

Anglizmi u žargonu poslovnih ljudi, računalnih stručnjaka i mladih

Maretić Sekulić, Ana

Professional thesis / Završni specijalistički

2024

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:131:315383>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-28**



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](#)





Sveučilište u Zagrebu

FILOZOFSKI FAKULTET

Ana Maretić Sekulić

**Anglizmi u žargonu poslovnih ljudi,
računalnih stručnjaka i mladih**

SPECIJALISTIČKI RAD

Zagreb, 2023.



Sveučilište u Zagrebu

FILOZOFSKI FAKULTET

Ana Maretić Sekulić

**Anglizmi u žargonu poslovnih ljudi,
računalnih stručnjaka i mladih**

SPECIJALISTIČKI RAD

Mentor: dr. sc. Kristian Lewis

Zagreb, 2023.

Poslijediplomski sveučilišni specijalistički studij primijenjene kroatistike

Specijalistički rad obranjen je 14. ožujka 2024. godine na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu pred Stručnim povjerenstvom u sastavu:

1. Doc. dr. sc. Igor Marko Gligorić (Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu)
2. Dr. sc. Kristian Lewis, znanstveni savjetnik (Institut za hrvatski jezik)
3. Dr. sc. Ana Ostroški Anić, viša znanstvena suradnica (Institut za hrvatski jezik)

BILJEŠKA O MENTORU

Dr. sc. Kristian Lewis znanstveni je savjetnik na Institutu za hrvatski jezik u Zagrebu. Područja su njegova znanstvenog interesa, među ostalim, hrvatski standardni jezik, normativistika, terminologija, jezično savjetništvo, leksikologija i leksikografija. Suautor je Prvoga školskog rječnika hrvatskoga jezika (2008.), Školskoga rječnika hrvatskoga jezika (2012.), Hrvatskoga pravopisa (2013.) i Prvoga školskog pravopisa hrvatskoga jezika (2016.). Suradivao je i surađuje na više projekata u matičnoj ustanovi, među ostalim na projektima Hrvatsko jezikoslovno nazivlje (JENA), Hrvatski mrežni rječnik – Mrežnik, Religijski pravopis i dr., a sudjelovao je i na međunarodnim projektima Rječnik terminološkoga nazivlja, Terminografska baza podataka TERM_IN, Slavenska terminologija na kraju 20. i na početku 21. stoljeća i Višejezični neološki rječnik. Aktivan je u popularizaciji znanosti. Dvostruki je dobitnik Nagrade Grada Zagreba (2013. i 2021.) i Nagrade Ivan Filipović (2014. i 2017.).

SAŽETAK

U ovom se radu istražuje uporaba anglizama u žargonu poslovnih ljudi, računalnih stručnjaka i mladih. Snažan utjecaj engleskog jezika ogleda se ne samo u brojnim novotvorenim anglizmima u hrvatskom jeziku te preuzimanju engleskih tvorbenih elemenata, već i u preuzimanju engleskih riječi u izvornom obliku, bez prilagođavanja. U velikom broju slučajeva anglizmi se rabe neovisno o tome postoji li prikladan hrvatski naziv ili ne, a pokazuje se da hrvatski nazivi kao ekvivalenti engleskima postoje u gotovo svim slučajevima. Problem je što neprilagođene tvorenice kroz razgovorni jezik i posredstvom medija mogu stići do standardnog hrvatskog jezika, što posljedično može značiti prijetnju za njegovo očuvanje i dugoročnu održivost. Kroz opsežan korpus analiziraju se učestalost i oblici u kojima se anglizmi pojavljuju te se pritom donosi sveobuhvatan raspon uporabe anglizama kroz oprimjeren dnevni žargon poslovnih ljudi, računalnih stručnjaka i mladih. Korpus uključuje primjere iz usmene, ali i iz pisane komunikacije. Istraživanje je pokazalo da sve navedene skupine u svom žargonu preferiraju englesku riječ i anglizam nauštrb hrvatske riječi.

Ključne riječi: anglizmi, žargon, engleske riječi, poslovni ljudi, računalni stručnjaci, mladi, jezično posuđivanje, novotvorenice

EXTENDED ABSTRACT

The paper investigates the use of anglicisms in the jargon of business people, computer experts and young people. The strong influence of the English language is reflected not only in numerous newly created anglicisms in the Croatian language and the adoption of English elements of word formation, but also in the adoption of English words in their original form, without adaptation. We problematize words that are taken from the English language in their original form (influencer, bullying) and adapted or semi-adapted ones (*luzer*, *downloadati*). As a more recent phenomenon, we are also exploring adaptations such as *hejtati* or *bindžanje*. In a large number of cases, anglicisms are used regardless of whether there is a suitable Croatian name or not, and the paper shows that Croatian names as English equivalents exist in almost all cases. The problem is that unadjusted newly formed words can enter the standard Croatian language through colloquial language and the media, which can consequently mean a threat to its preservation and long-term sustainability. Through an extensive corpus, the frequency and forms in which anglicisms appear are analyzed, and at the same time, a comprehensive range of anglicism usage is presented through exemplified daily jargon of business people, computer experts and young people. The corpus includes examples from oral as well as written communication. The analysis establishes that in a large number of cases equivalent terms of Croatian origin do exist but are seldom used, which leads to the conclusion that most equivalents are rarely used in reality and that groups this paper refers to prefer anglicisms over the Croatian lexicon in their jargon.

The goal of this research is to show the current challenges caused by the dynamics of the influx of anglicisms and to contribute to the continuous dialogue about anglicisms that are becoming established in our everyday environment. Additionally, based on examples from the corpus, the paper aims to determine the frequency of use of English words by members of the three mentioned groups and to determine to what extent English words are preferred over Croatian words. Given that we are investigating a specific language variety, we will especially refer to jargon as such.

We start building the paper based on the following hypotheses:

1. English terms often arrive in the Croatian language, which, due to the speed and dynamics with which they appear, are often not fully adapted to our language, therefore inconsistency is seen in this regard.
2. For most of the anglicizations that we analyze, it is possible to offer a Croatian term.
3. Despite the fact that equivalents exist, anglicisms are still used in practice, which indicates that the groups from this study prefer anglicism over the native lexicon.

The structure of the paper consists of two larger units - in the first we provide theoretical knowledge about the topic, and in the second we analyze in depth three selected areas in which we monitor the use of anglicisms and then, as a key contribution, we provide an overall overview of the corpus in alphabetical order. To create the corpus, we chose terms and expressions that we found to be very often used in the daily communication of our research groups, that is, terms that we considered to be accurate or particularly interesting in terms of terminological doubts (this especially applies to terms for which there is no suitable Croatian expression). In addition, we included in the text certain English words that we considered interesting in the context of the topic, that is, English words that we determined that the members of the researched groups use in their jargon or in their daily communication. The fact that many members of the researched groups opt for the English term, even when it is not a recent term, but simply wants to replace the Croatian word with English without a clear background is considered to be particularly indicative in terms of a preference for the English language. We have structured the corpus in such a way that in the first column we present the examined word (anglicism), in the second column the Croatian term for the specified anglicism, i.e. the proposed translation (and where suitable Croatian equivalents do not exist, we state this and where we consider it relevant, we propose our own solution), while in the third column we exemplified the specified anglicism, taking into account the context and ways of expressing that are close to the researched groups. In the third column, we also added a comment wherever we felt that a deeper evaluation was needed and/or that the comment would bring additional value to the analysis.

The extensive corpus consists of various sources: relevant scientific literature, daily media articles, a database of internet sites and forums, as well as content that we got through virtual platforms

and social networks (LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok), classic short text messages within mobile networks (SMS messages) and applications for instant messaging used on smartphones (Viber, WhatsApp). In addition to the above, the material was also collected by recording English words that are used daily in conversational language (in oral as well as written communication).

In the first part of the paper, the globalization is mentioned as a complex phenomenon that has been affecting the contemporary society for a long time, both in the socio-economic, scientific-technological and political context, as well as in the context of communication, language and culture. In the linguistic context, too, it is important to note that homogeneous local communities are more and more a thing of the past, and the new generations feel more and more like citizens of the world. We are more mobile, global contents are more accessible to us, and science and technology are rapidly erasing borders and setting new trends and frameworks. Languages are not immune to ubiquitous globalization either, and figuratively speaking, English is the language of globalization. We know that language is subject to change and that, among other things, language interference certainly plays a role in that change, the end result of which is linguistic borrowing. The Croatian language, like the vast majority of European languages, is heavily influenced by English as the dominant world language, so it is not unusual that this topic constantly causes linguistic controversies. Although loanwords can enrich the language into which they are borrowed and are in some cases good, even necessary solutions, in others they can be unnecessary or even harmful intervention that, in the long run, negatively affects Croatian language. Of particular concern is the fact that anglicisms can enter (and persist) in the Croatian standard language, where they spread primarily thanks to the media. Precisely because language borrowing can be very invasive and taking into account the interest for this topic among Croatian experts who keep discussing the issue of anglicisms, analysing the potential consequences of the (mis)adaptation of English words is today perhaps as important as ever. Knowing that the dynamics and intensity of the influx of anglicisms are such that (completely and correctly) adapting many of them to the Croatian language oftenly isn't manageable in a short period of time, and also keeping in mind that the groups investigated in this paper mostly use English words in the form in which they are found in the original language, deeper understanding of the jargon itself becomes even more important. Specific groups that are subject to investigation were chosen because a preliminary analysis led to

the conclusion that the use of anglicisms is particularly spread among their members and at the same time, these are the groups that are very inclined to use jargon in daily communication.

In an attempt to define the jargon, we must firstly investigate the characteristics of jargon and the relationship between jargon and the standard Croatian language. Jargon and standard language coexist and their relationship is quite complex. Due to the fact that it is sometimes difficult to draw a sharp line in distinguishing the dialectisms, colloquialisms and regionalisms (which belong to standard Croatian language) from the jargon (which does not), defining the jargon isn't easy. However, based on the analysis and the relevant scientific insights, all of the definitions mention the terms *social group*, *special language*, *narrow circle of interest*, *spontaneous*, *differentiation*, *belonging*. This serves as a basis for conclusion that the jargon would be a specific language used by members of the same group to communicate among themselves, which they utilize also as a tool for self-actualization, identification with the group, and confirmation of one's own social status. It is an instrument for those who use it to achieve a sense of belonging and affirmation, but also to distinguish themselves from the rest of the society.

Going further, the paper analyses the word formation processes when it comes to jargon. In Croatian linguistics, there is a fairly wide range of different definitions when it comes to types and typologies of word formation processes, and jargon is considered an additionally complex category. However, it can be concluded that the most common types of word formation processes in Croatian jargon are as follows: suffixation, clipping or shortening, blending, metaphor and linguistic borrowing. Given the focus on anglicisms, in the context of the paper linguistic borrowing has the biggest significance.

Before presenting the corpus, each of the investigated group is described and analysed in more detail. Even though business people, as well as computer experts and young people each have their own characteristics, there is a lot of factors that connect them mutually. In a large number of cases these are people who (regardless of their age) see themselves as urban, who maintain that they have open views and who want to fit into the image of a modern cosmopolitans. They are digitally savvy in almost all cases and in whichever the way, English is the language of their daily communication. They often travel, get used to diversity, and are heavily exposed to the English.

Due to the context of the globalized world, which is changing faster and more intense than ever before, English language imposes itself as a language that "everyone understands", as a modern language that connects people everywhere in the world. Members of the investigated groups don't just see it as popular, they see it as a better and superior language, a language with which one can say what they cannot say with Croatian. Much of this has its roots in the global influence and dominance of the English language seen through the media and the entertainment industry, consumed equally by all of the groups herewith analysed. This is the main thought with which the theoretical part of the paper is concluded. Anglicisms are seen as a mass phenomenon in Croatian language, reflected in many segments and layers of society and in almost all industries, especially in the media.

Keywords: anglicisms, jargon, English words, business people, computer experts, young people, language borrowing, neologisms

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Obrazloženje teme.....	1
1.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja.....	2
1.3. Metodologija	3
2. O ŽARGONU	5
2.1. Značajke žargona i odnos žargona i standardnog hrvatskog jezika	5
2.2. Tvorba žargonizama.....	10
2.2.1. Sufiksalna tvorba	11
2.2.2. Skraćivanje riječi	13
2.2.3. Stapanje.....	14
2.2.4. Metafora.....	17
2.2.5. Preuzimanje i modificiranje stranih riječi.....	17
3. O SKUPINAMA IZ ISTRAŽIVANJA.....	19
3.1. O poslovnim ljudima.....	19
3.2. O računalnim stručnjacima.....	20
3.3. O mladima.....	21
4. ANGLIZMI I DRUŠTVO OKO NAS	22
5. KORPUS I ANALIZA	27
6. ZAKLJUČAK	94
7. LITERATURA I IZVORI.....	96
8. ŽIVOTOPIS	98

1. UVOD

Granice moga jezika jesu granice moga svijeta.

Ludwig Wittgenstein

1.1. Obrazloženje teme

Svijet se danas mijenja brže nego ikada prije. Globalizacija kao složen fenomen već dugo utječe na suvremeno društvo, kako u socio-ekonomskom, znanstveno-tehnološkom i političkom kontekstu, tako i u kontekstu komunikacije, jezika i kulture. Homogene lokalne zajednice sve su više stvar nekih prošlih vremena, a nove se generacije sve više osjećaju građanima svijeta. Mobilniji smo, globalni su nam sadržaji dostupniji, a znanost i tehnologija velikom brzinom brišu granice i postavljaju nove trendove i okvire. Ni jezik (ili pogotovo jezik) nije imun na sveprisutnu globalizaciju, a figurativno rečeno engleski je *jezik globalizacije*. S obzirom na to da je engleski jezik primjetan u gotovo svim aspektima naše svakodnevice, i u hrvatsko društvo pristižu stalno novi anglizmi u različitim oblicima koji ne prestaju intrigirati istraživače. Znamo da je jezik podložan promjeni i da ulogu u toj promjeni, između ostaloga, svakako ima jezična interferencija čiji je krajnji ishod jezično posuđivanje. Hrvatski je jezik, kao i velika većina europskih jezika, pod velikim utjecajem engleskoga kao dominantnoga svjetskog jezika, stoga i nije neobično da ta tema neprestano iznova izaziva lingvističke prijepore. Iako posuđenice mogu obogatiti jezik u koji se posuđuju te su u nekim slučajevima dobra, čak i nužna rješenja, u drugima opet mogu predstavljati nepotreban ili čak štetan zahvat koji, dugoročno gledano, hrvatskom jeziku šteti. Posebnu zabrinutost izaziva činjenica da bi anglizmi mogli prodrijeti (i zadržati se) u hrvatskome standardnomu jeziku, kamo se šire ponajprije zahvaljujući medijima. Baš zbog toga što jezično posuđivanje može biti vrlo invazivno i uzimajući u obzir aktualnost ove teme među hrvatskim stručnjacima koji kontinuirano raspravljaju o pitanju anglizama, danas je možda važnije nego ikad povesti računa o (ne)prilagodbi engleskih riječi. Ovim ćemo se radom pokušati sustavno pozabaviti temom, počevši od uvodnog određenja žargona, preko posuđenica i anglizama pa sve do neologizama digitalnoga doba. Budući da su dinamika i intenzitet priljeva anglizama takvi da

mnoge od njih ne stižemo ili ne uspijevamo prilagoditi našem jeziku, tema se anglizama smatra izuzetno aktualnom i znanstveno relevantnom. U nadi da ćemo pridonijeti sveobuhvatnoj jezičnoj analizi te odgovoriti na pitanje jesu li anglizmi „štetni“ i je li ih (i kada) opravdano upotrebljavati, tom će se temom baviti i ovaj rad, i to kroz tri odabrane kategorije: računalnu, poslovnu i kategoriju mladih. Ova su tri područja odabrana jer smo preliminarnom analizom došli do zaključka da upravo u njima uporaba anglizama dolazi najviše do izražaja, a ujedno su to i skupine koje su vrlo sklone uporabi žargona u dnevnoj komunikaciji, što nam je u radu od velikoga interesa. Danas, kada u razgovornom stilu hrvatskoga jezika primjećujemo nebrojene varijacije i izvedenice nastale od engleskih riječi, pri čemu je komunikacija putem digitalnih kanala osobito kreativna i zanimljiva, vrijedno je okrenuti se dubljoj analizi žargona. Gledajući nekoliko desetljeća unatrag, nećemo pogriješiti ako konstatiramo da se pojavom interneta kao najutjecajnijeg medija današnjice, posebice društvenih mreža, jezično izražavanje uvelike promijenilo, a žargonizmi u svjetlu anglizama poprimili nove oblike. Skupine iz našeg istraživanja engleske riječi mahom upotrebljavaju u obliku u kojem ih nalaze u izvornom jeziku. Koliko je to korisno ili štetno, je li nam engleski jezik zaista prijetnja te treba li galopirajuće anglizme u žargonu pod svaku cijenu mijenjati hrvatskim ekvivalentima, neka su od pitanja na koja će ovaj rad pokušati odgovoriti.

1.2. Ciljevi i hipoteze istraživanja

U nadi da ćemo proširiti postojeće spoznaje te dati dodatnu vrijednost suvremenim istraživanjima, u radu dublje analiziramo često upotrebljavane anglizme u hrvatskome žargonu i to primarno u tri područja: računalnome, poslovnome i u domeni mladih. Cilj je ovoga istraživanja prikazati aktualne izazove koje uzrokuje dinamika priljeva anglizama te pridonijeti kontinuiranom dijalogu o anglizmima koji se ustaljuju u našem svakodnevnom okružju. Dodatno, na temelju primjera iz korpusa, radom se želi utvrditi učestalost uporabe anglizama kod pripadnika triju spomenutih skupina te utvrditi u kojoj se mjeri prednost daje anglizmima nad hrvatskim riječima. S obzirom na to da istražujemo specifičan jezični varijetet, posebno ćemo se u radu osvrnuti na žargon kao takav.

