl. *log in* /'lɒɡɪn/ → hrv. *login* /login/ fonemi /l/, /g/, /n/ prolaze nultu, fonemi /ɒ/, /ɪ/ kompromisnu TF;
20. engl. *look* /lʊk/ → hrv. *luk* /luk/ fonem /l/ prolazi nultu, fonemi /ʊ/, /k/ kompromisnu TF;
21. engl. *meme* /mi:m/ → hrv. *mem* /mem/ fonemi /m/, /i:/ prolaze nultu TF;
22. engl. *notification* /,nəʊtɪfɪ'keɪʃn/ → hrv. *notifikejšn* /notifikejšn/ fonemi /n/, /f/, /ʃ/ prolaze nultu, fonemi /t/, /ɪ/, /k/ kompromisnu, fonemi /əʊ/, /eɪ/ slobodnu TF;
23. engl. *poke* /pəʊk/ → hrv. *pouk* /pouk/ fonemi /p/, /k/ prolaze kompromisnu, fonem /əʊ/ slobodnu TF;
24. engl. *post* /pəʊst/ → hrv. *post* /post/ fonem /s/ prolazi nultu, fonemi /p/, /t/ kompromisnu, fonem /əʊ/ slobodnu TF;
25. engl. *rant* /rant/ → hrv. *rent* /rent/ fonem /n/ prolazi nultu, fonemi /a/, /t/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;

26. engl. *repost* /ri:'pəʊst/ → hrv. *repost* /repost/ fonemi /i:/, /s/ prolaze nultu, fonemi /p/, /t/ kompromisnu, fonemi /r/, /əʊ/ slobodnu TF;
27. engl. *site* /sʌɪt/ → hrv. *sajt* /sajt/ fonem /s/ prolazi nultu, fonem /t/ kompromisnu, fonem /ʌɪ/ slobodnu TF;
28. engl. *selfie* /'selfi/ → hrv. *selfi* /selfi/ fonemi /s/, /l/, /f/ prolaze nultu, fonemi /ɛ/, /i/ kompromisnu TF;
29. engl. *spam* /spæm/ → hrv. *spam* /spam/ fonemi /s/, /m/ prolaze nultu, fonemi /p/, /æ/ kompromisnu TF;
30. engl. *stalk* /stɔ:k/ → hrv. *stalk* /stalk/ fonemi /s/, /ɔ:/ prolaze nultu, fonemi /t/, /k/ kompromisnu TF;
31. engl. *story* /'stɔ:ri/ → hrv. *stori* /stori/ fonemi /s/, /ɔ:/ prolaze nultu, fonemi /t/, /i/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;
32. engl. *tag* /tæg/ → hrv. *tag* /tag/ fonem /g/ prolazi nultu, fonemi /t/, /a/ kompromisnu TF;
33. engl. *timeline* /'taɪmlaɪn/ → hrv. *tajmlajn* /tajmlajn/ fonemi /m/, /l/, /n/ prolaze nultu, fonem /t/ kompromisnu, fonem /ʌɪ/ slobodnu TF;
34. engl. *troll* /trɒl/ → hrv. *trol* /trol/ fonem /l/ prolazi nultu, fonemi /t/, /ɒ/ kompromisnu, fonem /r/ slobodnu TF;
35. engl. *vlog* /vlɒg/ → hrv. *vlog* /vlog/ fonemi /v/, /l/, /g/ prolaze nultu, fonem /ɒ/ kompromisnu TF;
36. engl. *vlogger* /'vlɒgə/ → hrv. *vloger* /vloger/ fonemi /v/, /l/, /g/ prolaze nultu, fonem /ɒ/ kompromisnu, fonem /ə/ slobodnu TF.

Kao i u glagolskih anglizama najviše fonema u imeničkim anglizmima prolazi nultu transfonemizaciju, nešto manje njih kompromisnu, a najmanje onu slobodnu. Slobodna se transfonemizacija u pravilu provodi na osnovi ortografije, pa i u imenica ima najviše primjera prilagodbe diftonga ili primjera u kojima se fonem modela transfonemizira kao dva fonema u replici (npr. engl. *vlogger* /'vlɒgə/ → hrv. *vloger* /vloger/ gdje se fonem /ə/ u replici ostvaruje kao dva fonema /er/).

6.2.2. Transmorfemizacija imeničkih neologizama

Imenice se u hrvatskom jeziku sastoje od najmanje dvaju morfema – korijenskog i fleksijskog. Trideset imenica u našem korpusu prolazi nultu transmorfemizaciju te se sastoji od engleskog korijena i nultog sufiksa, npr. *block-ϕ*, *hejt-ϕ*, *tajmlajn-ϕ*. Četiri imenice prolaze kompromisnu transmorfemizaciju jer se sastoje od engleskog korijena, engleskog sufiksa za vršitelja radnje *-er* i nultog fleksijskog morfema: *blog-er-ϕ*, *hejt-er-ϕ*, *influenc-er-ϕ*, *vlog-er-ϕ*. Šest imenica

prolazi potpunu transmorfemizaciju jer sadrže engleski korijen, a nekoliko njih i engleski sufiks *-er*, no na tu englesku bazu dodaju hrvatske sufikse i fleksijske morfeme: *blog-er-ic-a*, *fejsbuk-ov-c-ø*, *influenc-er-ic-a*, *notif-ik-ac-ij-a*, *stalk-a-n-j-e*, *vlog-er-ic-a*.

Morfološki je zanimljiva kategorija imeničkog roda jer je u engleskom jeziku imenički rod semantička kategorija, dok je u hrvatskom sintaktička. Zbog tog se razloga rod imenica često mijenja prilikom adaptacije anglizama hrvatskom jeziku. Među engleskim imenicama koje se preuzimaju nalazi se trideset imenica srednjeg roda i četiri imenice muškog roda, no tijekom morfološke im se prilagodbe rod mijenja, pa su u hrvatskom jeziku trideset četiri imenice muškog roda, četiri su ženskog roda (*blogerica*, *influencerica*, *notifikacija*, *vlogerica*) i jedna srednjeg roda (što je i jedini primjer glagolske imenice – *stalkanje*).

6.2.3. Transortografizacija imeničkih neologizama

U našem se korpusu nalazi dvadeset pet imenica prilagođenih prema izgovoru modela i dvadeset šest imenica prilagođenih prema ortografiji modela. Imenice koje se prilagođavaju prema ortografiji modela zadržavaju izvorni oblik modela: *ban*, *block*, *cringe*, *dislike*, *event*, *feed*, *friend request*, *gif*, *inbox*, *influencer*, *like*, *log in*, *look*, *meme*, *notification*, *poke*, *post*, *rant*, *repost*, *selfie*, *spam*, *story*, *tag*, *timeline*, *troll*, *vlog*.

Ortografske se dublete javljaju u ovih imenica: *cringe/krindž*, *dislajk/dislike*, *inboks/inbox*, *lajk/like*, *mem/meme*, *notification/notifikejšn*, *poke/pouk*, *selfi/selfie*, *stori/story*, *tajmlajn/timeline*, *trol/troll*. Zabilježen je i jedan primjer tvorbene dublete: *notifikejšn/notifikacija*.

I među imenicama se javljaju sinonimski parovi: *cringe/krindž* – *susramlje*, *event* – *dogadaj*, *frend* – *prijatelj*, *notification/notifikacija/notifikejšn* – *obavijest*, *poke/pouk* – *boc*, *post* – *objava*, *sajt* – *stranica*, *stori/story* – *priča*, *tag* – *oznaka*. *Tajmlajn/timeline* – *vremenska crta* primjer je kvazisinonimije (Dragičević 2007) jer je riječ o bliskoznačnom odnosu dviju različitih leksičkih jedinica, imenice i sintagme. Kao i slični primjeri spomenuti kod glagola i imenički su sinonimski parovi sinonimi samo kad se koriste na društvenim mrežama.

6.2.4. Transsemantizacija imeničkih neologizama

Osamnaest replika prolazi suženje broja značenja u odnosu na engleski model: *ban*, *block*, *cringe/krindž*, *feed*, *frend*, *hejter*, *ignor*, *inboks/inbox*, *influencer*, *influencerica*, *lajk/like*, *mem/meme*, *notification/notifikejšn*, *notifikacija*, *post*, *sajt*, *tag*, *trol/troll*. *Ban* iz modela preuzima samo jedno od dvaju zabilježenih značenja te je ‘službeno isključenje osobe iz kakve organizacije, države ili djelatnosti’ (OLD: s. v. *ban*), a polje značenja mu se u sekundarnoj