U radu polazimo od sljedećih hipoteza:

1. U hrvatski jezik učestalo pristižu engleski termini koji se, zbog brzine i dinamike kojom se javljaju, često ne prilagođavaju u potpunosti našem jeziku, stoga na tom planu vlada neusustavljenost i neusklađenost.
2. Za većinu anglizama koje analiziramo moguće je ponuditi hrvatski naziv odnosno istovrijednicu.
3. Unatoč tomu što istovrijednice postoje, u praksi se i dalje upotrebljavaju anglizmi, što upućuje na to da skupine iz ovog istraživanja preferiraju anglizam u odnosu na domaći leksik.

1.3. Metodologija

Strukturu rada čine dvije veće cjeline – u prvoj dajemo teorijske spoznaje o temi, a u drugoj dublje analiziramo tri odabrana područja u kojima pratimo uporabu anglizama te zatim, kao ključni prilog, dajemo sveukupni pregled korpusa abecednim redom. Za izradu korpusa birali smo termine i izraze za koje smo utvrdili da se vrlo često rabe u dnevnoj komunikaciji naših istraživanih skupina, dakle termine koje smo smatrali aktualnima ili pak zanimljivima u smislu terminoloških dvojbi (posebice se to odnosi na termine za koje ne postoji prikladan hrvatski izraz). Dodatno, u građu smo uključili i određene engleske riječi koje smo smatrali posebno zanimljivima u kontekstu rada, odnosno engleske riječi za koje smo utvrdili da ih pripadnici istraživanih skupina rabe u svojem žargonu ili u dnevnoj komunikaciji. Činjenicu da se mnogi pripadnici istraživanih skupina odlučuju za engleski termin čak i onda kada se ne radi ni o kakvom novijem izrazu, već se jednostavno želi hrvatsku riječ zamijeniti engleskom bez jasne pozadine ili reda (umjesto iscrpljujuće kaže se *exhausting*; umjesto vikendica kaže se *weekend house*; umjesto piće kaže se *drink*) smatramo posebno indikativnom u smislu sklonosti ka engleskom jeziku, stoga, ne bismo li doprinijeli boljem razumijevanju fenomena, neke smo situacije pokušali oprimjeriti i na taj način. Korpus smo strukturirali tako da u prvoj koloni donosimo ispitivanu riječ (anglizam), u drugoj koloni hrvatski termin za specificirani anglizam, odnosno predloženi prijevod (a ondje gdje prikladni hrvatski ekvivalenti ne postoje, to i navodimo te ondje gdje to smatramo relevantnim, predlažemo vlastito rješenje), dok smo u trećoj koloni specificirani anglizam oprimjerali, vodeći se prije svega kontekstom i načinom izražavanja

koji su bliski istraživanim skupinama. U trećoj smo koloni također dodali komentar gdje god smo smatrali da je potrebna dublja evaluacija i/ili da će komentar donijeti dodatnu vrijednost analizi.

Opsežan korpus čine različiti izvori: relevantna znanstvena literatura, dnevni medijski napisi, baza internetskih stranica i foruma kao i sadržaji do kojih smo došli putem virtualnih platformi i društvenih mreža (LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, TikTok), klasičnih kratkih tekstualnih poruka unutar mobilnih mreža (SMS poruke) te aplikacija za trenutnu razmjenu poruka korištenih na pametnim telefonima (Viber, WhatsApp).¹ Osim navedenoga, građa je prikupljena i bilježenjem anglicizama koji se svakodnevno upotrebljavaju u razgovornom jeziku (u usmenoj, ali i pisanoj komunikaciji). S obzirom na navedenu raširenost upotrebe žargonskih posuđenica, najvažniji nam je zadatak istražiti postoje li u našem jeziku prikladne zamjene za njih. Unutar korpusa problematiziramo riječi koje se iz engleskoga jezika preuzimaju u izvornom obliku (*influencer, bullying*) i one prilagođene ili poluprilagođene (*luzer, downloadati*). Gdje smatramo da ne postoji prikladna zamjena za postojeći anglicizam, predlažemo vlastito rješenje koje smatramo prihvatljivom alternativom ili utvrđujemo opravdanost upotrebe određenih oblika anglicizama.² Kao noviji fenomen istražujemo i tvorenice poput *hejtati* ili *bindžanje* koje se (još) nisu udomaćile jer upravo takvi hibridi i leksičke inovacije pokazuju polovične pokušaje prilagođavanja hrvatskom jeziku, pri čemu se nije moguće odmaknuti od domene kolokvijalnog jezika. Tvorenice novijeg datuma mahom koristi mlađa populacija, stoga ne čudi da one i bez primjerenog prilagođavanja s lakoćom nalaze svoje mjesto u svakodnevnoj komunikaciji. Korpusnom analizom utvrđuje se da u velikom broju slučajeva zamjenski termini u našem jeziku postoje, no da se rijetko upotrebljavaju, što upućuje na zaključak da većina zamjenskih termina ispitivanim skupinama ili nije dovoljno atraktivna ili nije u praksi zaživjela, odnosno da skupine iz ovog istraživanja prednost daju engleskim nad hrvatskim riječima.

¹ Usredotočili smo se na mnogobrojne dostupne virtualne izvore jer oni nude primjere neformalne komunikacije koja nam je u kontekstu rada vrlo zanimljiva.

² Iz prikupljenog korpusa izdvajaju se oni termini za koje možemo utvrditi da se često rabe kao prvi izbor u svakodnevnom govoru pripadnika određenih skupina koje smo odlučili proučavati, pri čemu se vodi računa o aktualnosti i specifičnosti izraza.

2. O ŽARGONU

2.1. Značajke žargona i odnos žargona i standardnog hrvatskog jezika

Žargon i standardni jezik supostoje i njihov je međuodnos prilično složen. Priljev novih riječi u hrvatski jezik, koji je između ostalog zasigurno posljedica i sve dinamičnijeg i užurbanijeg (u neku ruku digitalnog) načina života i rastuće društvene težnje za što bržom (instantnom)³ komunikacijom, radi svoje prirode najviše *osjeća* upravo žargon. Pri tomu su opet ključne mlađe generacije koje su „ambasadori“ promjena – kako socio-kulturnih, tako i tehnoloških i komunikacijskih – zato ne treba čuditi da je žargon (mladih) toliko plodno tlo za rađanje novih anglizama. Zahvaljujući tomu što je jasnu granicu ponekad teško povući, nije lako ni točno definirati žargon. Prema određenju koje su dale Anita Skelin-Horvat i Vesna Muhvić-Dimanovski „žargoni se definiraju kao govori pojedinih skupina koje mogu biti međusobno povezane dobi, zanimanjem, ili na neki drugi način“ (Skelin-Horvat i Muhvić-Dimanovski, 2010: 337).⁴ Vladimir Anić pak u svojem *Velikom rječniku hrvatskog jezika* žargon definira kao „govor šireg socijalnog kruga karakteriziran izrazima, značenjima i sintagmama koji ne pripadaju standardu i normi; podložan je pomodnosti, konkretizaciji i pojednostavljivanju“ te kao „govor užeg profesionalnog kruga, uvriježeni jezik određene struke koji se spontano razvio neovisno o službenom nazivlju, osobit po tome što je riječima preuzetim iz govornog jezika pridodao nova značenja koja često nisu razumljiva onima izvan struke“⁵ (Anić, 2004: 1858). Milica Mihaljević žargon vidi kao „specijalni jezik pojedine socijalne skupine. Takav jezik stvara skupina statusno, stručno ili kako drukčije povezanih ljudi da bi se njime razlikovala od ostatka društvene zajednice i da bi se njezini pripadnici međusobno prepoznavali.“ (Mihaljević, 2015: 115) Vidimo da postoje različita određenja, ali jasno se može uočiti da svi autori spominju pripadnost skupini. Žargon je dakle onima koji ga upotrebljavaju instrument postizanja osjećaja pripadnosti, afirmacije, identifikacije i komunikacije s grupom. Ali ne samo to: pripadnici grupe njime se

³ Implikacije tzv. instantne komunikacije mogu se primijetiti na društvu u cjelini: vijesti o ljudima i događajima danas putuju i šire se brzinom svjetlosti, fotografije se razmjenjuju praktički već u trenutku nastajanja, a fraza „što nije objavljeno, nije se dogodilo“ već je dugo moto globalnog sela.

⁴ Postoje i drugi termini koji se u stručnim člancima naizmjenice upotrebljavaju, kao što su *sleng*, *argot*, *šatrovački*, ali mi ćemo se za potrebe ovoga rada fokusirati primarno na izraz *žargon*.

⁵ Ova je definicija zanimljiva jer osim na društvene grupe, fokus stavlja i na profesionalne krugove i žargone unutar različitih struka. Nekima se od njih bavimo i u ovom radu.

služe da bi se izdvojili od ostatka društva, ne želeći da drugi razumiju njihov, recimo to tako, šifrirani govor. To im daje na važnosti i na autentičnosti, a usto je i zabavno. Gledajući širu sliku, moglo bi se reći da upotreba žargona osigurava društveni status – pandan statusnom simbolu, ali nipošto ne u materijalnom smislu. Tomislav Sabljak, koji na žargon (a posebice na šatrovački govor, na što ćemo se dalje u radu osvrnuti) ima jedan vrlo zanimljiv pogled, ukazuje međutim na sljedeće: iako gotovo sva određenja žargona koja u literaturi možemo pronaći navode na ovaj ili onaj način pripadnost određenoj skupini ili grupi, ta je (potpuna) pripadnost grupi iz suvremenog kuta gledanja prilično problematična odnosno diskutabilna zato što živimo u svijetu u kojem su globalizacijski utjecaji previše snažni i jednostavno ih je previše – teško da danas ikoja grupa može ostati potpuno zatvorenom i očuvati svoj vlastiti govor do te mjere homogenim da se on, uslijed utjecaja kojima smo izloženi, ne bi miješao s drugima (Sabljak, 2001: 27)⁶. No čak i ako se vratimo desetljećima unatrag, sličan se „problem“ pokazuje na djelu, samo u manjoj mjeri i drukčijem kontekstu. Iako su nastojali i tomu naravno težili, žargoni ni onda nisu uspijevali ostati potpuno zatvorenima. Govoreći o zagrebačkome žargonu koji je oduvijek bio kvartovski uvjetovan, Sabljak kaže da se „različite grupe koje su oduvijek stvarale na području jednog megalopolisa vlastiti tip govora nisu mogle tako zatvoriti i odijeliti da dio jezične mase ne bi iz njihove skupine prešao u neku drugu ili da se u njihovoj grupi kao određenoj govornoj organizaciji ne bi našle riječi iz njima posve suprotnih i suparničkih grupa“ (Sabljak, 2013: 9). Govori se naprosto prožimaju, posebice onda kada se za to stvore prilike i uvjeti. Iako danas zaokuplja pažnju istraživača, nekad nije postojalo puno interesa za proučavanjem žargona. Ranko Bugarski smatra sljedeće: „Pod utjecajem raširenih stereotipa o žargonu kao drugorazrednom, pa čak i bezvrijednom jezičnom fenomenu, jednim je dijelom proizašla činjenica da dosad nije postojala tendencija ozbiljnijega znanstvenog proučavanja žargona, prije svega teorijskoga problematiziranja samoga pojma žargona.“ (Bugarski, 2003: 13–14) Pretpostavlja se da zbog toga što u jezik ulaze brzo, a mnogi od njih brzo padaju i u zaborav, ne postoji velik broj rječnika žargonizama. Oni koji imaju ambiciju da pokušaju takav rječnik sastaviti, već se u početku susreću s problemom „pravilnog“ ili bolje rečeno preciznog odabira građe jer žargonizmi

⁶ Već ako pogledamo skupine iz našeg istraživanja, vidimo da se ta teza potvrđuje. Dio žargona mladih zasigurno upotrebljavaju i računalni stručnjaci (što zbog toga što mnogi od njih pripadaju mlađim generacijama, što zbog toga što su mnogi žargonizmi univerzalni u smislu da na neki način odražavaju stil života i vrijednosti s kojima se obje ove skupine mogu poistovjetiti). Isto tako, suvremeni poslovni ljudi nerijetko upotrebljavaju žargonizme koje bi primarno bilo logično svesti pod sferu računarstva budući da se u svome poslu nerijetko susreću s pojmovima vezanima za digitalno poslovanje, pogotovo oni koji rade u uredima i dnevno koriste računala.

fluktuiraju i mijenjaju značenje pa je puna aktualnost takvog rječnika dugoročno upitna (primjerice, nekada je izraz *klinka* označavao „uličnu djevojku, prostitutku“, dok danas ima potpuno drugo značenje i odnosi se na „malu djevojčicu“).⁷ U tom je smislu vjerojatno presudna činjenica da se – kako kaže Muhvić-Dimanovski – radi o govorenomu jeziku⁸, no zasigurno i zbog težine određivanja jasnih kriterija, kao i s obzirom na specifičan način sastavljanja takvih rječnika („oslušivanje“ ulice, zapisivanje, bilježenje), neki od dostupnih rječnika nemaju veliki korpus, drugi su pak teže dostupni (pretpostavlja se da značajniji korpusi žargonizama postoje, ali u individualnim izradama), pa se za potrebe ovoga rada koristimo ponajviše *Rječnikom hrvatskoga žargona* u autorstvu spomenutog Tomislava Sabljaka kao možda najrelevantnijim i daleko najobuhvatnijim djelom⁹, ali nam je (uz drugu literaturu) od velike koristi i vrlo nedavno objavljen *Rječnik novinarskoga žargona*.¹⁰

Kako onda opisati odnos između žargona i standardnog jezika? Stručnjaci se slažu u tome da žargon ne pripada standardnomu jeziku, iako je kao razgovorni nestandardni varijetet dijelom hrvatskoga jezika kao takvoga. Najjednostavnije rečeno, standardni jezik treba se upotrebljavati u svakoj službenoj odnosno formalnoj komunikaciji, dok se žargon kao neformalni govor u takvoj komunikaciji treba izbjegavati. Često nije dovoljno jasno, kako je svojevremeno u razgovoru za Tportal pojasnila Lana Hudeček, što je to stručno žargonsko, a što standardnojezično nazivlje te kada treba upotrebljavati jedno, a kada drugo (imajmo na umu da i žargon i standardni jezik podrazumijevaju različite stilove). Osviještenost je u tom smislu kod nas prilično niska, zato na tome treba sustavno raditi. Ali krenimo otpočetak, ako je uopće moguće definirati začetak žargona u našem jeziku. Ako pitamo Tomislava Sabljaka, onda o žargonu nije moguće govoriti, a da ne spomenemo šatrovački govor. Jedno bez drugog ne ide, smatra on, iako jasnu distinkciju zapravo nije moguće napraviti, i koliko god da je šatrovački govor dio žargona pa je time i mnogo uži pojam od žargona u cjelini, za Sabljaka upravo izraz *šatrovački* od svih „na najbolji mogući način determinira jezičnu masu govora različitih, zasebnih

⁷ Prema vrijednoj studiji Josipa Hamma iz 1939.

⁸ Ovu činjenicu – da kad govorimo o žargonu govorimo samo o usmenoj komunikaciji – naglašavaju i drugi autori. Imajući u vidu upravo današnje generacije mladih, možda se trebamo pitati je li još uvijek tako? Njihova komunikacija u kojoj su virtualne platforme i aplikacije za dopisivanje neizostavne, tomu ne ide u prilog.

⁹ O tomu svjedoči i podatak da je Sabljakovo prvo izdanje objavljeno još 1981., a drugo dopunjeno izdanje 2001. Godine 2013. pak objavljeno je novo prošireno i izmijenjeno izdanje koje je plod višedesetljetnoga rada. Sve ovo dopušta nam da mnogim specifičnostima vezanima uz izradu rječnika žargona pribrojimo još jednu: sociolingvističku kompetenciju autora i širinu njegova znanja, posebice u odnosu na lokalni i regionalni karakter pojedinih žargonizama.

¹⁰ Priručnik je tim važniji jer mediji, vjerojatno više od ijedne druge grane, utječu na masovnije usvajanje obrazaca ponašanja i komunikacije.

grupa“ (Sabljak, 2013: 5). Porijeklo izraza *šatrovački* dolazi od riječi šator i vezuje se uz govor koji su u davnja vremena pod šatorima stvarali Romi, sve kako bi se distancirali od drugih poznatih vrsta govora i kako pripadnici nijedne druge grupe ne bi mogli razumjeti njihovu tajnu komunikaciju. Kasnije se pak ovaj izraz počinje odnositi na poseban govor svake takve skupine koja namjerno odudara od standardnojezičnog govora.¹¹ Žargon se kroz desetljeća neprestano mijenja i obogaćuje jer mu je priroda takva: trenutak u kojem bi se pojavila realna „opasnost“ da bi „oni drugi“ mogli prozreti „što mi to kazujemo“ značio je da je vrijeme za nove kreacije i maštovite dosjetke. Prema Sabljaku, bogatstvo toga leksika – premda često (nepravедno) podcijenjeno¹² – zapravo je golemo, a s njime povezana idiomatska frazeologija fascinantna. Nakon poratne industrijalizacije, objašnjava on, žargon očekivano uzima zalet među gradskom mladeži i tu su zapravo začetci zagrebačkog šatrovačkog govora koji – nije pretjerano reći – živi sve do današnjeg vremena. Ne u istom obliku, naravno, jer svaka nova generacija ima svoje specifičnosti koje ih razlikuju od onih prethodnih: svoj doživljaj društveno-političkih zbivanja, svoju perspektivu, napose svoj svjetonazor. To je možda i glavni razlog zašto žargonizmi dosta brzo zastarijevaju i mnogi među njima nisu dugoga vijeka. „U mnogo su slučajeva“, kako ističe Muhvić-Dimanovski, žargonizmi „čvrsto povezani s jednom generacijom, poznati su samo njoj i samo ih ta generacija upotrebljava u nekome razdoblju. Istodobno ti isti izrazi neće biti poznati nekoj drugoj generaciji, bit će, dakle, svojina jednoga relativno uska kruga govornika.“ (Muhvić-Dimanovski, 2002: 75) Kuzmanović (1970) pak ističe njihov pomodarski karakter, što je posebice primjenjivo na mlade. Kad se pojave, nove su riječi zanimljive i rado upotrebljavane, međutim to uopće ne jamči bilo kakav kontinuitet ili trajnost. Moguće je (i puno je puta viđeno) da nekoć vrlo popularni žargonizmi iščeznu pred bujicom novih riječi koje se stvaraju. No posebna je vrijednost pa i jezično bogatstvo – a o tomu se prema Sabljaku ne govori ni približno dovoljno – kada neke među tim maštovito skrojenim riječima opstanu u jeziku, zadrže se

¹¹ Već se s prvim analizama žargona odnosno šatrovačkog govora u drugoj polovici 20. stoljeća nastojalo odrediti razne podgrupe ili podstilove toga izričaja pa se tako u literaturi tog doba primarno spominju marginalne društvene skupine poput delikvenata i kriminalaca. Uz njih, spominje se i govor srednjoškolaca i studenata (dakle žargon se oduvijek veže uz populaciju mladih) kao primjerice i govor unutar glazbenih krugova. Prva su dakle određenja žargona nosila uglavnom negativne konotacije spram predmetnih grupa i ako ih nisu shvaćala nužno marginalnima, definitivno su im pridavala barem alternativni predznak.