semantičkoj adaptaciji širi i na isključenje iz kakve grupe te zabranu pristupa čijem profilu ili kakvoj stranici na društvenoj mreži. *Block* je značenjski sličan *banu*, ali se odnosi samo na zabranu slanja direktnih poruka i pristupa korisničkom profilu kojeg korisnika. Od modela preuzima značenje ‘čin blokiranja koga ili čega’ (OLD: s. v. *block*) te mu se polje značenja širi na zabranu slanja direktnih poruka i pristupa korisničkom profilu određene osobe na društvenoj mreži. *Cringe/krindž* preuzima značenje ‘sram i suosjećanje s korisnikom koji na društvenoj mreži objavljuje sramotan sadržaj’ (OLD: s. v. *cringe*) te mu se u sekundarnoj semantičkoj adaptaciji širi polje značenja na ‘osjećaj srama iz solidarnosti i suosjećanja s korisnikom koji objavljuje neugodan sadržaj na Facebooku’. U hrvatskom se jeziku, kao što je prethodno napomenuto, javlja novotvorenica *susramlje* kao sinonim anglizmu *krindž*. *Feed* iz modela preuzima značenje ‘način na koji se obavještava korisnike bloga ili kakve druge često ažurirane stranice da je dodan novi sadržaj’ (OLD: s. v. *feed*) ili jednostavnije – *feed* je popis obavijesti o novostima na društvenoj mreži. *Frend* je sinonim hrvatskom leksemu *prijatelj*, a o njegovu značenju je bilo riječi u poglavlju o semantičkim posuđenicama, pa ovdje neće biti posebno razmatrano. *Hejter* je ‘negativna i kritična osoba’ (OLD: s. v. *hater*), ali mu se u primarnoj semantičkoj adaptaciji sužava polje značenja na negativnog korisnika društvene mreže. Imenica *ignor* tvori se od engleskog glagola *ignore* te preuzima značenje ‘namjerno uskraćivanje reakcije na čiju direktnu poruku’ (OLD: s. v. *ignore*). Imenica *inboks/inbox* ulazi u hrvatski jezik prije društvenih mreža – u domeni elektroničke pošte. Na društvenim mu se mrežama tijekom sekundarne adaptacije širi polje značenja te *inboks* služi kao mapa za direktne poruke prijatelja. S jednakim se značenjem javlja i hrvatska sintagma *ulazna pošta* koja ima veću frekvenciju upotrebe u domeni elektroničke pošte nego u domeni društvenih mreža. Značenje imenica *influencer* i *influencerica* jest ‘osoba koja ima mnogo sljedbenika na društvenim mrežama gdje reklamira određene proizvode i usluge’ (OLD: s. v. *influencer*). Značenje imenice *lajk/like* zabilježeno je u Velikom hrvatskom rječniku kao ‘oblik iskazivanja odobravanja koga ili čega ili slaganja s kime u čemu pritiskom na za to predviđeno mjesto na društvenim mrežama’ (VRH: s. v. *lajk*), što je samo jedno od triju značenja engleskog modela. *Mem/meme* iz modela preuzima značenje ‘slika, videozapis, tekst i sl. obično šaljivog karaktera koju korisnici interneta često kopiraju i objavljuju uz male varijacije’ (OLD: s. v. *meme*). *Notifikacija* i *notifikejšn/notification* od modela preuzima značenje ‘način davanja ili primanja informacija o čemu’ (OLD: s. v. *notification*), a na društvenim je mrežama ‘ikona i/ili zvuk na elektroničkom uređaju koji korisnika obavještava o novostima na korisničkom računu’. *Post* je sinonim hrvatskoj imenici *objava*, a *sajt* imenici *stranica*, o čijim je značenjima bilo riječi u poglavlju o značenjskim posuđenicama. Imenica *post* preuzima jedno od deset, a *sajt* jedno od

četiriju zabilježenih značenja engleskog modela, pa se radi o suženju broja značenja u odnosu na model. *Tag* iz engleskog modela preuzima značenje ‘riječ, izraz ili naziv koji se koristi za identificiranje internetskog sadržaja koji pripada određenoj kategoriji ili se odnosi na određenu osobu ili temu’ (OLD: s. v. *tag*). Tijekom sekundarne semantičke prilagodbe širi mu se polje značenja i na označavanje korisnika na fotografiji objavljenoj na društvenoj mreži te označavanje korisnika u kakvu komentaru ili objavi na društvenoj mreži. Posljednji primjer suženja broja značenja jest imenica *troll/troll* koja iz engleskog modela preuzima značenje ‘osoba koja namjerno objavljuje uvredljiv ili provokativan sadržaj na mreži’ (OLD: s. v. *troll*). Jedanaest imenica ne mijenja značenje u odnosu na engleski model, odnosno one preuzimaju sva značenja koja sadrži model, što znači da prolaze nultu semantičku adaptaciju: *bloger*, *blogerica*, *emotikon*, *fejsbukovac*, *gif*, *log in*, *repost*, *selfi/selfie*, *vlog*, *vloger*, *vlogerica*. *Bloger* i *blogerica* preuzimaju značenje modela ‘osoba koja redovito objavljuje sadržaj na blogu’ (OLD: s. v. *bloger*). Imenica *emotikon* od modela preuzima značenje ‘kratak skup simbola koji predstavlja izraz čijeg lica te se koristi u internetskoj komunikaciji’ (OLD: s. v. *emoticon*). U engleskom jeziku ne postoji zaseban leksem koji označava korisnika Facebooka, već se on jednostavno naziva *korisnikom* (eng. *user*). U hrvatskom je jeziku preuzeta osnova imenice *fejsbuk* koja označava društvenu mrežu te su joj dodani sufiksi *-ov-c-ø* kojima se označava vršitelj radnje (Babić 2002: 83), odnosno ‘onaj koji koristi Facebook’. *Gif* je ‘vrsta računalne datoteke za komprimiranje i pohranu vizualnih digitalnih podataka’ (MW: s. v. *GIF*). Sintagma *log in* u potpunosti preuzima značenje engleskog modela, a ono je zabilježeno i na Hrvatskom jezičnom portalu: ‘unijeti/unositi korisničko ime i lozinku u višekorisnički sustav’ (HJP: s. v. *log in*). U domeni društvenih mreža ta sintagma označava unošenje korisničkog imena i lozinke kako bi se pristupilo društvenoj mreži. *Repost* je ‘ponovo postavljena kakva informacija ili slika na web stranicu ili profil na društvenoj mreži’. Imenica *selfi* nastaje na društvenim mrežama kako bi korisnici jednostavnije mogli izraziti pojam ‘fotografija samog sebe koja je obično slikana pametnim telefonom ili *web*-kamerom, najčešće s namjerom da se objavi na društvenoj mreži’. Imenica *vlog* se u engleskom jeziku tvori kao stopljenica imenica *video* i *blog*, pa se i značenje imenice *vlog* formira prema značenjima tih imenica. *Blog* je ‘publikacija na internetu otvorena za kontinuirano nadopisivanje, može biti individualna i kolaborativna’ (HJP: s. v. *blòg*), a *video* ‘ukupnost elektroničkog snimanja, obrade i reproduciranja pokretnih slika i pratećeg zvuka’ (HJP: s. v. *vìdeo*). *Vlog* je ‘osobna stranica na kojoj korisnik redovito donosi objave u obliku videa’. Sukladno tome *vloger* i *vlogerica* definiraju se kao ‘onaj koji na svojoj osobnoj stranici redovito donosi objave u obliku videa’.