¹² Neusporedivo s osvrtima većine drugih autora koji se bave ili su se kroz povijest bavili žargonizmima, Sabljak tvrdi sljedeće: „Oduvijek je šatrovački bio stvaralački napor pojedinaca ili skupine u cjelini da se obogati standardni jezik, a ne samo da se od njega pojedinac ili grupa kao cjelina udalji ... je i to ... pokušaj revolucioniranja jezika uopće ... standardnim riječima daju posve nova značenja, a njihovo simboličko, metaforičko, ideogramsko i šifrirano izražavanje iz temelja uzburkava sve jezične razine...“ (Sabljak, 2013: 7).

desetljećima, a možda i trajno te na koncu postanu i dijelom standardnog jezika. Teško da se u ovome kontekstu može „preskočiti“ Josipa Hamma i njegovu studiju *Dvije tri o govoru zagrebačkih srednjoškolaca*, koju je proveo još davne 1939.¹³ Kad uzmemo u obzir sve dosad navedeno, onda treba priznati da je iz te studije moguće izvući neke fascinantne zaključke, prije svega to da žargonizmi mogu ostati dijelom govora gotovo 85 godina! Spomenimo samo neke od riječi koje je popisao Hamm, a koje su „preživjele“ dva rata pa ih se u hrvatskome govoru i danas može čuti: *lova* (novac), *drot* (policajac), *finta* (varka, sitno lukavstvo, trik), *labrnja* (usta). Poslije su (desetljećima kasnije) u odnosu na Hammov rad provedena istraživanja kojima se željela ispitati aktualnost žargonizama koje je zabilježio i rezultatima je potvrđeno da je više od polovice izraza nakon tridesetak godina gotovo potpuno izašlo iz upotrebe (dakle moglo bi se reći da ih ona sljedeća generacija nije razumjela). Općenito gledajući iz suvremenoga trenutka, tu su se pokazale dvije karakteristike žargona, i to proturječne: prolaznost, promjenjivost i varijabilnost žargona, kao i izdržljivost i otpornost žargona te njegova sposobnost da se „uvuče“ ne samo u razgovorni stil standardnoga jezika (*štreber*) već i u standardni jezik kao njegov sastavni dio (*šalabahter*). Pri svakoj dubljoj analizi žargona i njegova odnosa sa standardnim jezikom, valjalo bi te obje karakteristike imati na umu. Naš je jezik slojevit, a žargonizme – kako primjećuje Bugarski – možemo naći zapravo u svim tipovima raslojavanja jezika – socijalnom, funkcionalnom i teritorijalnom. Puno je u žargonu lokalizama i regionalizama (možda su među njima najzastupljeniji ili bolje reći najizraženiji zagrebački ili splitski)¹⁴, a isto je tako puno posuđenica iz stranoga jezika (u ovome se radu naglasak stavlja na riječi koje posuđujemo iz engleskog). Također – što ne treba čuditi s obzirom na već spomenute globalizacijske utjecaje – i u nas se (rapidno!) javljaju mnoge novotvorenice ili neologizmi koji u posljednje vrijeme zaokupljaju pažnju stručnjaka i opće javnosti. Vrijedi stoga utvrditi kako točno žargonizmi nastaju odnosno kako se tvore jer je razvidno da na taj jezični fenomen u velikoj mjeri utječu zapravo izvanjezični čimbenici, a ovo ćemo potpoglavlje zaključiti našom radnom definicijom žargona s obzirom na sve analizirane izvore: Žargon bi bio specifičan jezik kojim komuniciraju

¹³ Pripada u prve pisane radove na temu žargona u nas. Kao začetnik analiza u ovome pravcu, Hamm je priredio za ono vrijeme značajan fundus od stotinjak šatrovačkih izraza koje je upotrebljavala urbana mladež. Danas se vrijednost ove studije ogleda jednako toliko (ako ne i više) u sociološkom nego u lingvističkom doprinosu.

¹⁴ Velika će se većina autora složiti da se žargonizmi najčešće povezuju s urbanim sredinama pa bi onda bilo ispravno reći da žargon spada pod urbanolekt, iako je urbanolekt govor grada u puno širem smislu.

pripadnici iste grupe koji im služi i kao alat za sporazumijevanje, ali i kao alat za samoaktualizaciju, identificiranje s grupom te potvrđivanje vlastitog društvenog statusa.

2.2. Tvorba žargonizama

Tvorba se riječi smatra „živom, pokretačkom snagom jezika“ (Kuna 2006: 165) – proces je to koji, moglo bi se reći, „oživljava“ riječi – stoga će biti vrijedno pobliže se upoznati s načinima na koje naše žargonske riječi nastaju. U hrvatskom jezikoslovlju postoji prilično širok raspon različitih određenja kad se radi o vrstama i načinima odnosno tipologiji tvorbenih postupaka, a žargon se k tomu smatra dodatno složenom kategorijom. Za potrebe ovoga rada pokušat ćemo se držati najčešćih određenja u kojima se slažu relevantni izvori, iako treba reći da čak i danas postoji vrlo malen broj radova koji se uopće bavi tvorbom žargonizama – ako su žargonizmi tema kojega znanstvenoga istraživanja, onda je to najčešće na razini leksika.¹⁵

Uvodno, dajemo definiciju tvorbe riječi koju je formulirao Stjepan Babić: „Pod tvorbom riječi podrazumijeva se jezična pojava kojom na osnovi dosadašnjega rječničkog blaga nastaju nove riječi, ali i jezikoslovna disciplina koja proučava načine, obrasce i tipove postanka novih riječi“ (Babić, 2002: 2), a zatim ćemo dalje u radu s obzirom na konzultiranu literaturu nastojati popisati i kratko razložiti osnovne modele prema kojima se u nas tvore žargonizmi.

Teorijskim pregledom – ali i temeljem opsežnoga korpusa koji je sastavni dio ovog rada – opravdano bi bilo reći da su u tvorbi žargonizama, koja je sama po sebi vrlo specifična, ovo temeljni odnosno najplodniji postupci: sufiksalna tvorba, skraćivanje, stapanje i metafora. Tomu dakako pribrajamo posuđivanje i preuzimanje stranih riječi (napose anglizama) kao postupak tvorbe žargonizama koji u kontekstu ovoga rada ima daleko najveće značenje.

¹⁵ Razloge tomu treba tražiti u već spomenutom odnosu prema žargonu: jer se kroz ranija desetljeća na njega većinom gledalo kao na „niži“ oblik komunikacije „rezerviran“ za marginalne skupine; ljude slabijeg obrazovanja; delikvente i kriminalni milje ili sve u svemu za pripadnike nižih društvenih slojeva, među jezičnim stručnjacima nije postojao veliki interes za dubljim i sustavnim proučavanjem žargona.

2.2.1. Sufiksalna tvorba

Sufiksalna je tvorba najčešći tvorbeni mehanizam u hrvatskome jeziku, a indikativno je da zauzima istaknuto mjesto i u tvorbi žargonizama. To je tvorbeni mehanizam u kojemu se iza osnove jedne riječi dodaje tvorbeni nastavak odnosno sufiks.¹⁶ Iako nosi „titulu“ jednoga od najplodnijih tvorbenih mehanizama u hrvatskome jeziku, napomenimo da je za sufiks karakteristično to da ne može tvoriti semantičku jezgru riječi, već samo modificirati leksičko značenje osnovne riječi. Klasificirajući sufikse u žargonu, Bugarski razlikuje dvije vrste: žargonske i žargonizirane. Žargonski sufiksi po njemu su gotovo isključivo funkcionalni samo u žargonu (u standardnom jeziku nisu plodni), a takvi su npr. sufiksi *-iška* (*superiška, džemperiška*), *-oš* (*studoš, brucoš*), *-aroš* (*žicaroš, cajkaroš*)¹⁷ *-ijaner* (*partijaner, celzijaner*), *-otka* (*razvaljotka, spaljotka*), *-os* (*narkos, alkos*) i slični. Žargonizirani su pak sufiksi (bili ili jesu) plodni u standardnome jeziku, ali su uslijed specifičnog i kreativnog načina tvorbe u žargonu ostvarili nove oblike plodnosti. Bugarski za njih kaže da „u velikom broju ekspresivnih i posebno žargonskih riječi i sami postaju nositelji specifične žargonske obojenosti“ (Bugarski, 2006: 44). Takvi su recimo sufiksi: *-a* (*depra, preza*), *-ac* (*minimalac, benzinac, primitivac*), *-ak* (*finjak, kožnjak, grupnjak*)¹⁸, *-aš* (*dizelaš, kvizaš*), *-er* (*kroner, hejter*), *-ić* (*hardić, mobić, smajlić*)¹⁹, *-ač* (*restač, diskač, kompač*) ili *-ka* (*fotka, repka, totalka*). Drugi među sufiksima koji su plodni u sufiksnoj tvorbi imenica, kako u knjizi *Od računalnoga žargona do računalnoga nazivlja* navode Halonja i Mihaljević, jesu primjerice i nastavci: *-ačina* (*sprdačina, pucačina*), *-ca* (*mp3ca*), *-ček* (*monitorček*), *-ek* (*radek* od programa ATI Radeon), *-ica/ice* (*matroxica, jordanice*), *-inje* (*rastlinje, kablovinje*), *-jača* (*nagradnjača, pijača, matičnjača*), *-lica* (*pržilica, drobilica*) ili *-ulja* (*grafulja*). Spomenimo na kraju još dva zanimljiva sufiksa koji se rabe u tvorbi žargonskih imenica: *-uša* (*forvarduša, sponzoruša*) i *-izacija* (*apartmanizacija, resortizacija*). Imenice sa sufiksom *-uša* izvode se od imenica, pridjeva i glagola različitih značenja te je kod njih razvidna prilična stilska obojenost, posebice ako govorimo o novotvorenicama (*frikuša,*

¹⁶ Budući da ga se često poistovjećuje s gramatičkim nastavkom, ovdje treba reći da se nastavcima izražava gramatičko (više oblika iste riječi), a sufiksima tvorbeno značenje riječi (od jedne riječi dobivaju se nove).

¹⁷ Ovakve se izvedenice smatra stilski posebno osebujnima.

¹⁸ Ovdje je na djelu jezična pojava koju zovemo univerbizacijom, a označava izvođenje naziva od dvije riječi u jednu izvedenicu pa u takvim primjerima bilježimo zapravo i skraćivanje i sufiksaciju (kožna jakna: kožnjak).

¹⁹ Sufiks *-ić*, jednako kao i sufiksi *-ek* i *-eč* često se rabi u tvorbi hipokoristika.

eventuša)²⁰. To je „ženski“ sufiks obratimo li pažnju na iznimno velik broj prilično grubih i pogrdnih (dakle neupitno žargonskih) izraza njime nastalih (*šalteruša, posvuduša, koferuša, namiguša*), ali to nipošto ne znači da ga ne vidamo i u drugom kontekstu (*podriguša, pederuša, navlakuša*).²¹ Posebice u novije doba (možda baš zbog posebne pejorativnosti i zvučnosti), upravo nas imenice s ovim nastavkom „bombardiraju“ iz medija: novinari ih često rabe kako bi naslovima priskrbili senzacionalnost, a kod publike izazvali u najmanju ruku znatiželju. Upravo je to put kojim se žargon širi razgovornim jezikom, stoga ne treba čuditi široka upotreba imenica ovoga tipa, posebice među mlađom populacijom.

Sufiks *-izacija* vrlo je pak zanimljiv jer je razvidno da se posljednjih godina u našem jeziku širi zahvaljujući utjecaju engleskoga jezika (i ovdje najčešće posredstvom medija), a u kojemu je takav način tvorbe izuzetno plodan. Isprva ga se rabilo primarno u kombinaciji s osnovama stranoga podrijetla (*resortizacija, mekdonaldizacija*), ali je danas primjetan sve veći broj izraza koji su nastali dodavanjem sufiksa *-izacija* na domaće osnove (*apartmanizacija, betonizacija, minijaturizacija, konobarizacija*). Sve to upućuje na „prijemčivost“ ovoga sufiksa i u medijskome svijetu, i u razgovornom jeziku, a i u žargonu gdje u skorije vrijeme zasigurno možemo očekivati još novih tvorenica.

Uz sufiksalsnu se tvorbu ovdje treba spomenuti i prefiksalsna, koja podrazumijeva dodavanje predmetka ili prefiksa ispred osnovne riječi. Prefiksi, kako utvrđuje Babić, mijenjaju leksičko značenje osnovne riječi, ali ne i njenu vrstu. U žargonu je prefiksalsna tvorba daleko manje plodna od sufiksalsne, posebice kada se govori o imenicama. Međutim kada se govori o glagolima, situacija je ipak nešto drugačija (prema Babiću, više je od polovice svih glagola tvoreno prefiksalsnom tvorbom) pa tu i nalazimo aktivnih prefiksa: *-u* (*ušlagirati, uguglati*), *-s* (*skulirati, smixati*), *-z/za* (*zašprehati, zazipati, zdeletati, zblokirati*)²², *-is* (*iskemijati*), *-iz* (*izbedirati*). Zanimljivo je možda primijetiti da se posljednjih godina u općem žargonu (ali i u razgovornom jeziku, kamo je stigao iz općeg žargona, a kamo je opet stigao iz žargona mladih) primjećuje iznimno česta uporaba prefiksa *-pre*, kojim se „pojačava dojam“ kada se želi naglasiti da je nešto

²⁰ Sufiksi se dodaju domaćim, ali jednako tako i stranim (posuđenim) osnovama.

²¹ Zanimljivo je ovdje reći da imenice s nastavkom *-uša* u svojoj *Gramatici hrvatskoga ili srpskoga književnog jezika* navodi Tomo Maretić još 1963. (govoruša, pocikuša), stoga se čini da je ovaj sufiks u našem jeziku prisutan već više od pola stoljeća.

²² Posebno aktualno kod glagolskih posuđenica iz engleskog jezika, kod kojih vidamo, kao u primjeru *zazipati*, sufiksalsno-prefiksalsnu tvorbu.

„izrazito“ ili „jako“, bilo u pozitivnome ili negativnom smislu (*prehudo, prebolesno, predobro, preružno, presmiješno ili u žargonu mladih čak samo pre!*).

Zaključili smo dakle da je sufiksacija izrazito plodan način tvorbe žargonskih imenica, ali kada pak govorimo o tvorbi glagola u žargonu, onda je najvažnije istaknuti da se sve od pojave interneta iznimno velik broj glagola preuzima iz engleskog jezika te se hrvatskomu jeziku prilagođavaju infinitivnim sufiksima *-ati* (*konektati, skrolati, sejvati*) i *-irati* (*konektirati, konvertirati, editirati*). Kao što neki od primjera pokazuju, nije rijetka pojava da u našem jeziku za isti engleski glagol u hrvatskome imamo dva, i to jedan s nastavkom *-ati*, a drugi s nastavkom *-irati*, jednako kao što možemo imati veći broj svršenih glagola koji svi odgovaraju jednomu nesvršenom glagolu (dvovidni glagoli odnosno vidski parnjaci, kao što su riječi *guglati – proguglati/uguglati/zguglati*).