Jedanaest je primjera imenica sa značenjem u domeni društvenih mreža koje nije zabilježeno ni u hrvatskim ni u engleskim rječnicima: *dislajk/dislike*, *event*, *friend request*, *hejt*, *look*, *poke/pouk*, *rant*, *spam*, *stalkanje*, *stori/story*, *tajmlajn/timeline*. Novo značenje vezano za društvene mreže primarno se oblikuje u engleskom modelu, a potom ga preuzima replika. Značenje imenice *dislike/dislajk* suprotno je značenju imenice *like/lajk*, odnosno znači ‘oblik iskazivanja neodobravanja koga ili čega ili neslaganja s kime u čemu pritiskom na za to predviđeno mjesto na društvenim mrežama’. *Event* na društvenim mrežama ima jednako značenje kao hrvatska semantička posuđenica *dogadaj* o kojoj je bilo riječi u poglavlju o imeničkim semantičkim posuđenicama. *Friend request* engleska je sintagma koja u hrvatskom jeziku ima prijevodnu inačicu *zahtjev za prijateljstvom*, no hrvatska sintagma ima puno manju frekvenciju upotrebe nego engleska. *Friend request* jest ‘način povezivanja s drugim korisnicima na Facebooku pritiskom na za to predviđeno mjesto na profilu korisnika’. *Hejt* je ‘intenzivna odbojnost’ (OLD: s. v. *hate*), odnosno u vezi s društvenim mrežama znači ‘oblik iskazivanja intenzivnog neodobravanja koga ili čega ili neslaganja s kime u čemu’. U antonimnom je odnosu s imenicom *lajk/like*, a u sinonimnom odnosu s imenicom *dislajk/dislike*. Imenica *look* koristi se u tiskanim i virtualnim modnim časopisima, a najveću frekvenciju upotrebe ima na Instagramu. *Look* se koristi i na Facebooku u značenju ‘izgled ili stil u modi koji se promovira na društvenoj mreži’. Imenica *poke/pouk* sinonim je imenici *boc* o kojoj je bilo riječi u odlomku o semantičkim posuđenicama. *Rant*, *spam* i *stalkanje* svoja značenja formiraju prema glagolima od kojih nastaju: *rant* je ‘govor, poruka ili komentar na društvenoj mreži pisan iz osjećaja ljutnje ili bijesa’, *spam* je ‘velika količina neželjenih i nevažnih poruka ili komentara koju korisnik šalje ili prima u malom vremenskom intervalu na društvenim mrežama’, *stalkanje* je ‘opsesivno i uznemirujuće praćenje koga na društvenim mrežama’. *Stori/story* je još jedna imenica koja ulazi u hrvatski jezik prije Facebooka, no s pojavom Snapchata i Instagrama dobiva novo značenje. Na društvenim mrežama *story* je sinonim *priči* o kojoj je bilo riječi u poglavlju o semantičkim posuđenicama. Posljednja je imenica *tajmlajn/timeline* o čijem je značenju također bilo riječi među semantičkim posuđenicama jer je sinonim sintagmi *vremenska crta*.

7. Zaključak

U ovom smo radu razmotrili imeničke i glagolske neologizme koji nastaju u aktivnoj uporabi na društvenoj mreži Facebook. Vidljivo je da je tvorba neologizama na društvenim mrežama vrlo plodna i uključuje različite tvorbene postupke. Mnogobrojnost korisnika i velika frekventnost korištenja društvenih mreža doprinose leksičkoj produktivnosti u internetskom diskursu. Tri osnovne kategorije neologizama na društvenim mrežama koje smo analizirali u ovom radu jesu novotvorenice, semantičke posuđenice i leksičke posuđenice iz engleskog jezika.

Semantičke posuđenice preuzimaju značenje modela iz engleskog jezika i pridodaju ga već postojećem hrvatskom leksemu. Polisemni se rast u semantičkih posuđenica najčešće zasniva na leksičkoj metafori, a u manjem broju primjera na leksičkoj metonimiji.

Svi su anglizmi analizirani prema Filipovićevoj kontaktološkoj teoriji koja obuhvaća prilagodbu engleskih modela sustavu hrvatskog jezika na fonološkoj, morfološkoj, ortografskoj i značenjskoj razini. U procesu transfonemizacije većina engleskih fonema prolazi nulti stupanj adaptacije, manji broj fonema kompromisnu adaptaciju, a najmanji broj fonema onu slobodnu. Tvorba anglizama u hrvatskom je jeziku zanimljiva i zbog razlike između morfoloških sustava hrvatskog i engleskog jezika. Glagoli se u engleskom u osnovi sastoje od leksičkog i fleksijskog morfema, dok u hrvatskom imaju i derivacijski morfem. Stoga svi glagolski anglizmi prolaze potpunu transmorfemizaciju. Zanimljiva je i prilagodba engleskih glagola hrvatskom vidskom sustavu; najveći broj glagolskih anglizama pripadaju skupini dvovidnih glagola, a tek je malen broj njih dobio svoje vidske parnjake. Najveći broj imeničkih anglizama tvori se nultim sufiksom, što znači da prolaze nultu transmorfemizaciju, a nekoliko njih ili preuzima engleski sufiks *-er-* i prolazi kompromisnu transmorfemizaciju ili se tvori hrvatskim sufiksima i prolazi potpunu transmorfemizaciju. Većina je posuđenih imenica u engleskom jeziku srednjeg roda, dok su gotovo svi imenički anglizmi u hrvatskom jeziku muškog roda.

Na ortografskoj se razini anglizmi prilagođavaju ili prema izvornoj ortografiji modela ili prema izgovoru modela u hrvatskom jeziku, a razlika je među tim dvama tipovima transortografizacije mala – trideset devet se primjera prilagođava prema ortografiji, a četrdeset dva prema izgovoru modela. Zanimljivo je da se većina primjera paralelno bilježi na oba načina. Usporedno korištenje obaju oblika objašnjava se osobnim odabirom korisnika, dakle sociolingvističkim čimbenicima.

Na semantičkoj razini prevladava primarna adaptacija, što znači da se u mnogih replika broj i/ili polje značenja sužava u odnosu na model ili da su značenja modela i replike posve

podudarna. U nekih se replika širi broj i/ili polje značenja u odnosu na engleski model ili se oblikuje potpuno novo značenje koje se ne uočava u engleskom modelu, što su primjeri sekundarne semantičke adaptacije.

Kao prilog radu sastavljen je rječnik svih neologizama opisanih i razmatranih u radu. Svi su označeni kvalifikatorom *int.* koji označava posebnu domenu primjene – internetski diskurs u kojem su nova značenja oblikovana. Semantičkim je posuđenicama označen način na koji se oblikuje novo značenje: *met.* označava leksičku metaforu, a *meton.* leksičku metonimiju. Kraj tolika korpusa tema za daljnja istraživanja neće nedostajati.

Literatura

- Babić, Stjepan. 2002. *Tvorba riječi u hrvatskome književnome jeziku*. Treće izdanje. Zagreb: Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti: Nakladni zavod Globus.
- Cruse, D. Alan. 2000. *Meaning in Language: An Introduction to Semantics and Pragmatics*. Oxford: Oxford University Press.
- Crystal, David. 2006 [2000]. *Language and the Internet*. Drugo izdanje. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dragičević, Rajna. 2007. *Leksikologija srpskog jezika*. Beograd: Zavod za udžbenike.
- EH = *Hrvatska enciklopedija*. enciklopedija.hr [pregled: rujan 2019].
- Filipović, Rudolf. 1986. *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistiku jezičnih dodira*. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti – Školska knjiga.
- Filipović, Rudolf. 1990. *Anglicizmi u hrvatskom ili srpskom jeziku: porijeklo – razvoj – značenje*. Zagreb: Jugoslavenska akademija znanosti i umjetnosti – Školska knjiga.
- HJP = *Hrvatski jezični portal*. <http://hjp.znanje.hr/index.php?show=main> [pregled: listopad 2019].
- Marković, Ivan. 2013. *Uvod u jezičnu morfologiju*. Drugo izdanje. Zagreb: Disput.
- Mihaljević, Milica. 1999. Kako se na hrvatskom kaže WWW? (prilog proučavanju hrvatskoga internetskog nazivlja). *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, knj. 25: 233–248.
- Mihaljević, Milica. 2002. Funkcionalni stilovi hrvatskoga (standardnog) jezika. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, knj. 28: 325–343.
- Mikić Čolić, Ana. 2015. Tvorba glagolskih neologizama i uklapanje u jezični sustav. *Fluminensia*, god. 27, br. 1: 87–103.
- Muhvić-Dimanovski, Vesna. 2005. *Neologizmi: problemi teorije i primjene*. Zagreb: Zavod za lingvistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.
- MW = *Merriam-Webster*. <https://www.merriam-webster.com/> [pregled: svibanj 2020].
- Nikolić-Hoyt, Anja. 2005. Hrvatski u dodiru s engleskim jezikom. U: Lelija Sočanac i dr. *Hrvatski jezik u dodiru s europskim jezicima – prilagodba posuđenica*: 179–205. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
- OLD = *Oxford Learner's Dictionaries*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> [pregled: listopad 2019].
- Palinić, Lea. 2019. *Žargon zagrebačke mladeži i komunikacija putem alata za Instant Messaging*. Diplomski rad. Zagreb: Filozofski fakultet.