2.2.2. Skraćivanje riječi

I u našem jeziku kao i u mnogima drugima uočljiv je fenomen skraćivanja riječi. U žargonu primjećujemo karakteristične postupke kojima se riječi skraćuju, a najčešći među njima su upravo gore opisani postupci skraćivanja u kombinaciji sa sufiksacijom te postupci skraćivanja univerbizacijom (u literaturi nailazimo i na termine *apokopa* i *afereza*)²³. Da riječi sažmemo omogućuje nam dakle postupak skraćivanja (rezanja) prvog, zadnjeg ili i prvog i zadnjeg dijela riječi, no zašto do skraćivanja ili rezanja uopće dolazi? Razlozi su vjerojatno (barem dijelom) u današnjem ubrzanom načinu života: gdje je god moguće nastojimo uštedjeti vrijeme i prostor, sve želimo obaviti što brže i čim ekonomičnije pa se to odražava i na komunikaciju (posebice je to uočljivo upravo u žargonu, koji po svojoj prirodi izbjegava odviše opisnu i opširnu komunikaciju, a preferira „poentiranje“ kroz „ogoljen“ stil). No ne samo to – kad se radi o žargonu, onda treba imati na umu oni koji ga rabe često njime nastoje pronaći načine da na sebe privuku pažnju; žele biti zabavni, zvučati zanimljivo, neobično i duhovito ili pokazati da su u „trendu“; žele napose i na taj način ostaviti određeni dojam. Nije skraćivanje karakteristično

²³ Afereza je postupak skraćivanja izostavljanjem glasa, sloga ili slogova na početku riječi, dok je apokopa postupak skraćivanja izostavljanjem glasa, sloga ili slogova na kraju riječi.

samo za žargon – i u standardnome (prije svega razgovornome) jeziku nalazimo skraćene riječi – ali ih je u žargonu posebno puno pa zahvaljujući stupnju učestalosti u kojemu se javljaju, ne treba čuditi da određen broj takvih riječi prelazi iz žargona u razgovorni jezik (*krimiće, slatkač, telka, dezić, simpa*). Ovdje svakako treba reći da moderno doba obiluje najraznovrsnijim pokratama i skraćenim oblicima (engleskih, ali sve češće i hrvatskih) riječi koje se zavidnom brzinom šire kod mlađe populacije (naglasak je na vrlo kratkim izrazima kao što su TNX za *thanks*, NMG za *ne mogu*, OMG za *oh my God*, LOL za *laughing out loud*, LP za *lijep pozdrav* ili NEZZ za *ne znam*), a koje su u hrvatski žargon preuzete na jedan od ova tri načina: kombinacijom početnih slova ili slogova višerječnog izraza kao što to vidimo na primjeru *OMG* i *LOL*; izostavljanjem suglasnika iz izraza kao što to vidimo na primjeru *TNX* i *NMG*, ili (kako se može činiti, nasumičnim) rezanjem iliti odbacivanjem zadnjeg dijela riječi kao što to vidimo na primjeru *NEZZ*. Treba primijetiti da se radi o novom i kreativnom načinu stvaranja pokrata od **općih** jezičnih izraza, što bez sumnje treba zahvaliti digitalizaciji te modernim komunikacijskim kanalima i alatima, kako ćemo vidjeti kasnije u radu.

2.2.3. Stapanje

Kao vid skraćivanja stapanje je u kontekstu ovoga rada dosta zanimljivo jer se radi o načinu tvorbe preuzetom iz engleskog jezika u kojemu pak, kako tumači Mikić Čolić, „čak 5 do 10 % novih riječi nastaje upravo tim tvorbenim načinom“ (Mikić Čolić, 2018: 8). Jezična je to pojava novijeg doba, ali se brzo širi i čini se da je „publika“ kojoj je namijenjena – a to su prije svega mediji i mlađa računalno pismena populacija – dobro prihvaća. Može se sažeti ovako: dijelovi ili cijele riječi režu se i/ili kombiniraju, a unutar toga procesa stapanja, praćeno glasovnim preklapanjem, nastaju novi izrazi. Kod stopljenica najčešće se spaja fonetski materijal dviju riječi, a karakterizira ih, kako je gore navedeno, i to da su posebno dobro „primljene“ u svijetu marketinga i oglašavanja iako ih vidamo i drugdje. Kako ističe Ivan Marković (2009), „stapanje je zasad uglavnom ograničeno na jezik reklame, žargona i beletristike“ (Marković, 2009: 231).

Stopljenice načelno dijelimo u tri tipa:

c) stopljenice nastale od prvog dijela prve i drugog dijela druge riječi (*banka + automat > bankomat*²⁴; *čokolada + cappuccino > čokoccino*; *nokti + škarice > noktariće*, ili jedan zanimljiv primjer novootvorene petrinjske slastičarnice koja je za naziv odabrala englesko-hrvatsku stopljenicu *milčinkica*, asocirajući na *milks* i *palačinke*)

b) stopljenice nastale uključivanjem dijela jedne riječi te druge riječi u cijelosti u novu riječ pri čemu može doći do glasovnog preklapanja (*web + seminar > webinar*; *kultura + turist > kulturist*; *Baumax + maksimalno > baumaximalno*; *čopor + kolektivno > čoporativno*, ili pak jedan aktualni primjer iz akademske zajednice: članovi studentske udruge eStudent prošle su godine organizirali konferenciju namijenjenu studentima iz područja znanosti, tehnologije, inženjerstva i matematike – otuda u javnosti vrlo popularan akronim STEM koji označava *Science, Technology, Engineering, Mathematics*, koji se iznimno često rabi u međunarodnoj komunikaciji – koju su kreativno nazvali stopljenicom *STEMpozij*, spajajući dakle izraze *STEM* i *simpozij*, sve to uz prigodnu pozivnicu na kojoj su uz igru riječi u duhu engleskoga jezika napisali *STEM BY ME*)

c) stopljenice u kojima je dio jedne riječi umetnut u drugu riječ, pri čemu druga riječ ostaje netaknuta (*Krašotice*, *wellnesstinovo*, *filmozofija*).

Iako se čini da u literaturi ne postoji sustavna usuglašenost oko odabira terminologije kad se radi o načinima postanka žargonizama, možemo se složiti s Ivanom Markovićem (2009) koji, analizirajući nehrvatske tvorbe riječi²⁵, kaže da termin *stapanje* ili leksička *fuzija* vjerojatno najbolje odražava pravo značenje engleske riječi *blend* od koje je i nastao – „prožimanje čega različitoga u novoj cjelini“ (Marković, 2009: 229). Do toga *miješanja* dovodi zasigurno

²⁴ Ovaj je primjer vrlo zanimljiv: stopljenica *bankomat* (koja se u jeziku već toliko uvriježila da je uvedena i u rječnik) utrla je put mnogim drugim „matima“ pa tako danas u Lekeniku svježa jaja možemo preuzeti na *jajomatu*, domaće mlijeko u Sisku natočiti na *mlijekomatu*, a u Varaždinu se pak počastiti kolačima s *kolačomata*.

²⁵ U svojem radu *Tri nehrvatske tvorbe: infiksacija, reduplikacija, fuzija* Marković (2009) preispituje koliko izgleda svaka od opisanih tvorbi ima za razvoj u hrvatskome jeziku i u tom smislu izdvaja *fuziju* odnosno stapanje kao način tvorbe koji ima dosta izgleda za „ostanak“ čak i u općem jeziku, i to upravo zahvaljujući utjecaju engleskoga jezika, kojeg Marković dočarava prikazom termina Dan D koji je već postao dijelom frazeologije (Marković, 2009). Prema njemu, „u kojoj će mjeri tvorenice pozajmljenih tvorbenih modela ulaziti u opći jezik, a u kojem ostajati u okviru ograničenosti na pojedine manje ili više prestižne registre, ovisit će o mnogočemu na što filologija i neće moći utjecati“ (Marković, 2009: 236).

naklonost prema stranoj (prije svega engleskoj riječi) pa se onda želi po uzoru na mnoge engleske stopljenice koje uspješno privlače pažnju široke globalne publike, i naše riječi učiniti „atraktivnima“ i „zvučnima“, dati im u popularnoj kulturi danas tako traženu osobinu koju prepoznaju svi, bez obzira na to odakle dolaze i koju univerzalno identificiraju riječju *catchy*. Ne odmaže ni želja za kraćenjem termina, pogotovo u marketinškom svijetu gdje se često nastoji tehnikom *manje je više* doprijeti do ciljane publike, dakle cilj je uz manje riječi i/ili na kreativan način (jer je i prostor koji se u tom smislu ima na raspolaganju često ograničen pa se mora razmišljati u zadanim okvirima i formatima) osigurati da ključne poruke stignu do primatelja.²⁶ To detaljnije objašnjava Mikić Čolić koja, osvrćući se na potrebu ostajanja ukorak sa zahtjevima vremena u kojem živimo, navodi da je „uglavnom riječ o prigodnim ludičkim novotvorbama u novinskom i marketinškom jeziku“, a takve su formulacije „posebno prikladne jer cilj je svake reklame da gledatelji ili slušatelji zapamte“ barem dio sadržaja budući da je to ono što će „osigurati prepoznatljivost proizvoda... u budućnosti“ (Mikić Čolić, 2018: 10). I jezik, moglo bi se reći, *želi pratiti suvremena kretanja* pa tvorenice nastale igrom riječi stoga danas nerijetko vidamo u javnom, napose u reklamnom prostoru. Mnoge od njih, kako bi još uspješnije plijenile pažnju, „prešle“ su na iduću razinu djelovanja: onu vizualnu. Tu se misli na riječi koje „tek vizualno dobivaju svoj puni smisao“ (Mikić Čolić, 2018: 10), primjeri u kojima se tekst konkretizira i oblikuje različitim grafičkim tehnikama i modelima i čiju „ideju“ publika shvaća tek nakon što vidi tekstualni oblik, kao što je to npr. slučaj s izrazima *coolinarika*, *CROmpiri*, *booksa* ili *beertija*. Na tu (i druge slične) pojave lingvisti, doduše, gledaju dvojako: stapanje (u kombinaciji anglizmi i žargonizmi) iz hrvatske je jezične perspektive ipak relativno noviji način tvorbe pa se stavovi stručnjaka kreću na ljestvici od prilično negativnih preko suzdržanih i neutralnih do vrlo naklonjenih. Možda nema potrebe za pretjeranom brigom oko toga da bi preuzimanje modela stapanja iz engleskog jezika moglo ugroziti hrvatski leksik, sve dok se takvi modeli koriste uglavnom u domeni kreativnog oglašavanja gdje im je glavna „namjera“ izazvati pažnju ili čak senzaciju i odakle nemaju „namjeru“ prijeći u standardni jezik. Granica je, doduše, tanka, a medijski prostor možda je od svih drugih „najdelikatniji“ kad se radi o onome što bi trebalo, a što ne bi trebalo rabiti u komunikaciji, isto tako i kad se radi o onome što hoće ili neće postati popularno ili općeprihvaćeno.

²⁶ U širem smislu na tu se pojavu – koja teži među riječima postići bolju ravnotežu osiguravanjem „semantičke učinkovitosti“ – gleda kao na jezičnu ekonomiju.

2.2.4. Metafora

Metafora je u postanku žargonskih izraza vrlo česta, jednako kao što je vrlo česta i u svakodnevnom govoru, a primjeri su brojni. Unutar kognitivne lingvistike metaforu se određuje kao kognitivni proces pri kojemu temeljem postojećih koncepata koje osoba ima dolazi do stvaranja novih, ili konkretnije, stvara se konceptualna sličnost među predmetima, pojmovima ili pojavama tako da se osobine jednoga pridaju drugome i na taj ih način osoba u svojem kognitivnom sustavu prepoznaje i povezuje. Sve to zapravo znači da je metafora kao način prijenosa značenja konvencionalna, svakodnevna i vrlo uobičajena pojava, a zahvaljujući njoj hrvatske standardnojezične riječi kontinuirano dobivaju nova značenja što ukazuje, kako primjećuju Halonja i Mihaljević, na kreativnost i dosjetljivost u žargonu. Evo i nekih od mnogih primjera: kanta > računalo / velika stražnjica; krpelj > osoba koja nam dosađuje; zebra > pješački prijelaz; piletina > vrlo mlad muškarac ili žena; keks > memorijska kartica; smrzavanje > prekidanje zadanog računalnog zadatka; pekač > snimač; krtica > doušnik; picajzla > pretjerano pedantna osoba; panj > pretjerano usporena ili pasivna osoba / osoba smanjene inteligencije; skidanje > preuzimanje sadržaja s interneta; konzerva > konzervativna osoba, osoba suviše tradicionalnih nazora; rezanci > snopovi vlasi na masnoj kosi; sirovina > prosta, primitivna ili neuglađena osoba; šrot > nešto bezvrijedno; pržiti > snimati ili pohranjivati podatke; vrtjeti > obrađivati podatke.

2.2.5. Preuzimanje i modificiranje stranih riječi

Preuzimanje stranih riječi, odnosno jezično posuđivanje, najstariji je način građenja jezika. Riječi koje se iz jednoga jezika posude u drugi zovu se posuđenicama: „Posuđenice su riječi stranoga podrijetla koje su više ili manje prilagođene hrvatskomu jezičnom sustavu.“ (Halonja, Mihaljević, 2012: 63) Kada se govori o razlozima jezičnoga posuđivanja, najvažnije je reći da oni mogu biti unutarjezični ili izvanjezični. Ovo prvo događa se jer nijedan jezik nema u svojem korpusu valjanu i (u potpunosti) primjerenu riječ za baš svaki pojam, a ovo potonje događa se jer

se jezici međusobno dotiču na različite načine, a ne samo kroz riječi. Oni dijele povijesne tekovine, povezuju ih ekonomska, geografska, politička i kulturna određenost. U suvremenim okvirima posebno se može govoriti i o jezičnoj „modi“, čak i jezičnome „snobizmu“ koji utiru put masovnome posuđivanju iz određenoga jezika koji se smatra dominantnim, kao što je to slučaj s engleskim jezikom. One riječi koje smo posudili prilagođuju se našem jeziku na grafijskoj i pravopisnoj, fonološkoj, morfološkoj, tvorbenoj i značenjskoj razini, dok ih prema stupnju uklopljenosti u hrvatski jezik dijelimo na tuđice, prilagođenice i usvojenice. „Tuđice su posuđenice koje su pravopisno prilagođene hrvatskomu glasovnom sustavu, ali zadržavaju neka svojstva izvornoga jezika nesvojstvena hrvatskomu jeziku (fajl, mejl, bajt, floppy)... Prilagođenice su posuđenice koje su naglasno, glasovno i sklonidbeno prilagođene hrvatskome jeziku... i bitno ne odudaraju od ustroja hrvatskoga jezika (informacija, printer, bit, čip)... Usvojenice su posuđenice tako uklopljene u hrvatski jezik da se ne razlikuju od izvornih hrvatskih riječi (kukuruz, šećer, dojam, boja)...“ (Halonja, Mihaljević, 2012: 64) Jezično posuđivanje staro je dakle koliko su stari jezici. U hrvatskome jeziku posuđenice su česte, a mnoge su se od njih toliko udomaćile da se gotovo izgubila svijest o njihovoj podrijetlu. Usprkos slaganju oko toga da međusobno prožimanje jezike obogaćuje i donosi im dodatnu vrijednost, u novije vrijeme u kojemu svjedočimo izuzetno velikom priljevu engleskih riječi u domaći leksik, među stručnjacima raste zabrinutost da bi takav smjer dugoročno hrvatskomu jeziku mogao naštetiti.²⁷ Mnoge se riječi upravo radi dinamike i brzine kojom se pojavljuju, ne uspijevaju (potpuno) prilagoditi našem jeziku tako da se rabe u poluprilagođenom ili čak izvornom obliku. Takvih je riječi – svi analizirani izvori govore – svakim danom sve više, a unutar nekih su društvenih skupina posebno prijemčive. Takav je slučaj sa skupinama iz našeg istraživanja.

²⁷ Na krajnjem su polu jezični puristi čija je tradicija u Hrvatskoj duga. Načelno, njihova je misao vodilja očuvati domaći leksik te ga „obraniti“ od stranih elemenata koji „agresivno šire svoju dominaciju“ i na koje se stoga gleda kao na štetne i u najmanju ruku nepotrebne. „Neprijatelja“ ne manjka, ali je engleski jezik možda i „najljući“ među njima. To poziciju čini nezavidnom, jer je engleski jezik univerzalan svjetski jezik i ne treba očekivati da će njegovi utjecaji slabjeti.

3. O SKUPINAMA IZ ISTRAŽIVANJA

3.1. O poslovnim ljudima

Demokratskom se tranzicijom Hrvatska posljednjih desetljeća (kao i mnoge druge europske zemlje) značajnije otvorila prema svijetu. Usporedo s euroatlantskim integracijama, a posebice s formalnim ulaskom naše zemlje u Europsku uniju, naše se gospodarstvo i tržište intenzivno mijenjaju i liberaliziraju. Granice su „otvorenije“, putuje se puno češće i puno lakše nego prije, a globalna razmjena roba i dobara (isto tako i fluktuacija ljudi) onakva je kakvom je prije samo tri desetljeća nismo mogli ni zamisliti. U tome okruženju, mnoga privatna poduzeća otvaraju kod nas svoja vrata, a među njima i veliki broj međunarodnih korporacija. Predstavništva međunarodnih kompanija u svojoj su naravi, strukturi i načinu poslovanja bitno različita od onih javnih ili državnih, poznatih po svojoj tromosti i nefleksibilnosti. Korporacije su multinacionalna, multikulturalna okruženja i to se očituje na svakom pa tako i na jezičnom planu. Budući da se njihovo poslovanje proteže izvan granica jedne države, a i stoga što zapošljavaju ljude različitih nacionalnosti, službeni jezik velikog broja korporacija najčešće je engleski. U takvim okruženjima međunarodna je suradnja (time i redovito komuniciranje različitih podružnica diljem svijeta) češće pravilo nego iznimka, stoga to ni ne čudi. Ljudi zaposleni u modernim, dinamičnim i ubrzanim organizacijama toga tipa najčešće su pripadnici mlađe, obrazovane populacije, kojima uporaba engleskoga jezika nimalo ne smeta, čak štoviše, oni je preferiraju. Stranih predstavništava danas je u Hrvatskoj – prije svega u Zagrebu – zaista puno, a zajednica poslovnih ljudi u njima zaposlenih prilično široka. Treba reći da su to u velikom broju slučajeva ljudi koji (neovisno o godinama) sebe doživljavaju urbanima, koji drže da imaju otvorene nazore i koji se žele uklopiti u sliku modernih kozmopolita. Ruku pod ruku s time ide (su)život s engleskim jezikom, jer je to jezik njihove dnevne komunikacije. Oni nerijetko putuju, upoznaju i navikavaju se na različitosti, sve to posredstvom engleskoga jezika koji se odavno nametnuo kao dominantan svjetski jezik. Posljednjih desetljeća, zahvaljujući globalizacijskim čimbenicima, ta je dominacija engleskoga jezika izraženija nego ikada prije.