- Pišković, Tatjana. 2017. *Hrvatska leksikologija*. Skripta za studente. Zagreb: Filozofski fakultet.
- Raffaelli, Ida. 2015. *O značenju: uvod u semantiku*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Samardžija, Marko. 2003. *Hrvatski jezik 4: udžbenik za 4. razred gimnazije*. Četvrto izdanje. Zagreb: Školska knjiga.
- Silić, Josip – Ivo Pranjković. 2005. *Gramatika hrvatskoga jezika za gimnazije i visoka učilišta*. Zagreb: Školska knjiga.
- Silić, Josip. 1997. Razgovorni stil hrvatskoga standardnog jezika. *Kolo* 4: 483–495.
- Težak, Stjepko. 2004. *Hrvatski naš (ne)podobni*. Zagreb: Školske novine.
- Turk, Marija. 2016. Međujezični dodiri i utjecaji: stranojezični elementi u leksiku hrvatskoga jezika. *Riječki filološki dani: zbornik radova s Desetoga znanstvenog skupa s međunarodnim sudjelovanjem održanoga u Rijeci od 27. do 29. studenoga 2014*: 323–332. Rijeka: Filozofski fakultet.
- VRH = *Veliki rječnik hrvatskoga standardnog jezika*. 2015. Ur. Ljiljana Jojić. Zagreb: Školska knjiga.

Izvori

- Anić, Vladimir. 1991. *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi Liber.
- Anić, Vladimir. 2003. *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi Liber.
- Barić, Eugenija – Mijo Lončarić – Dragica Malić – Slavko Pavešić – Mirko Peti – Vesna Zečević – Marija Znika [Barić *et al.*] 2005. *Hrvatska gramatika*. Zagreb: Školska knjiga.
- hrWaC = Hrvatski mrežni korpus. https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first_form?corpname=hrwac;align= [pregled: listopad 2019].
- Klajn, Ivan. 2002. *Tvorba reči u savremenom srpskom jeziku: prvi deo: slaganje i prefiksacija*. Beograd – Novi Sad: Matica srpska.
- Klajn, Ivan. 2003. *Tvorba reči u savremenom srpskom jeziku: drugi deo: sufiksacija i konverzija*. Beograd – Novi Sad: Matica srpska.
- Šonje, Jure, ur. 2000. *Rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Leksikografski zavod Miroslav Krleža – Školska knjiga.
- Tweet-hr = Croatian Tweets.
https://www.clarin.si/noske/all.cgi/first?corpname=tweet_hr&reload=1&iquery=&queryselector=iqueryrow&lemma=&phrase=&word=&wpos=&char=&cql=&default_attr=word&fc_lemword_window_type=both&fc_lemword_wsize=5&fc_lemword=&fc_lemword_type

=all&fc_pos_window_type=both&fc_pos_wsize=5&fc_pos_type=all&usesubcorp=&fsca_text.t2ld= [pregled: listopad 2019].

Žargonaut. <https://www.zargonaut.com/> [pregled: studeni 2019]

Prilog 1. Rječnik novih riječi na Facebooku

aktivnost, ž *int. met.* djelovanje na društvenoj mreži (objavljivanje, komentiranje i sl.)

ban, m *int.* službeno isključenje osobe iz kakve grupe na društvenoj mreži ili zabrana pristupa čijem profilu ili kakvoj stranici na društvenoj mreži

bičati (bitchati, bičevati) *int.* davati neprimjerene i kritičke primjedbe o komu, pogotovo kad je odsutan

block, m *int.* zabrana slanja direktnih poruka i pristupa korisničkom profilu kojeg korisnika društvene mreže

bloger, m *int.* onaj koji redovito objavljuje sadržaj na blogu

blogerica, ž v. *bloger*

boc, m *int. met.* pritisak na ikonu šake ispruženog kažiprsta uz ime korisnika Facebooka da bi se s njim ostvario kontakt

bockati (koga, što) *int. met.* pritiskati ikonu šake ispruženog kažiprsta uz ime korisnika Facebooka da bi se s njim ostvario kontakt

bocnuti v. *bockati*

čekinati (čekirati) v. *prijaviti se* (2)

dislajk (dislike), m *int.* oblik iskazivanja neodobravanja koga ili čega ili neslaganja s kime u čemu pritiskom na za to predviđeno mjesto na društvenim mrežama

dnevnik aktivnosti, m *int.* mrežni tekst koji se sastoji od zapisa o čijem djelovanju na društvenoj mreži Facebook u obrnutome vremenskom slijedu tako da se najnoviji zapisi nalaze na vrhu stranice

dodati (koga, što) *int. met.* uključiti koga na svoju listu prijatelja na društvenoj mreži

dogadaj, m *int. meton.* stranica na društvenoj mreži na kojoj su objavljene bitne informacije o kakvom zbivanju

emotikon, m *int.* kratak skup simbola koji predstavlja izraz čijeg lica te se koristi u internetskoj komunikaciji

event, m v. *dogadaj*

feed, m *int.* popis obavijesti o novostima na društvenoj mreži

fejsbukovac, m *int.* korisnik društvene mreže Facebook

frend, m v. *prijatelj*

friend request, m v. *zahtjev*

gif, m *int.* vrsta računalne datoteke za komprimiranje i pohranu vizualnih digitalnih podataka

hejt, m *int.* oblik iskazivanja intenzivnog neodobravanja koga ili čega ili neslaganja s kime u čemu

hejtati (koga, što) *int.* izražavati snažnu odbojnost prema komu ili čemu, kritizirati ili vrijeđati koga ili što na društvenim mrežama

hejter, m *int.* negativan i kritični korisnik društvenih mreža

ignor, m *int.* namjerno uskraćivanje reakcije na čiju direktnu poruku na društvenoj mreži

ignorati (koga, što) *int.* odbijati primijetiti ili zapaziti, namjerno zanemariti čiju poruku na društvenoj mreži

inboks (*inbox*), m *int.* mapa za direktne poruke prijatelja na društvenoj mreži

influencer, m *int.* onaj koji ima mnogo sljedbenika na društvenim mrežama gdje reklamira određene proizvode i usluge, usp. *influencerica*

influencerica, ž v. *influencer*

instažena, ž *int.* ona koja ima mnogo sljedbenika na društvenoj mreži Instagram gdje reklamira određene proizvode i usluge; usp. *influencer*

komentar, m *int. met.* svaka rečenica, riječ, znak, gif, mem, link, fotografija, emotikon koji se javlja kao reakcija na neku objavu

krindž (*cringe*), m v. *susramlje*

krindžati (*cringeati*) *int.* sramiti se i suosjećati s korisnikom koji na društvenoj mreži objavljuje sramotan sadržaj

lajk (*like*), m *int.* oblik iskazivanja odobravanja koga ili čega ili slaganja s kime u čemu pritiskom na za to predviđeno mjesto na društvenim mrežama

lajkati (koga, što) *int.* iskazati/iskazivati svoje odobravanje koga ili čega preko društvenih mreža, pokazati/pokazivati komentarom ili pritiskom na sviđalicu ispod kakva teksta ili fotografije da se komu tko ili što sviđa odnosno da ga podupire u čemu

log in, m *int.* unošenje korisničkog imena i lozinke kako bi se pristupilo društvenoj mreži

logirati se (**loginati se**) v. *prijaviti se* (1)

look, m *int.* izgled ili stil u modi koji se promovira na društvenoj mreži

mem (*meme*), m *int.* slika, videozapis, tekst i sl. obično šaljivog karaktera koju korisnici interneta često kopiraju i objavljuju uz male varijacije

notifikacija (**notifikejšn**, *notification*), ž v. *obavijest*

novost, ž *int. met.* obavijest o čijoj nedavnoj aktivnosti na društvenoj mreži

obavijest, ž *int. met.* ikona i/ili zvuk na elektroničkom uređaju koji korisnika obavještava o novostima na korisničkom računu

objava, ž *int. met.* svaka rečenica, riječ, znak, gif, mem, link, fotografija, emotikon koji korisnik postavlja javno na svom profilu

objaviti (koga, što) *int. met.* postaviti kakvu informaciju ili sliku na internetsku stranicu ili profil na društvenoj mreži

označiti (koga, što) *int. met.* postaviti vezu na čiji korisnički profil u objavi ili na fotografiji na društvenim mrežama

oznaka, ž *int. met.* veza na čiji korisnički profil koja je postavljena u objavi ili na fotografiji na društvenim mrežama

podijeliti (koga, što) *int. met.* objaviti ili ponovo objaviti nešto na društvenoj mreži

post, m v. *objava*

postati v. *objaviti*

pouk (*poke*), m v. *boc*

poukati (*pokeati*) v. *bockati*

pratiti (koga, što) 1. *int. met.* redovito primati obavijesti od kojeg korisnika putem društvenih mreža; 2. *int. met.* slijediti koga opsesivno i uznemirujući na društvenim mrežama

priča, ž *int. met.* kratkotrajna objava, vidljiva u pravilu 24 sata, koju korisnik objavljuje na svom profilu na društvenoj mreži

prijatelj, m *int. met.* osoba s kojom smo povezani na Facebooku

prijaviti se 1. *int. met.* unijeti svoje korisničko ime i lozinku kako bi se pristupilo kakvoj mrežnoj stranici; 2. *int. met.* podijeliti s ostalim korisnicima društvene mreže informaciju o mjestu na kojem se korisnik nalazi

rant, m *int.* govor, poruka ili komentar na društvenoj mreži pisan iz osjećaja ljutnje ili bijesa

reakcija, ž *int. met.* opcija na statusu na društvenoj mreži pomoću koje korisnik može brzo izraziti svoje mišljenje o objavi

rentati (**rantati**) *int.* govoriti, žaliti se na što glasno ili bijesno putem direktnih poruka i komentara na društvenim mrežama

repost, m *int.* ponovo postavljena kakva informacija ili slika na web stranicu ili profil na društvenoj mreži

repostati (koga, što) *int.* ponovo staviti kakvu informaciju ili sliku na web stranicu ili profil na društvenoj mreži

sajt, m v. *stranica*

seenati v. *vidjeti*

selfati *int.* slikati fotografiju sebe, obično pametnim telefonom ili web kamerom, najčešće s namjerom da se objavi na društvenoj mreži

selfi (*selfie*), m *int.* fotografija samog sebe, obično slikana pametnim telefonom ili web kamerom, najčešće s namjerom da se objavi na društvenoj mreži

skrolati (*scrollati*) *int.* pomicati prikazani tekst ili grafiku na zaslonu računala u određenom smjeru kako bi se prikazali različiti dijelovi