3.2. O računalnim stručnjacima

Računalni stručnjaci predvodnici su tehnološkoga napretka modernog doba. To su ljudi koji mijenjaju svijet kakav poznajemo, i to neslućenom brzinom. Djeluju – moglo bi se reći, iz sjene – a znanost i tehnologija u mnogome im duguju svoje dosege i suvremena dostignuća. Kako u svijetu, tako i kod nas, grana računarstva već više od dva desetljeća predstavlja najbrže rastuću, najunosniju i najpotentniju industriju, industriju koja bez premca ima najdalekosežniji i najizravniji utjecaj na to kako svijet izgleda danas, ali i na to kako će izgledati u budućnosti. Ta i takva industrija zahtijeva poseban kadar čije pripadnike možemo nazvati računalnim stručnjacima i/ili programerima. Često se figurativno kaže da ti ljudi imaju „svoj svijet“, jer se radi o prilično zatvorenoj zajednici ljudi koje povezuju isti interesi i afiniteti te koji govore i sporazumijevaju se vlastitim (programskim) jezikom, širokoj javnosti nepoznatim ili barem nedovoljno poznatim. U tome svijetu promjene se odvijaju gotovo svakodnevno, a novi programski jezici, novi uređaji, nove aplikacije i najrazličitiji tehnološki pothvati brišu, kako se ponekad čini, granicu između mogućeg i nemogućeg. Taj je napredak globalnog karaktera, a njegov je jezik engleski. Računalni stručnjaci u Hrvatskoj, kao uostalom i u bilo kojoj drugoj zemlji, u svome se radu (a mnogi od njih, slikovito rečeno, i žive ono što rade) stoga služe gotovo isključivo engleskim jezikom. Intenzitet i učestalost pojave novih ili naprednijih rješenja u računarskoj industriji korespondira s intenzitetom i učestalošću pojave novih termina – redom engleskih. To je razlog zašto, otkako je počela rasti neobuzdanom brzinom, ovu industriju prate stalni prijepori i nesuglasice oko toga što treba, a što ne treba, što se može, a što se ne može lokalizirati i prevoditi na hrvatski jezik. S obzirom na to da industrija napreduje toliko brzo, a novi se termini pojavljuju takoreći bez stanke, za iznimno velik broj tih termina u našem jeziku nemamo odgovarajućeg naziva, niti je realno očekivati da takav naziv možemo iznaći jednakom dinamikom kojom termini nastaju. Vidjeli smo naravno već nekoliko pokušaja sastavljanja informatičkih rječnika, ali je „problem“ s njima što postaju zastarjeli takoreći odmah po objavljivanju, a time normiranje računalnog nazivlja postaje složenije i teže.

3.3. O mladima

Svi će se složiti da su mladi vrlo specifična pa i delikatna društvena skupina. U svojim tinejdžerskim i adolescentskim godinama oni tek sazrijevaju, formiraju se kao личности i „pronalaze“ vlastiti identitet. Ponašanje, izričaj i doživljavanje mladih u velikoj su mjeri povezani s utjecajima koji dolaze iz okoline, općenito iz zajednice u kojoj odrastaju i žive. Osjećaj pripadnosti grupi u toj je dobi vjerojatno najizraženiji negoli ikada kasnije tijekom života, zato je to dob u kojoj su prijateljstvo, socijalni krug i socijalni kontakti od presudne važnosti. To je nešto što je zajedničko svim mladima, svuda. S obzirom na svoju osjetljivost u razdoblju dok se još uvijek integriraju u društvo, mladi su više nego bilo koja druga društvena skupina podložni raznim utjecajima i povodljivosti. Popularna kultura (kojoj su izloženi u globalnim okvirima, a velika je većina sadržaja koje mladi konzumiraju na engleskom jeziku) na njih ima neusporedivo snažan utjecaj. Ne treba zanemariti ni činjenicu da mladi danas često putuju i ako studiraju, nije rijetkost da dio studijskog programa provode u inozemstvu (što danas svojim studentima omogućuje vrlo velik broj fakulteta). Isto tako, sklonost izražavanju kroz nekonvencionalne i alternativne pravce, sklonost subkulturama, ali isto tako i sklonost izražavanju kroz provokativno, buntovno te ponekad nasilno ponašanje također je najsvojstvenije mladima. Sve je ovo značajno u kontekstu stvaranja i uporabe žargona kojima se bavi ovaj rad, a isto tako i u kontekstu anglizama. Kako kaže Anita Skelin Horvat, „posuđivanje se posebno veže uz govor mladih jer oni njime... konstruiraju urbani mladenački identitet uključen u suvremene i popularne kulturne trendove (Skelin Horvat, 2015: 71). Danas mladi u Hrvatskoj žive bitno drugačije negoli su živjele neke prijašnje generacije. Ta je razlika ponajprije uvjetovana različitim društvenim i političkim kontekstom te globaliziranim svijetom koji se, kako smo nekoliko puta naglasili, mijenja brže i više nego ikada u povijesti, a pred današnju mladež stavlja kako se čini nepresušan izvor engleskih riječi. Engleski se jezik nametnuo kao jezik kojeg „svi razumiju“, kao moderan jezik koji svuda u svijetu povezuje (mlade). Oni ga ne doživljavaju samo kao popularnog, već ga vide kao bolji i superiorniji jezik, jezik koji je više „cool“, jezik kojim se može reći ono što se hrvatskim ne može. To je jezik interneta i svih računalnih programa, jezik društvenih mreža, pametnih telefona, spravica, igrica i aplikacija, jezik svih platformi, svih televizijskih i *streaming* servisa, jezik radija, glazbe i filma, kozmetičke i

modne industrije, jezik masovnih medija, na koncu jezik svega popularnoga u kulturi mladih. Ako se žele uklopiti, afirmirati u društvu, poslati poruku o tome koliko su zabavni, zanimljivi ili „u trendu“, i jednako tako ako se žele izdvojiti, pokazati protest, poslati poruku o tome da ne žele „robovati“ standardu ili konvencijama, mladi će odabrati engleski.

4. ANGLIZMI I DRUŠTVO OKO NAS

Recimo na ovome mjestu što su to anglizmi. Prema definiciji Milice Mihaljević, „anglizam/anglicizam svaka je riječ preuzeta iz engleskoga jezika koja označuje neki predmet, ideju ili pojam kao sastavne dijelove engleske civilizacije. Ona ne mora biti engleskoga podrijetla ... ali mora biti prilagođena sustavu engleskoga jezika.“ (Mihaljević, 1993: 114) Međutim, budući da često dolazi do zablude, treba znati da anglizam nije svaka riječ engleskoga podrijetla koju u hrvatskom jeziku nalazimo u nepromijenjenom obliku kao i u engleskom, već je to svaka riječ već prilagođena (grafijski, morfološki, akcenatski) hrvatskom jeziku i njegovim pravilima, a koja potječe iz engleskoga jezika (Opačić, 2006: 22). Ovo je razlikovanje važno napraviti jer u radu navodimo i anglizme (većim dijelom) i engleske riječi (manjim dijelom), pri čemu i korpus sadržava neke od engleskih riječi koje smo odabrali na temelju aktualnosti i uklopljenosti u kontekst, a čija je osnovna namjena ukazati na učestalu uporabu engleskih riječi kod pripadnika naših ispitivanih skupina te isto potkrijepiti primjerima. Sve tri skupine iz našeg istraživanja – i mladi, i poslovni ljudi, i računalni stručnjaci – dijele dakle izraženu sklonost prema engleskom jeziku, koji se može nazvati jezikom njihova žargona. Osim toga, i te društvene skupine danas se u mnogo čemu „preklapaju“, nerijetko pripadaju sličnim socijalnim krugovima, dijele svjetonazor i životni stil, digitaliziranost im je izuzetno bitna, opredjeljuju se za urbano i moderno. Taj se fenomen jednim dijelom ponovno može zahvaliti globalizacijskim utjecajima koji se prelijevaju na lokalnu zajednicu: i naše je društvo liberalnije i otvorenije nego prije, slika je društva „interaktivna“, zahvaljujući digitalizaciji masovnije smo informirani i dostupan nam je svekoliki sadržaj, jednako kao i najraznovrsniji programi edukacije i izobrazbe – cijeli taj kontekst teško se može uspoređivati s onime iz ranijih desetljeća. Visoko obrazovanje danas je apsolutno na cijeni kada se govori o mlađim generacijama – oni su itekako svjesni da im upravo ciljano i kvalitetno obrazovanje donosi konkurentnost na međunarodnom tržištu rada. Budući da mnogi od njih svoju

budućnost ne vide (samo) u lokalnim okvirima, generacije mlađih ljudi danas vrlo rado koriste prednosti i povlastice koje im pruža sustav obrazovanja u smislu međunarodne razmjene studenata, jednako kao što koriste i mogućnosti putovanja Europom i svijetom, što u privatnome, što u poslovnome aranžmanu. Sve to stavlja ih u poziciju da se s engleskim jezikom susreću izuzetno često i pridonosi pozitivnoj afirmaciji anglizama u njihovom društvenom krugu. Ovdje vrijedi spomenuti da engleski jezik dominaciju nad ostalim jezicima ostvaruje već dugo. Radi se o masovnoj pojavi koja se ogleda u mnogim segmentima i slojevima društva, u najrazličitijim granama poslovanja i u gotovo svim industrijama, a napose u medijima. Ne radi se samo o anglizmima koji u ovome ili onome obliku prodiru u domaći leksik, radi se i o tome da se u hrvatskome jeziku iznimno često viđaju ili čuju frazemi, slogani i rečenice koji su formirani po uzoru na englesku sintaksu i koji nisu u duhu hrvatskoga jezika. Engleski termini kao da imaju „prednost“ pred domaćima i nebrojeno mnogo domaćih tvrtki i obrta bira mahom engleske, a ne hrvatske nazive. Tako u šoping idemo u City Center One East, King Cross, Westgate i Avenue Mall, dječje rođendane dogovaramo u Fun Factoryju, šišamo se u Haircut by Saša i Toni&Guy, *fancy accessorizes* za stan kupujemo u Pots&Spots i HomeSweetHome, bicikle popravljamo u Matta&bikes, gablec naručujemo u Lunchu a na *afterwork* piće idemo u Green Gold Club, *chillamo* uz Rooftop na TOP radiju (ponekad prebacimo i na Feel Good Otvoreni), o novitetima u poslovnom svijetu čitamo u Lideru, a o dubinskoj analizi zdravstvenoga sustava na konferenciji HealthComm obavještava nas između ostalog Health Media Solutions. Primjera je zaista nebrojeno puno i to ne (kako se ponekad smatra) samo u oglašavanju, marketingu i medijskome prostoru, gdje ih je uvjerljivo najviše. Nikoga više ne čudi (dapače, možda bismo se prije začudili vidjeti nazive na hrvatskome jeziku) što društvene, umjetničke i kulturne manifestacije, sportska događanja, klubovi, restorani i kafíci, modne revije, filmski i glazbeni festivali, izložbe i retrospekcije, okupljanja, kongresi i konferencije iz najrazličitijih područja – uključujući jednako znanost i medicinu kao i medije – mahom nose engleske nazive. Povrh svega, u posljednje se vrijeme primjećuje već spomenuta tendencija nasumične upotrebe engleskih riječi i onda kada se to može činiti potpuno nelogičnim ili nepotrebnim, naime onda kada engleska riječ ni na koji način nije prikladnija od hrvatske i kada se ne radi ni o kakvom terminu koji se jako često upotrebljava pa se iz toga ustali kakav anglizam (kao što bi to bilo primjerice s riječju *atačment*) ili pak za koji u našem jeziku (primjerena, ili bolja) riječ ne bi postojala. Ta je pojava (zasad) svojstvena ponajviše poslovnom i korporativnom svijetu gdje u dnevnoj konverzaciji možemo čuti rečenice

poput: „Da nam bukiram onaj *travel* u Dubai?“, „Danas sam tako *distracted*, jedva gledam.“; „To mi je najdraži *drink* na ovim aparatima u kuhinji.“; „To ti je ona *exhibition* o kojoj sam ti pričala.“; „Mislim da on nema takve *ambitions*.“; „Pa ko opet ima *birthday*?“; „Ak mene pitaš, nama fali *diversityja* ovdje.“; „Ma ja vjerujem da je to *doable*.“; „To mi je *too much*“. Spomenimo ovdje da su i nazivi radnih mjesta danas na engleskome jeziku – većina korporacija čak ni nema lokalizirane nazive svojih radnih mjesta, a iznimno često i na javnim portalima za pronalaženje posla, kao što su primjerice portali MojPosao i LinkedIn (posebice je to indikativno za portal MojPosao jer se on odnosi gotovo isključivo na Hrvatsku, dakle na ponudu i potražnju poslova na lokalnom tržištu) vidamo pregršt oglasa u kojima su nazivi radnih mjesta napisani na engleskom jeziku. Što nam to govori? Prije svega, govori nam da je danas poželjno, moderno i popularno svuda i u svemu rabiti engleski jezik. Iz toga se nameće zaključak da se hrvatski jezik često ne smatra dovoljno atraktivnim da bi se njime nešto izrazilo, ili se engleski jezik jednostavno smatra primjerenijim, možda čak i boljim ili ljepšim jezikom, a u najmanju ruku jezikom koji će prije i „uspješnije“ od hrvatskoga doći do ciljane publike. Ista se teza potvrđuje obratimo li pažnju na sektor marketinga i oglašavanja, a posebice analiziramo li jezik medija kojemu smo svi skupa vrlo izloženi. Medijski su prilozima dnevno dostupni jako velikom broju ljudi, i njihov je cilj da ih publika primijeti, doživi, „primi“ ključnu poruku. Upravo zato najave se u medijskome prostoru (bilo govornome ili pisanom) kroje tako da trenutno privuku pažnju, da uz malo riječi kažu zapravo sve što je bitno, da izazovu interes pa čak i senzaciju. U tomu pak novinari nerijetko posežu za terminima koji im zvuče drugačije i moderno pa izbor često pada na engleske riječi i tvorenice. Može se primijetiti da novinari danas sa svojom publikom pokušavaju komunicirati drugačije, da traže odmak od standardne, tradicionalne forme i da prednost daju manje formalnoj komunikaciji (naravno, brojne televizijske i radijske emisije idu tome u prilog, ali posebno je zanimljivo primijetiti noviji trend radijskog komuniciranja pri kojemu se voditelji (uz pregršt anglizama u dnevnom programu) slušateljima obraćaju s „ti“. To je jedna sasvim nova komponenta i takva opuštana, ležerna komunikacija koja stvara ugođaj „dnevne sobe“ predstavlja zapravo promjenu paradigme, pogledamo li desetljećima unatrag.²⁸ Sve ovo doprinosi većemu utjecaju koji mediji ostvaruju

²⁸ Možda se ovaj trend općenito može povezati s kulturom neformalne komunikacije, brisanjem starih „hijerarhijskih“ okvira i promicanjem novih načina komunikacije, poslovnog i životnog stila. Tako se u poslovnome svijetu primjerice riječ *unboss* smjestila na tron svih korporativnih smjernica ponašanja i rada: na cijeni su zaposlenici koji razmišljaju izvan okvira (*thinking out of the box*) te preuzimaju odgovornost i inicijativu, jednako kao i voditelji (*manageri*) koji eliminiraju „linijske podjele“, potiču inovativnost i kreativnost, a zaposlenicima u svojim *kros-funkcionalnim* timovima daju odriježene ruke, ukazujući im na taj način povjerenje.

(posebice na mlađu) publiku, a koja je time prjemčivija na anglizme. I ovdje je možda ključ suvremenih prijepora koji se vode na temu anglizama. Sve dok anglizmi ostaju u domeni žargona (stručnih i ostalih), nema mjesta panici. No mnogi se anglizmi medijskim putem populariziraju (neki u medijima i nastanu) i prenose u razgovorni jezik, odakle se opet prenose natrag u medijski prostor gdje se rabe u formalnoj komunikaciji, a to je ono što treba brinuti. Valja imati na umu da se „jezik kao sredstvo međuljudske komunikacije raslojava, uporabno diferencira prilagođujući se tako različitim životnim (komunikacijskim) situacijama...“, piše Lada Badurina (Badurina, 2007: 172) pa ćemo ovdje spomenuti i pet osnovnih funkcionalnih stilova koji se u literaturi obično navode, a koji anglizmima mogu posredno poslužiti za ukorjenjivanje u standardnom jeziku. To su: književnoumjetnički, razgovorni, publicistički, administrativni i znanstveni funkcionalni stil. U kontekstu našeg rada razgovorni stil (koji se na leksičkoj razini najviše razlikuje od ostalih stilova) ima daleko najveći značaj, jer se poput žargona ponajviše veže za usmenu komunikaciju te je među ostalim stilovima i najprisutniji, ali i najraznovrsniji. Često je gramatički neispravan i leksički nečist, a glavna su mu obilježja neformalnost, ekspresivnost i spontanost. Kad se govori o razgovornom stilu, treba reći da njegov značajan dio čine dijalektizmi, kolokvijalizmi i vulgarizmi, koje je ponekad teško odijeliti međusobno, a onda i od žargona s kojim se „preklapaju“. Osim kroz razgovorni stil, anglizmi se standardnom jeziku mogu približiti i kroz druge stilove kao što su književnoumjetnički (koji dopušta već slobodu u izražavanju) i posebice publicistički stil (kojim komuniciraju mediji). Ako anglizmi s vremenom postanu dijelom svakodnevnog govora, mogućnost da će se proširiti posredstvom medija, virtualnih platforma i društvenih mreža vrlo je velika, stoga je danas način komuniciranja javnih medija – u svjetlu svega navedenog – vrlo aktualno pitanje. Anglizmima, kako smo već ranije konstatali, nije mjesto u službenoj, standardnojezičnoj komunikaciji niti su oni u skladu s duhom i normom hrvatskoga standardnoga jezika.

Evo što o toj problematici u svome članku *Prodor engleskih riječi u hrvatski jezik* zaključuje Nives Opačić (2006): „Mnoge posuđenice engleskoga podrijetla... danas dolaze poglavito s američkom tehnologijom, filmskom industrijom, industrijom zabave i svime što je povezano sa suvremenom komunikacijom... no čak i na tom, hrvatskom jezikoslovlju izrazito „tuđem terenu“ kakvim se obično smatraju te suvremene tehnologije, može se pokazati kako hrvatski jezik ne mora nužno biti istjeran. Svjedoci smo da se i u nove tehnologije može postupno, strpljivo i s mjerom uvoditi

i hrvatsko nazivlje... danas npr. uz kompjutor i printer nisu neobične riječi ni računalo i pisač, kao što nisu ni miš i tipkovnica i mnoge druge. Upravo će pretežna pripadnost jednoga ili drugoga izraza pojedinom funkcionalnom stilu odlučiti o njegovoj uporabi... u današnjem svijetu koji se priklanja (ili ga drugi pošto-poto priklanjaju) globalizaciji jasno je da će vodeću ulogu u svemu preuzeti vodeća vojno-politička sila, a to su danas Sjedinjene Američke Države. Jezik te sile postaje (postat će ili je već postao) jezikom poveznikom svih država koje dio svojega suvereniteta – pa time i jezičnoga identiteta – svjesno žrtvuju jednom višem cilju: pristupanju novim državnim savezima ili interesno-političkim skupinama... jezik na kojem se odvija... globalna komunikacija ne može biti drugi nego... američki engleski... Naravno da je onda i „korisnicima“... tih usluga najkomotnije da ono što nađu na globalnoj mreži preuzmu u istom obliku u kojem podatak ili informaciju nađu... što čine zbog barem dva razloga: 1) informacija s elementima najprestižnijega, američkog engleskog... 2) ...nalaze već gotove formule i izraze, pa zašto da se muče i trude kad sve već imaju gotovo... a to ih još k tome svrstava među pionire u uvođenju novina u zemlje i društva koja se tek otvaraju prodoru globalnih tehnologija i kulture... Hrvatska u tom smislu pripada onim zemljama koje nekritično upravo hrle prema svemu što je tuđe, a to ima korijene u našoj čestoj povodljivosti za pomodnim, u snobizmu, ali i u vrlo rasprostranjenoj duhovnoj lijenosti i konformizmu... uvjeravaju kako se njihove aktivnosti zapravo uopće ne mogu izraziti na hrvatskom jeziku... ono što zovem „hrvatski u zagradama“ ...zašto pomodno trčimo pred rudo pa uvozimo u hrvatski jezik sve i sva, što nam treba, a još više što nam ne treba – od običnih uzvika (*vau, ups*) do najobičnijih općih imenica (*sound, stage*), premda imamo i svoje uzvike i svoje imenice koje dobro pokrivaju značenjsko polje ovih engleskih (*zvuk, pozornica*)? Dakako da se sve to može reći i hrvatski.“ (Opačić, 2006: 27-22)

5. KORPUS I ANALIZA

Niže donosimo iscrpan korpus anglizama koje smo prikupljali kroz različite izvore. Važnu okosnicu čine anglizmi bilježeni u dnevnim situacijama i razgovorima, kao i anglizmi koje smo osvijestili da ih rabimo u vlastitoj komunikaciji. U korpus smo uključili one riječi i termine za koje smo utvrdili da se vrlo često (ili češće od drugih) rabe u žargonu poslovnih ljudi, računalnih stručnjaka i mladih i ovdje valja reći da su to vrlo često iste riječi. Iako, dakle, ove tri skupine rabe termine karakteristične baš za njihovu užu grupu, neke termine „dijele“ i to prije svega neologizme engleskoga podrijetla (*downloadati, hejtati, šerati, tvitati, upgrejdati, guglati*²⁹), što je sasvim razumljivo s obzirom na stil života te dnevno korištenje društvenih mreža, interneta i alata za trenutnu razmjenu poruka. Osim gore opisane metode (oslanjanje na vlastitu prosudbu), ne postoji drugi mehanizam prema kojemu smo birali riječi, stoga je to objašnjenje zašto neke riječi jesu, dok druge riječi nisu navedene u korpusu. Važno je također spomenuti da smo u primjeru većine anglizama u prvu kolonu (žargonizam-anglizam) uključili veći broj varijeteta određene riječi, odnosno one na koje u praksi često nailazimo, dakle uglavnom svaki naziv ima nekoliko oblika u kojemu ga najčešće vidimo napisanog ili izgovorenog (npr. *blend, blendanje, blendati, zblendati, blender, blending*). Varijetete dobivene od korijena *blend* uključili smo u isti redak (iako smo samo jednu riječ odabrali kao nosivu, a izvedenice i tvorenice donijeli smo u zagradama), a nismo (metodologijom nekih drugih radova) te riječi navodili kao da se radi o odvojenim, nevezanim terminima (u kojem slučaju bi se riječ *blendanje* našla na samome vrhu korpusa, dok bi riječ *zblendati* bila na samome dnu). Vodeći se tim istim pristupom, u našem su radu riječi *aploadati* i *uploadati* u istome retku. Prva kolona također sadržava i odabrane engleske riječi gdje smo smatrali da će to biti dobar primjer sklonosti ka i učestalosti uporabe engleskog jezika. U drugoj

²⁹ Guglanje je danas svojstveno sveukupnoj našoj populaciji. Tražilica koju su 1998. osnovali Larry Page i Sergey Brin (tada još pod drugim imenom) danas je, kako se moglo pročitati u Jutarnjemu listu od 2. rujna 2023., „...digitalno zrcalo svijeta... ono što ne postoji na Googleu, u suštini ne postoji, ili je, ako i postoji, izvan domašaja javnosti... sve što ste ikada zaguglali ostaje zabilježeno... svaki takav detalj može se povezati s milijunima detalja drugih korisnika Googlea... Google... koristi 4,3 milijarde stanovnika svijeta... to je baza podataka o ljudima kakvom ne raspolaže nijedna državna ili globalna, naddržavna institucija... Googleovo pretraživanje toliko je korisno i toliko sveprisutno da je njegov golemi utjecaj na naše živote postao nevidljiv, samopodrazumijevajući...“ Na stranu jutjuberi, blogeri, influenceri, tiktokeri i tviteraši novoga doba, zaista nije pretjerano reći da bi zamisliti život bez Googlea danas bilo prilično teško.

koloni navodili smo poznate hrvatske termine, odnosno predloženi prijevod (ponekad uz objašnjenje), a u trećoj smo koloni oprimjerali uporabu anglizama, uz napomenu gdje smo je smatrali prikladnom dati. U praksi anglizmi u pisanom obliku često se mogu naći i u engleskoj inačici (*achievala*) pa smo i primjere donijeli imajući to u vidu (*akceptati*, ali i *acceptati*; *aprovati*, ali i *approvati*). Namjera je pokazati kako se sve i u kojim oblicima anglizmi (i same engleske riječi, direktno preuzete bez prilagođavanja) rabe, stoga, iako problematiziramo u prvom redu anglizme, želimo naglasiti i primjetan trend direktnog preuzimanja engleskih riječi kao takvih.

žargonizam / anglizam	hrvatski termin / predloženi prijevod	komentar / primjer uporabe
abjuzati (abusati, abjuzanje)	izopćiti koga (na internetu)	Tam me <i>admin</i> abjuza i kad se krivo nakašljem! / Oće ko abjuzat ovog kretena?
abortirati (abortanje)	poništit, pobaciti, zaustaviti (program ili radnju)	Vidiš da je <i>error</i> , moramo abortat podatke!
ačivment (ačivati, achievati, ačivanje)	postignuće	Ta specijalizacija mi je najjača stvar koju sam <i>achievala</i> ! / Možda neću ni ačivati golove ove godine!
advertati (advertanje, advertajzing)	oglašavati, reklamirati	Advertali smo to danas popodne, već ima preko 3000 pregleda!
<i>after-hours</i>	nakon radnog vremena	Ostajem svaki dan <i>after-hours</i> i fakat mi je dosta!
aftertejst	okus nakon (jela ili pića)	Rabi se i kao metafora: „aftertejst nakon cijele te restrukturacije mi je koma“

afterparti (<i>afterparty, after</i>)	zabava nakon posla, druženje nakon posla	Dođeš danas na afterparty u Apetit? / Ideš na put?! Ali danas imamo after!!
akaunt (akaunti, akauntanje, <i>account</i>)	račun (korisnički)	Moram si otvoriti <i>account</i> !
akcept (akceptati, akceptirati, <i>acceptable, acceptirati</i>)	prihvatanje	Taj stav nam fakat nije <i>acceptable</i> ! / Jesi <i>accept</i> ala <i>meeting</i> ?
akomplishment (akomplirati, <i>accomplish</i> anje)	postignuće, ostvarenje	Moš mislit karijere! I to joj je najveći <i>accomplishment</i> !
akrual (akruati, <i>accrual, accruals, accrued</i>)	prirast	Accruali smo 9 tisuća, valjda će biti dovoljno.
akter (<i>actor</i>)	akter, sudionik	Koji su nam akteri ključni za tu konferenciju?
<i>all-inclusive</i>	puni paket	Uzela sam si <i>all-inclusive</i> za Tunis i to s direktnim letom!
alokejšn (alocirati, alokejtati, <i>allocation, allocate</i>)	raspodjela	Nemamo ništa alocirano na tom brendu, knjižit ćemo na nekaj drugo di imamo novaca.
anaunsment (anaunsati, <i>announcement, announce</i> ti, anaunsanje)	obavijest	Si vidla <i>announcement</i> za Maju? / Nisu to još ni anaunsali! / Ne stignem napisati taj <i>announc</i> !
anderlajn (anderlajnati, <i>underline</i>)	podcrtati, podvući crtu	Nema potrebe da <i>anderlaj</i> namo.
anfrend (anfrendati, <i>unfriend, unfrend</i> anje, <i>unfriend</i> ati)	maknuti kao „prijatelja“ (na internetu, rasprijateljiti)	Nemrem bolivit da me je <i>odfrend</i> ala!

apdejdati (updateati, apdejtanje)	posuvremeniti, obnoviti, osvježiti	Nisi apdejtao, zato ti ne vuče brojke!
apendiks (<i>appendix</i>)	dodatak	Nisi vidio <i>appendix</i> ugovora?
apgrejdati (upgradeati, apgrejdanje)	nadograditi	Upgrejdajte si na novi iOS.
aplaj (aplajati, <i>apply</i> , applyati)	primijeniti	Tina, pomogneš mi applyjati one pozadinske boje?
aproučati (aproučanje, aproač, approachati, <i>approaching</i>)	pristupiti	Aproučala sam joj najbolje kaj sam znala.
aploadati (aploudanje, aplaudanje, uploadati, uploadanje)	učitati	Uploadaj mi pliz fajl za šefa!
apruval (apruvati, apruvanje, approvati)	odobriti	Approvam ti <i>request</i> kasnije popodne, imam TCeve cijeli dan.
apsajzati (apsajzano, upsize, upsizeati)	povećati	Nemoj zezat? Toliko su apsajzali IT-evce?
art direktor (art director)	umjetnički direktor	Predstava je koma! Ko im je art direktor?
atačment (atačirati, atačati, atač, <i>attachment</i> , attachati, atačanje)	privitak, prilog	Ne prolazi mi atačment, šeraj mi prek weTransfer!
asajnment (asajnati, assignati, asajnanje)	zadatak	Assignali su mi i financijsku prezu, daj zamisli!
asampšn (<i>assumption</i> , asampšati, assumpsanje)	pretpostavka	Koje su nam <i>best assumptions</i> za scenario X?

asesment (<i>assessment</i> , assessati, asesanje)	ocjenjivanje	Radit će tzv. <i>assessment</i> 360 za sve u firmi. / Jesi <i>assessala cycle meeting</i> ?
asesorajz (<i>accessories</i>)	odatci (modni)	To mi je neizostavan <i>accessorize</i> !
aset (<i>asset</i> , <i>assets</i> , <i>aseti</i>)	oddatna vrijednost	Velim ti, ona je baš <i>asset</i> za organizaciju. *U ovome kontekstu <i>asset</i> je osoba od velike vrijednosti za tvrtku. <i>Asset</i> naravno ima i druga značenja.
atendati (<i>attend</i> , <i>attendati</i> , attendanje)	pohoditi, sudjelovati (na kakvom događaju)	Atendaš satelitski simpozij X iza ručka?
<i>audit</i> (<i>auditori</i> , <i>auditing</i> , oditiranje)	revizija	Idući mjesec dolaze <i>auditori</i> iz Globala!
bag (<i>bug</i>)	greška u računalnom program ili operativnom sustavu	Nisam mogla poslati, jutros je bio neki <i>bug</i> u sustavu.
banati (<i>bananje</i> , <i>benanje</i> , <i>banned</i> , <i>ban</i>)	zabraniti pristup (računalnom korisniku)	Zbog takvih komentara ljude banaju tak da pripazi!
baner (<i>banner</i>)	elektronički oglas, reklama	Zakaj nismo i <i>banner</i> digli gore?
bajk (<i>bike</i>)	bicikl	Idemo bajkom gore?
bađetiranje (<i>badgetanje</i> , budgetati, bađeting)	kreiranje proračuna, proračunavati	Nisu budgetirali na sve brendove i naravno da sad nemaju dovoljno.
<i>beauty centar</i>	salon ljepote, centar ljepote	Ima novi <i>beauty centar</i> u kvartu, <i>Beauty secret by Helena</i> čini mi se da se zove.

bed (bediranje, bedirati, zbedirati)	(upasti u) loše raspoloženje	Danas sam totalno u bedu / Zbedirale su me ove loše vijesti.
bekap (bekapirati, <i>backup</i> , backapati, backapirati)	sigurnosna kopija (računalnih programa i datoteka)	Sejvajte si fajlove na One Drive, ne možemo ih bekapirati na G!
bekgraund (<i>background</i> , bekgroundovi, backgroundovi)	pozadina	Ovi backgraundovi su mi super!
bekofis (<i>backoffice</i> , <i>back-office</i>)	odjel za poslovnu podršku	Na Bolje je hrvatski! ne nalazimo prikladan ekvivalent jer iako <i>back-office</i> jest odjel za poslovnu podršku, to su isto tako i mnogi drugi odjeli (koji nisu „pozadi“. Često se rabi u odnosu na dio poslovanja koji nije „vidljiv“ (suprotno primjerice od „šalterskog“ dijela poslovanja koji jest vidljiv): On je uvijek u backofficeu, ne zanima ga pokazivanje, odradi svoje i ide doma!
bekstejdž (<i>backstage</i>)	prostor iza pozornice	Neki su se uspjeli probiti do backstagea!
benčati (benchati, benchanje, <i>bench</i>)	uspoređivati	Benchaj si ta dva procesora.
bend (<i>band</i>)	glazbeni sastav, muzički sastav, grupa	To su mi najdraži bendovi!

bekpeker (bekpekanje, <i>backpacker, backpacking</i>)	nema domaćeg prijevoda; može se opisati kao oblik niskobudžetnog putovanja koji uključuje minimalnu prtljagu	Stalno moraš paziti da ne pregaziš kojeg bekpekera na cesti!
<i>best practice</i>	najbolja praksa	Ful su nam korisni takvi sastanci za šeranje <i>best practices</i> .
bestić (bestica, bestići, <i>bestie, besties</i>)	najbolji prijatelj(ica)	Dolazi od engl. <i>best friend</i> , a posljednjih se godina masovno proširila uporaba skraćenice BFF (<i>best friend forever</i>). / A one su si sad kao bestice? / Naravno da ne možeš kad imaš novu BFFicu!
bič (<i>bitch</i>)	kuja, kučka	Pazi se Dijane, ženska je totalni bič!
bičing (<i>bitching, bitchati, bitchanje</i>)	iznositi salvu negativnih komentara	Misliš da muškarci stvarno manje bitchaju?
big baks (<i>big bucks</i>)	puno novca	Stari moj, pričam ti o <i>big bucks</i> !
bild (bildanje, bildati, nabildati, <i>build, building</i>)	koji radi na izgradnji (mišića)	Lik je užasno nabildan, trebaš ga vidjeti.
bilivit (bolivit, <i>believe</i>)	(ne) vjerovati	Pazi, on <i>mene</i> ostavlja! Nakon svega! Jel možeš bolivit?!
bindžanje (bindžati, <i>binge, bingeanje, bingeing</i>)	maraton (gledanja) serija	Termin koji se odnedavno masovno rabi među mladima koji prate omiljene serije na popularnim platformama kao

		što je Netflix. / Nisam se mogla ustati fakat, bingeala sam Stranger Thingse do 4 ujutro!
biznis (<i>business</i>)	posao, poslovni svijet	Uloga žena u biznisu je još uvijek podcijenjena.
<i>business casual</i>	poslovno ležerno	Fakat ne znaš kaj je <i>business casual</i> ? Ti ko da ne radiš u multinacionalki!
blef (blefirati, blefati, <i>bluff</i> , <i>bluffing</i>)	obmanuti, zbuniti, zavarati	Blefaš! Nemaš pojma o toj sceni iz Peaky Blindersa!
<i>blend</i> (blendanje, blendati, zblendati, <i>blender</i> , <i>blending</i>)	izmiješati	Ujutro si zblendam <i>smoothie</i> i ful imam energije!
blog (bloganje, blogger)	mrežni dnevnik	Danas su svi blogeri! / A zakaj ne počneš blogati o svim tim putovanjima?
blokati (blokanje, <i>(to) block</i>)	blokirati	Blokaj tog manijaka!
<i>bold</i>	odvažno	U novije vrijeme u poslovnom se svijetu sve češće rabi ovaj termin: treba nam neka stvarno BOLD ideja / Submitirali smo BOLD ideju na <i>cluster</i> , valjda ćemo dobiti dodatne novce!
boldati (poboldati, odboldati, boldirati, <i>bolding</i>)	podebljati (slova)	Poboldaj naslov, da odmah skuže poantu.
boldi (<i>boldy</i>)	ćelav, bez kose	Koji lik? Misliš, onaj boldi?
<i>bond</i> (bondati, bondanje, zbondati, <i>bonding</i>)	povezati (se)	Baš smo se super zbondale na tom treningu!