spam, m *int.* velika količina neželjenih i nevažnih poruka ili komentara koju korisnik šalje ili prima u malom vremenskom intervalu na društvenim mrežama

spamati (koga, što) *int.* slati ili primiti veliku količinu neželjenih i nevažnih poruka ili komentara u malom vremenskom intervalu na društvenim mrežama

stalkati v. *pratiti* (2)

status, m *int. meton.* objava korisnika na profilu na društvenoj mreži sa sadržajem koji korisnik želi podijeliti sa svojim prijateljima

stori (*story*), m v. *priča*

stranica, ž *int. met.* određeni sadržaj koji se nalazi na društvenoj mreži, objavljen na internetu

susramlje, s *int.* sram i suosjećanje s korisnikom koji na društvenoj mreži objavljuje sramotan sadržaj

šerati v. *podijeliti*

tag, m v. *oznaka*

tagirati (*taggati*) v. *označiti*

tajmlajn (*timeline*), m v. *vremenska crta*

trol (*troll*), m *int.* osoba koja namjerno objavljuje uvredljiv ili provokativan sadržaj na mreži

trolati (*trollati*) *int.* namjerno zlobno komentirati i provocirati na mreži s ciljem da se koga uznemiri ili od njega dobije bijesan odgovor

tvitati *int.* postaviti objavu na društvenoj mreži Twitter

ulogirati se v. *prijaviti se* (1)

vidjeti (koga, što) *int. met.* potvrditi da je sugovornik zaprimio, otvorio i pročitao poruku na društvenoj mreži

vlog, m *int.* osobna stranica na kojoj korisnik donosi objave u obliku videa

vlogati *int.* dodati novi materijal na vlogu ili ga redovito ažurirati

vloger, m *int.* onaj koji na svojoj osobnoj stranici redovito donosi objave u obliku videa

vlogerica, ž v. *vloger*

vremenska crta, ž *int.* grafički prikaz korisnikove aktivnosti na društvenoj mreži tijekom određenog vremenskog razdoblja na kojem su označeni važni događaji

zahtjev, m *int. met.* način povezivanja s drugim korisnicima na Facebooku pritiskom na za to predviđeno mjesto na profilu korisnika

zaprati (koga, što) *int.* početi pratiti koga ili što na društvenoj mreži

zid, m *int. met.* četverokutni prostor na profilu korisnika društvene mreže na kojem se objavljuju statusi i komentari

životni događaj, m *int.* objava na vremenskoj crti koja ima zasebni odjeljak na profilu korisnika društvene mreže jer mu je izrazito važna

Sažetak

U radu su se istražili glagolski i imenički neologizmi nastali u komunikaciji na društvenoj mreži Facebook i putem alata za trenutačnu razmjenu poruka. U prvome dijelu rada bilo je riječi o neologizmima u hrvatskome jeziku općenito te o ulozi i vezi pisanog i usmenog jezika u nastanku novih riječi u hrvatskom jeziku. Zatim je bila opisana teorijska pozadina potrebna za nadolazeći opis prilagodbe posuđenica iz engleskog jezika hrvatskom standardnom jeziku. U drugome dijelu rada prikupljeni korpus bio je analiziran prema podrijetlu i načinu tvorbe, gdje su primjeri bili razvrstani na novotvorenice u hrvatskom jeziku, semantičke posuđenice i leksičke posuđenice iz engleskog jezika ili anglizme. Anglizmi su nadalje bili analizirani prema načinu prilagodbe hrvatskom standardnom jeziku na fonološkoj, morfološkoj, ortografskoj i semantičkoj razini. Cilj rada bio je istražiti rječotvorne postupke i način prilagodbe riječi nastalih u komunikaciji na Facebooku te pokazati kako se s razvojem i uvećanom učestalošću korištenja društvenih mreža oblikovao novi leksički sloj čiji se leksički inventar zahvaljujući korisnicima naglo povećava.

Ključne riječi: rječotvorje, neologizam, neosemantizam, adaptacija anglizama u standardnom hrvatskom jeziku, razgovorni funkcionalni stil

Summary

Word formation and adaptation of Croatian neologisms on Facebook

This thesis studies verb and noun neologisms originating in communication on the Facebook social network and the tool for instant messaging Facebook messenger. The first part of the thesis has introduced neologisms in Croatian language in general, as well as the role and relation between written and spoken language in word formation in Croatian. This part has also presented the theoretical basis for the description of English loanwords adaptation into standard Croatian language. In the second part of the thesis, the corpus of collected verbs and nouns has been analysed according to the origin of the basis and word formation process of each neologism. The examples have been sorted into newly coined words in Croatian language, semantic loanwords and loanwords from the English language or Anglicisms. Anglicisms have further been analysed in terms of adaptation into standard Croatian language on four levels: phonology, morphology, orthography and meaning. The aim of this thesis has been to determine the most frequent word formation processes that occur on Facebook and the way new words adapt into standard Croatian language. The development and increasing frequency of social network usage resulted in a whole new lexical layer which is growing rapidly.

Keywords: word formation processes, neologism, neosemanticism, adaptation of Anglicisms in standard Croatian language, colloquial functional style