bos (<i>boss</i>)	šef	Ma briga me, nije mi on <i>boss</i> !
<i>bossy</i>	sklonost naređivanju, delegiranju dužnosti drugim zaposlenicima	Otkad je na toj poziciji, čujem da je sva <i>bossy</i> !
<i>bosing (bossing)</i>	hijerarhijsko zlostavljanje	Jedva sam se riješila onog kretena u firmi X, taman mi treba novi <i>bossing</i> u životu!
botoks (botoksiranje, <i>botox</i> , botoxiranje, botoxirati, zbotoksirati)	protein Botulinum toxin	Jesi vidla Kidmanicu na kaj liči? Ženska je cijela zbotoksirana!
brejk (brejkati, brejking, zbrejkati, <i>break, breaking</i>)	prekinuti, zaustaviti, pokvariti	Brejkaj program, majk se pokvario! / Zbrejkale su mi se kočnice, razbio sam se ko kruška!
brejktru (<i>breakthrough</i>)	iznimno važno ili revolucionarno otkriće (npr. u znanosti)	I dalje smo prvi, niko od konkurencije nema pravu <i>breakthrough</i> terapiju!
brejnstorming (brejnstormati, brejnstormanje, <i>brainstorming</i>)	razmjena ideja	Brainstormali smo jutros i napravili <i>action</i> plan!
brend (brending, brendirati, <i>brand, branding</i>)	označivanje/upravljanje robnom markom	Govorio sam vam da je brendiranje ključ! / Bez dobrog branda nema ni prodaje.
brifing (brifirati, brifati, <i>brief, briefing, briefati</i>)	koga uputiti ili informirati	Briefala sam predavače, fakat se nadam da neće ko zadnji put umjesto nas pohvaliti konkurenciju!

browsanje (browsati, <i>browser,</i> <i>browsanje</i>)	(browsati, <i>browsing,</i>	pretraživanje (na internetu)	Browsam cijelo jutro i nikaj nisam našao o toj lektiri! Ćiz kakva je to knjiga!?
<i>brunch</i>		novokovana složenica od engleskih termina <i>breakfast</i> i <i>lunch</i> , odnosi se na obrok koji se poslužuje u vremenu nakon doručka, ali prije ručka	<i>Dear colleagues</i> , danas mi je ročkas, vidimo se na brunchu u kuhinji u 11!
<i>bullying,</i> buljiranje	(bulj,)	nasilje, (vršnjačko) zlostavljanje	Ko je danas čuo za školu bez bullyinga. To je očito naša stvarnost.
bukirati (buking, bookiranje, bookirati, <i>booking</i>)		rezervirati	Moraš bukirati kartu barem par mjeseci unaprijed, inače je cijena ogromna!
bukmarkirati (bookmarkirati)		označiti, obilježiti	Bukmarkiraj si stranicu!
<i>burger</i> (burgeri)		rabi se vrlo često u izvornom obliku, najbliži su izrazi <i>odrezak</i> i <i>pljeskavica</i>	Da ti složim <i>burger</i> i krumpiriće? / Imaju najbolje burgere u gradu.
burnout (burnout sindrom, <i>burn-out</i>)		stanje emocionalne i psihičke premorenosti uzrokovane stresom na poslu, sindrom „izgaranja“	To ti je vani popularno! Moja frendica u Dusseldorfu je već 6 mjeseci na bolovanju zbog burnouta!
bustati (bust, bustanje, <i>boost,</i> <i>boosting</i>)		pojačati, intenzivirati	Ajde, ovo piće mi ipak malko boosta raspoloženje. / Sve je to lijepo ali mi moramo smisliti kak ćemo bustati prodaju i do u <i>double digit growth</i> .

<i>case study</i>	prikaz slučaja	Vrlo popularan termin u poslovnome svijetu: <i>Do petka trebamo poslat case study u cluster!</i> / <i>Čujem da traže case study za prolaz dalje.</i> / <i>Ko nam prezentira case study?</i>
čejndžanje (čejndžing, change, čejndžati)	zamjena, razmjena	Čejndžamo se za jakne?
čekirati (čekiranje, checkirati, <i>checker</i>)	provjeriti	Nisam prije prezentiranja čekirala brojke, dala sam im stare podatke! / * Često se među onima koji se prijavljuju u hotel može čuti da su se „čekirali“ što je zapravo neispravna uporaba ovog žargonizma jer „prijaviti se u hotel“ dolazi od riječi „check-in“, prema čemu bi se oni morali „checkinati“.
čet (četanje, četati, chat, chatanje, chatati, chetati + <i>live chat, chatroom</i>)	brbljanje (na internetu)	zasad samo chatamo! / Imamo pitanja u live chatu, ko će preuzeti? / Bolje je da ne puštamo <i>chatroom</i> ili da ga stavimo posebno, da nam ne remeti tijekom konferencije.
čilati (čilanje, chillati, chillanje, iščilavati)	opušteno uživati	Nemaš tamo nekog urbanog sadržaja. To ti je više onako, plaža, pijesak i čilanje.

darker (darkerica, darkerski)	pripadnik glazbene supkulture <i>dark</i> i <i>goth</i>	Ma neka darkerska frikuša! Pogle kak zглеda!
<i>darling</i>	dragi, draga, dušo, srce	Često se može čuti da se engl. riječju <i>darling</i> od milja nazivaju drage osobe: <i>Darling, hoćemo danas u kino? / Ne, darling, nisi ti nikaj krivo napravila, krive su ove iz financija.</i>
daun (<i>down</i>)	potištenost, depresivno stanje	Totalno sam u daunu još od subote.
daungrejdati (daungrejd, <i>downgrade</i> , <i>downgradeati</i>)	degradirati, uniziti, poniziti	Dobro se ona nosi s <i>downgradeom</i> , mogu ti reći!
daunload (daunloadati, <i>download</i> , <i>downloadati</i>)	preuzimanje	Downloadala sam sve skripte.
debugirati (<i>debug</i> , debugati, debugati, debugirati)	pronaći i eliminirati grešku u računalnom sustavu	Kad pokušam debugirati pomoću <i>script</i> editora pokazuje mi grešku.
<i>decision maker</i>	donositelji odluke; oni koji usmjeravaju način donošenja i ishod odluke	Prvo moramo identificirati ko su nam <i>key decision makeri</i> u javnim politikama!
dedlajn (<i>deadline</i>)	rok	Koje dedlajne imaš?
dejt (dejtanje, dejtati, date, dateati, <i>dateing</i>)	spoj, izlazak	Večeras imam date! / Džaba njoj tog pustog dejtanja, evo je još uvijek sama!
densati (denser, denserica, <i>dance</i> , <i>danceati</i> , <i>dancing</i>)	plesati	<i>Christmas party</i> je bio super, densali smo do jutra!
deployati (deployanje, deplajati, <i>deploy</i>)	staviti u funkciju, razviti punu funkcionalnost (programa)	Možeš na server deplajati više verzija.

<i>depressed</i>	depresivno stanje, potištenost	I na kraju ne dobijem poziciju, nego uzmu nekog externala. Kak da ne budem <i>depressed</i> ?
developati (developer, <i>developing, developanje</i>)	razvijati	Prije svega trebaš imat viziju šta želiš developati.
didžej (DJ)	rabi se uglavnom samo DJ, iako bi se moglo reći disk-džokej.	Festival će bit top, dolaze <i>best</i> DJ-evi iz Francuske i UK-a!
<i>default</i> (difočno, defaultno, (po) defaultu)	zadana ili početna vrijednost	Nemaš <i>photoshop</i> po defaultu, moramo ga posebno dodati. / Često se rabi i metaforički: <i>Ma on ti je po defaultu veseljak.</i>
dipdajv (dipdajvati, <i>deep-dive, deep dive, deepdajvanje, deep diving</i>)	dubinska analiza	Kreirajući strategiju za iduću godinu, <i>management</i> se odlučio za <i>deep dive</i> pristup. / Deepdajvala sam u brojke i uspjela izvući <i>budget</i> za ovu godinu!
digrejd (digrejdati, <i>degrade, degredeati</i>)	smanjenje kvalitete nečega	Kvaliteta zvuka se ful degradeala za vrijeme konferencije, mislim da imaju očajan <i>sound</i> sustav!
dilitati (zdilitati, dilitirati, zdilitirati, deleteati, zdeleteati)	obrisati (računalne podatke)	Jesu IT-evci otišli doma? Ubit ću se, slučajno sam zdeleteala sve foldere iz ove godine!
disejblati (disableanje, disableati, disablati, disablirati, <i>disable</i>)	onemogućiti	Jel znaš kako se disableaju ovi <i>pop-ups</i> ?

disklejmer (<i>disclaimer</i>)	izjava o odricanju od odgovornosti	Kad imaš kampanju za široku javnost, moraš uključiti <i>disclaimer</i> .
dislajk (dislajkati, dislikeati)	neodobranje, nesviđanje	Stisni mu dislajk!
displejati (displayati)	prikazivati (na zaslonu, ekranu)	Prije početka konferencije ide <i>motivational song</i> i uz to displejamo fotke s <i>team buildinga</i> !
djutić (djutifri, <i>duty free</i> (<i>shop</i>))	bescarinski dućan, zona oslobođena carinskih pristojbi	Uzmi mi pliz onaj Channelov parfem u djutiću kad se vraćaš.
drajvati (drajv, drajving, drajvanje, <i>drive, driving</i>)	pokretati / disk	U žargonu se često rabi kao metafora: <i>Što te drajva, koje su tvoje vrijednosti?</i> , no naravno ima i druga značenja: <i>Zakaj mi hard drive ne radi? / Lik nas je drajvao po cijeloj Havani dok napokon nismo došli do nečeg kaj izgleda ko hotel.</i>
dreg (dregati, <i>drag, drageati</i>)	povući	Trebam u PPT-u dregati fotku tako da mi ne prelazi preko slova, može <i>help?</i> / Zakaj mi ne radi <i>drag & drop?</i>
dres kod (<i>dress code</i>)	kodeks odijevanja	Koji nam je <i>dress code</i> za večeras? Nadam se da nije <i>black tie!</i>
drilanje (dril, drilati, zdrilati, <i>drill, drilling</i>)	trenirati (nekoga) visokim intenzitetom (u sportu, u vojsci)	Drilaju me svaki dan, stvarno mi treba novo okruženja.

džambo (jumbo)	veliki format	Oćemo jumbo plakat kod Avenue Malla?
džanki (junki, <i>junks</i>)	ovisnik o drogi	Sve puno junkija! Ne idi u taj dio grada!
zdžemati (džem, jam, jaming)	zaglaviti, zakočiti	Ovaj printer se stalno džema, fala Bogu da dobivamo novi.
džob (<i>job</i>)	posao	Imaš novi džob?! Nemoj zezat!
džingl (<i>jingle</i>)	glavna (reklamna) melodija	Reklama nije nešto, ali <i>jingle</i> je taaako zarazan!
džim (<i>gym</i>)	teretana	Danas imam <i>gym</i> , sutra densam, tek u srijedu mogu!
džojstik (<i>joystick</i>)	igrača palica, konzola	Uzmi si svoj <i>joystick</i> !
đađ (đađanje, đađati, <i>judge</i> , judgeati)	osuđivati, suditi	Kaj si takva! Kaj misliš da tebe neko tak đađa?
điž	uzvik zaprepaštenja, od engl. <i>Jesus</i>	Điz, voda je prehladna!
edati (add, addeati)	dodati	Edaj ga za frenda na fb! / Presentacija ti je super, još samo addaš <i>disclaimer</i> i to je to!
editirati (editanje, editiranje, <i>edit</i>)	urediti, izmijeniti, pripremiti	Morat ću editirati u Canvi. / Ovo ti nije <i>editable</i> .
egzecute (egzecuteati, egzecutor, <i>execution</i>)	izvršiti radnju	Nemre mi ništa prigovoriti. <i>Fully</i> sam executala plan. / U odnosu hrvatskoga i engleskoga jezika, riječi <i>execution</i> (izvršenje) i egzekucija (pogubljenje; izvršenje sudske ili upravne

		odluke) lažni su prijatelji. U poslovnome se svijetu često može čuti da će se napraviti egzekucija plana ili da će se aktivnosti egzekutirati, što nije ispravno.
ekšli (<i>actually</i>)	zapravo	Rekla sam mu da mi nije dobro al ekšli mi se fakat nikud ne ide s njim! / ...ono kad nosiš naočale zato jer <i>actually</i> imaš dioptriju, a ne zato jer želiš bit <i>hipster</i> !
ekšn (<i>action</i>)	akcija	Imamo totalni break sustava, moramo hitno smislit <i>action</i> plan! / OK, predavanje je bilo super i motivirajuće, ali koji su nama iz toga stvarni ekšn <i>points</i> ?
enejblati (<i>enableati, enablati, enable</i>)	omogućiti	To mi može enablat super prilike poslije. / Enableaj u biosu.
emo (emač)	pripadnik supkulturne skupine <i>emo</i> (od engl. <i>emotional</i>)	Termin označava pretjerano osjetljivu, krajnje introvertiranu i hipersenzibilnu osobu (Mama ne slušaš me! Rekla sam ti jučer! Čudna je, a i sestra joj je totalni emo!)
enerđi (<i>energy, energized, energizing</i>)	energija	Ubili su me današnji sastanci, lou mi je enerđi, neću vam se pridružiti. / Svi

		zaposlenici moći će isprobati <i>mindfulness</i> program Energized4Life.
enivej (<i>anyway</i>)	svejedno, u svakom slučaju, i tako	Nikad mi nije ni sjela, enivej.
enihau (<i>anyhow</i>)	kakogod, u svakom slučaju	<i>Anyhow</i> to moram napraviti tako da bez brige, ne gnjaviš.
enrichati (enrič, <i>enrich</i> , enričanje)	obogatiti, ispuniti	<i>Life coaching</i> na Baliju me toliko enrichao. / Zanimaju te Yoga <i>Mindfulness retreats</i> ? Imaš u Indiji top meditacijske centre baš za zapadnjake, meni je bilo ful <i>enriching</i> !
entertejn (entertejment, entertejnati, <i>entertainment</i>)	zabavljati	Ko nas entertejna na toj gala večeri? Načuo sam da su zvali LADO. / Priznajem da je <i>entertainer</i> , ali kaj se muzike tiče, nije to <i>my cup of tea</i> .
esemesanje (esemesati)	dopisivanje putem SMS poruka	Zabrij ovo, mi ti se cijelo vrijeme esemesamo jer on nema ni WA ni Viber!
eskejpati (<i>escape</i> , escapeati)	izbjeći, osloboditi (se), pobjeći	Ima neko da me uputi kak da eskejpam unikodne znakove? / Joj, baš mi treba jedan <i>escape travel</i> , možda na Island!
event (eventuša)	dogadjaj	To nam je najvažniji event ove godine! / Misle raditi takav <i>corporate event</i> , a

		nemaju ni <i>Event Managera!</i> ? / Ma eventuša! Fashion Week, Design Week, čak i Weekend Media u Rovinju – di god oćeš, evo nje.
<i>equip</i> (equipati, ekvipati, equipanje)	opremiti (se)	Svi su nam novi ljudi sad <i>fully equipped</i> ? Nema da netko nije dobio laptop? / Jeste se vi dobro equipali za EXIT?
fajl (<i>file</i>)	datoteka	Imam fajl samo za financije, sve detaljno pratim. / Fajliraj sve skupa da imamo kad dođu auditori.
fajn (fine)	dobro, u redu	Jel sve fajn? Zvučiš mi čudno.
fajt (fajtati, fajtanje, pofajtati, <i>fight</i> , fightanje)	tučnjava	Dečki su se malo pofajtali ali sve je OK!
fak (<i>fuck</i>)	psovka od engl. <i>fuck</i> – kvragu, sranje, jebemu	Fak! Ovo mi je bio zadnji rok!
faker (<i>fucker</i>)	od engl. <i>fucker</i> – umišljen, glup, neugodan ili samodopadan muškarac	Vidjet ćeš ga na šta liči. Ricky Martin frizurica, raskopčana košuljica, ma totalni <i>faker</i> .
fan	obožavatelj	Na Balkanu imaju više fanova nego igdje drugdje.
<i>feasible</i> (<i>feasibility</i>)	izvedivo	Ovaj tjedan fakat ne mogu odrađivati <i>onboarding</i> za newcomers, jednostavno mi nije <i>feasible</i> !

<i>feature(s)</i>	značajke (računalne ili na pametnom telefonu)	Mislim da androidi nemaju te <i>features</i> .
<i>feedback</i>	povratna informacija	Uvijek sam za konstruktivni <i>feedback</i> .
fejl (fejlati, fejling, <i>fail</i> , failanje)	neuspjeh, promašiti, podbaciti	Otišla sam na kraju na taj date. Koji fejl! / Svi nekaj fejlaju, don't take it so hard!
fejkati (fejk, fejker, fejkanje, fejkano, <i>fake, faking, faker</i>)	lažno predstaviti	Vjeruj mi, cijela ta priča je fejk! / Koja fejkerica! Ko fol, nju ne zanimaju površne stvari!
fejs (fejsanje, fejser, fejsbučar, fejsbučiti, Facebook)	društvena mreža Facebook	Visiš na tom fejsu cijele dane i noći! / A evo i gdje se najviše fejsbuči! / Lik je fejser, nije valjda čuo za TikTok.
fensi (fensić, <i>fancy</i>)	elegantno, otmjeno	To je valjda neki fensi <i>party</i> ?
fer (<i>fair</i>)	pošteno	Ne očekuj od nje fer plej. Ta gazi preko leševa da dođe do pozicije.
fifti-fifti (<i>fifty-fifty</i>)	pola-pola, podijeliti (popola)	Fifti-fifti! Ili tebi krumpirići a meni nugetsi?
filing (<i>feeling</i>)	osjećaj	Imam filing da će ovo biti prava stvar!
<i>finger food</i>	hrana s nogu, sitni zalogaji, zalogajčići	Mislim da se nitko neće htjeti previše zadržavati, opet, moramo imati nekakve <i>refreshments</i> . Najbolje da idemo s visokim stolovima i <i>finger foodom</i> .

finiširati (finiš, <i>finish</i> , finishati, finishirati)	završiti, dovršiti	Finishirala sam jučer i poslala agenciji, a ujutro mi Mario šalje <i>latest update</i> da uključim!
fišing (<i>phishing</i>)	internetska krađa podataka	Daj čekiraj, meni ovo zgloda ko <i>phishing</i> ?
<i>fit</i> (fitati, fitanje)	pristajati, odgovarati, slagati se	Baš sam <i>happy</i> da je Sandra došla u tim. Super si fitamo.
fjužn (<i>fusion</i>)	fuzija, spoj	Ima novi <i>Asian fusion</i> restač u Zagrebu!
flejmanje (flejmati, <i>flaming</i>)	podrugljivo i uvredljivo komuniciranje (na internetu)	Ak je flejmanje sve kaj znaš, bolje se više ni ne javljaj!
flodanje (flodati, floodanje, <i>flooding</i>)	započinjanje velikog broja tema u kratkom vremenu (primjerice na forumu) bez namjere da se započne rasprava	Na ovom sajtu se floodanje ne tolerira! / Ti si zadnji koji nekog treba prozivati. Floodanje dovoljno govori o tebi.
folder	mapa	Napravila sam poseban folder na sheranom driveu pa možeš provjeriti.
folover (<i>follower</i> , folovati, followati, unfollowati)	pratitelj (na društvenoj mreži)	Brijem da nije normalna! Život joj se svodi na brojanje novih folovera! / Neeeee! Unfollowao me!?
<i>follow-up</i> (followupati)	daljnje praćenje	Jesi followupala s <i>regulatory</i> departmentom? / Staviti ću nam u utorak <i>follow up</i> s regijom.
forkastirati (forecastirati, <i>forecasting</i> , forkastanje, forkastiranje)	predviđati	U petak forkastiramo <i>year-to-go</i> .

forsati (forceati, forsanje)	nametati, siliti, požurivati	Zakaj forsas? Stignemo i sutra.
forvardati (forvardirati, forvarduša, <i>forward</i> , forwardati, forvardanje, forwardirati)	proslijediti	Forvardao sam joj mejl ali nije ništa odgovorila. / Klasična forvarduša – samo stavi na <i>ignore</i> .
fotošopirati (photoshopirati)	urediti u programu Photoshop	Jel ne vidiš da je slika fotošopirana? Moš mislit kak ima takav struk.
frend (frendica, frendanje, frendić, zafrendati, <i>friend</i>)	prijatelj	Frendamo na fejsu već dvije godine, a kad me vidi opće me ne pozdravlja!? / To frendanje na fb s 4000 virtualnih frendova ti nije moj đir, kužiš?
fri (free)	biti slobodan	Jesi free večeras za Kerempuh?
fridž (<i>fridge</i>)	frižider, hladnjak	U fridgeu nemamo niš za tulum.
freelancer (frilensati, frilensanje, <i>freelance</i> , <i>freelancer</i> , <i>freelancing</i> , freelanceati, frilens)	slobodni stručnjak	Radi u IT-u ali znam da sa strane frilensa. / Kad razmišljam o budućnosti, iskreno najviše se vidim u freelancingu.
frik (frikuša, frikčina, <i>freak</i>)	luđak, čudak	Tip je frik, ne petljaj se s njim.
friki (<i>freaky</i>)	uvrnuto, čudno	Znači...koja <i>freaky family</i> !
frikaut (<i>freakout</i>)	izbezumiti se	Antologijski frikaut Nade Šargin u Otadžbini!
fizati (friz, <i>freeze</i> , freezati, frizanje)	zamrznuti	Frizaj si ove kolone da ti bude preglednije. / Ovdje je

		<i>freezing</i> , ak se sutra neću moć kupat brijem da se vraćam u ZG.
ful	potpuno, skroz	Iznimno se često rabi u dnevnom govoru: Ful sam umoran / Knjiga mi se ful sviđa / Ful naporan mi je ovaj trening / Pa vidim da su si ful dobre, otkad to?
fultajm (<i>fulltime</i>)	puno (radno) vrijeme	Znači to ti je baš fultajm <i>job</i> ? / Na faksu sam <i>fulltime</i> , fakat ne stignem.
gat filing (<i>gut feeling</i>)	intuicija	Gle, <i>gut feeling</i> mi kaže da je bolje da tu ništa ne investamo.
gep (<i>gap, gaps, gepovi, gapovi</i>)	praznina (koju treba popuniti)	Jako se često koristi u poslovnom svijetu: Nije nam strategija dobra, previše je tu gapova ostalo / OK, projekt je solidan, ali specificirajte nam točno koje <i>gaps</i> time mislite popuniti.
gedžet (gadget)	(pametna) spravica	Znači, bez tih gadgeta si ja više nemrem zamisliti život.
gejmanje (gejm, gejmer, gejming, <i>game, gamer, gaming</i>)	igranje (računalnih/video igara)	Mislio sam probati za tehničara za razvoj videoigara, mislim da se tak zove smjer. A gle, nemreš bolivit ali ta škola u Novskoj je izgleda fakat najbolje opremljena u HR, dobili su

		ful puno para od EU. Vidim baš neki dan na netu, Novska središte <i>gaming</i> industrije. Nije samo to kaj ja brijem na to, neg su gejmeri fakat zanimanje budućnosti.
gol (<i>goal, gols, goals, golovi</i>)	cilj	Koji su nam glavni <i>goals</i> kampanje?
<i>groove</i>	u jednome označava: kompoziciju, instrumente, ritam sekciju, energiju i interakciju između izvođača i publike	Moderan termin koji se puno rabi među publikom koja pohodi koncerte i festivale: <i>Nikad nisam vidio bolji techno groove nego na ovoj Ultri! / Čim ti DJ počne puštat mjuzu, odma vidiš jel ima groove ili nema.</i>
ghostati (<i>gostanje, goustanje, ghosting, ghostanje, ghostati</i>)	povući se iz komunikacije (bez objašnjenja), ignorirati	Ne znam u čem je stvar. Već treći put mi se događa ista stvar. Dva tri dejta, sve bude super, i frajer me jednostavno počne ghostati. / Al taj današnji <i>ghosting</i> mi kida živce. Pošalješ sedam prijava, i to pazi, na LinkedInu, i njih šest te jednostavno ghosta!
guglati (<i>guglanje, proguglati, ugugulati, zguglati, googlanje, googlati</i>)	koristiti tražilicu Google	Zguglaj mi te podatke hitno, u 12 mi konzultanti dolaze! / Ne postoji ta stvar koju danas guglanjem nećeš naći.

haj (hi)	pozdrav, od engl. hi	Često se u komunikaciji viđa i čuje <i>hi</i> umjesto primjerice <i>bok: Hi Martina, mogu te zamoliti onaj report od jučer? / Haaj, idemo se do Bundeka provozat i na slatkač?</i>
hajdati (hajdanje, hide, hideati, hideanje)	sakriti	Znam da zvuči glupo al kad naletim na njega na fejsu, meni je to isto ko da sam ga srela. Sve mi se opet vrati. Ako ga ne blokiram, mislim da ću ga bar hajdati. / Hajdaj si komentare da ti ne smetaju dok prezentiraš, ak bude trebalo lako ih poklikaš.
haker (hakiranje, hakerski, <i>hacker</i> , hackati, <i>hacking</i>)	onaj koji je obuzet programiranjem i računalnom tehnologijom / onaj koji potajno i neovlašteno „upada“ u tuđa računala ili u mreže, provjeravajući ili mijenjajući programe i podatke pohranjene u njima	Termin <i>haker</i> , iako se pojavio davno, još je i danas predmetom previranja i rasprava. Još uvijek postoje neslaganja oko toga što zaista taj termin znači (ili što sve obuhvaća), a domaći naziv (koji bi u jednoj ili dvije riječi sažeo značenje engl. riječi <i>hacker</i>) još nije pronađen. Nekada su hakeri imali isključivo negativan predznak, tom se riječju opisivala uža skupina ljudi koji „u dušu“ poznaju

		<p>računalne sustave i programiranje, a te vještine koriste da bi prouzročili štetu drugim (i privatnim i poslovnim) korisnicima računala. Stoga se na njih gledalo isključivo kao na prijetnju i opasnost u smislu sigurnosti i opstojnosti mreže. Danas pak govorimo o White Hat hakerima, tzv. „dobrim“ hakerima (kakve recimo velike korporacije žele imati u svojem timu) koji svoje vještine i znanja koriste da bi pomogli i unaprijedili mrežu i iskustva drugih korisnika, nasuprot tzv. Black Hat hakerima koji su ostali u „podzemlju“. Ta je tema vrlo kompleksna – unutar ove osnovne podjele postoje još mnoge potkategorije, koje u okviru ovoga rada nećemo dalje razmatrati.</p>
<i>hands-on</i>	praktičan	<p>Najčešće se termin rabi u engleskom obliku. Prijedloga za domaći prijevod ima (riječ <i>praktičan</i> nalazimo na internetskoj</p>

		<p>stranici boljejhrvatski.hr), no možda bi trebalo razmisliti o tomu može li ponuđeni termin poslužiti u svakoj situaciji. Danas se <i>hands on</i> u poslovnom svijetu često rabi, i puno se puta odnosi ne samo na čije specifično praktično iskustvo, već i na posebne karakterne osobine zaposlenika koje su u korporacijama vrlo poželjne; proaktivan pristup, izuzetna marljivost, „dinamičnost“, onaj koji odlučno, energično i pasionirano obavlja svoj posao, koji ne čeka da se stvari same riješe već radije „uzima stvari u svoje ruke“.</p>
<p><i>headhunter</i> (<i>head-hunting</i>, headhunting, headhuntati, headhantati)</p>	<p>u doslovnom prijevodu lovac na glave; onaj koji je u potrazi za sposobnim i odgovarajućim stručnim kadrom (ta se potraga odvija na način da <i>headhunter</i> izravno pristupa potencijalnom kandidatu, služeći se različitim kanalima)</p>	<p>Znači tebe su zapravo headhantali, nisi se javio na natječaj?</p>

hejtati (hejtanje, hejter, <i>hate</i> , hateati)	širiti negativne osjećaje, poticati mržnju	Kakva glupača! Bacila sam joj hejt! / Ne računaj na mene, znaš da hejtam ta božićna okupljanja. / Čitala sam malo o tom fenomenu, istina ti je da svi klinici sad tako pričaju. Zanimljivo je kaj kaže jedna psihologica, hejtanje kao riječ možda i je nova u pop kulturi, al poriv da nekog hejtamo nije ni blizu nov.
hendlati (hendlanje, <i>handle</i> , handleati, handlati)	obavljati, upravljati, baviti se čime	Ko vam hendla tehniku? Sve je bilo <i>wow!</i>
hengati (hanganje, <i>hanging out</i>)	družiti se	Riješi taj ispit pa navečer hengamo!
hešteg (<i>hashtag</i>)	ključna riječ (u internetskoj komunikaciji), znak # + tag odnosno ključna tekstualna poruka	Koji <i>hashtag</i> da stavim na Instaču? Pa naravno: #smjernicezauspjeh
hostanje (hostati, <i>host</i> , (<i>web hosting</i>))	smještanje sadržaja internetske stranice na server (poslužitelj)	Kak ćemo riješiti hostanje repozitorija?
hepening (<i>happening</i>)	dogaćanje	Ideš danas na hepening u Areni?
hepi (<i>happy</i>)	biti sretan	Nisam očekivala da će mene izabrati! Ful sam hepi!
hintati (hint, hintanje)	natuknuti, nagovijestiti, sugerirati	Ima neko <i>hint</i> kak da maknem ove šifre? / Hintala sam joj da to nije dobra ideja, ali bez uspjeha.

<p><i>hipster</i></p>	<p>pripadnik urbane supkulture koja se želi odrediti kao drugačija, suprotna „mainstream“ kulturi konzumerizma; mladi i urbani ljudi koji za sebe kažu da su „alternativci“, ekološki su, socijalno i politički osviješteni, preferiraju zdrav stil života i nekomercijalnu suvremenu umjetnost</p>	<p>Pojam <i>hipster</i> izvor je mnogih prijevora. Iako se izuzetno često rabi u svakodnevnoj komunikaciji, vrlo je teško (ako ne i nemoguće) definirati što danas znači biti <i>hipster</i>. U vrijeme kada je termin nastao i zaživio u našem jeziku, a onih koji su se određivali hipsterima nije bilo mnogo, definicija koju smo dali slijeva bila bi se mogla uzeti približno točnom. Danas se čini da termin <i>hipster</i> nosi ponešto uvredljivu notu, a na pripadnike istoimene supkulture pretežno se gleda kao na (intelektualne) snobove koji hine da im materijalne vrijednosti ne znače ništa, dok su u stvarnosti veliki konformisti. Termin smo uključili u korpus jer je izuzetno aktualan, posebice kod mlađe populacije: Lik ne kuži da to kaj je obuko dedinu košulju i pustio bradu ko da ide na casting za Robinsona Crusoa ne znači</p>
-----------------------	---	---

		da je hipster. / Kaj si ti lud? Tam se skupljaju samo hipsteri!
hit-mejker (hitmejker, <i>hitmaker; hit-maker</i>)	pjevač, autor ili producent hitova (uspješnica), uspješan kantautor	Ko!?! Nikad čuo. Gle, za takav hepening stvarno samo ozbiljan hitmejker dolazi u obzir.
horni (<i>horny</i>)	napaljen	Ma tip je ono, božesačuvaj. Horni šupljoglavac!
horsanje (horsati, <i>horse, horsing</i>)	<i>hobby horsing</i>	Ova je disciplina potpuno novi fenomen. Izvorno nastala u Finskoj, podrazumijeva konjičke utrke bez pravih konja. Sudionici koriste improvizirane štapove s glavom konja koju su sami izradili te preskaču razne prepreke. Kod nas je hobi popularan među djevojčicama u dobi od 6-13 godina koje vole konje, a nemaju mogućnosti baviti se (svakodnevnim) jahanjem pa „teren“ s improviziranim preprekama slažu kod kuće.
<i>hot</i>	nema domaće riječi koja bi u potpunosti prenijela značenje, najbliže su tome riječi seksi ili vruće.	Isfurava <i>look</i> koji stvarno nije <i>hot!</i> / To mi je definitivno najhot mjesto! / Baš me zanima šta su naveli kao najhot gadžete.

hudica (<i>hoodica, hoodie</i>)	majica s kapuljačom dugih rukava i udobnog, šireg kroja (od engl. <i>hoodie</i>)	Svaki tinejdžer koji drži do sebe ima u ormaru hudicu.
ignorati (<i>ignore</i>)	ignorirati	Jel me stavila na <i>ignore</i> ili kaj?
in	u tijeku, u „trendu“	Često se rabi u rečenicama poput: <i>Nisi in! Pa oni već pola godine nisu zajedno! / Preporučila sam im onaj japanski restoran koji je sad totalno in!</i>
impaktati (impaktirati, <i>impact</i> , impactati)	utjecati (na koga, što)	Jel tebe impactaju ove transformacije unutar firme? / Toliko novaca za cijelu tu ceremoniju, a bez ikakvog impakta.
importati (importirati, importanje, <i>import</i>)	učitati (podatke), uvesti (robu)	Čekaj samo da još importam one grafove.
impruvati (impruvanje, improvati, <i>improving</i>)	poboljšati	Navodno će mi taj <i>coaching</i> pomoći da impruвам javni nastup. / Impruvali su nam bonuse!
influenser (influensati, <i>influencer</i> , influencati)	utjecajna osoba	Za ovu kampanju nam apsolutno treba <i>influencer!</i> Bitno nam je reachati široku javnost. *Napomena: u sličnom se kontekstu u poslovnom svijetu uvriježio i termin <i>opinion-maker</i> .
<i>infotainment</i>	nema hrvatskog prijevoda, radi se o stopljenici od izraza	Razmišljali smo više o nečem tipa <i>infotainment</i> .

	<i>information</i> i <i>entertainment</i> ; označava informaciju prenesenu na zabavan način	Znanost ljudima zna biti dosadna pa da nekako predstavimo te stvari na fora način.
<i>in-house</i> (<i>in house</i>)	u kući, unutar (poslovne) kuće	Radila sam kao <i>in house</i> prevoditelj više od pet godina, sad ozbiljno razmišljam da se okrenem freelancingu.
inkludati (inkludati, inkludanje)	uključiti	Misliš da sam ju trebala inkludati? Nije ni ona mene kad je prezentirala zajedničke brendove!
insertirati (insertati, <i>insert</i> , insertanje)	umetati	Insertaj još one grafove pliz!
inspirejšn (<i>inspiration</i> , <i>inspire</i> , <i>inspired</i>)	inspiracija	Riječ koju u poslovnome svijetu posljednjih godina intenzivno koriste: To mi je poslužilo ko glavni <i>inspiration</i> za esej. / <i>Inspired leaders</i> – to nam se mora provlačiti kroz cijelu prezu. / <i>Growth</i> , ali ne bilo kakav, mora se vidjeti da je <i>inspired growth</i> !
instant	trenutno, trenutačno	Riječ koja se posljednjih desetljeća masovnije rabi u različitim kontekstima, ali posebice u odnosu na moderno digitalno doba: <i>instant messaging</i> , instant

		komunikacija, instant hrana i piće, instant bogatstvo, instant rezultati, instant društvo.
internet	međumrežje	Kako ono vele da bi Hrvati trebali zvati internet? Međumrežje?
invajtati (invajt, invitejšn, <i>invite</i> , <i>invitati</i> , <i>invitation</i>)	pozvati	Nisam invajtala financije i logistiku, to nije tema za njih.
investati (investanje, <i>invest</i> , <i>investment</i>)	uložiti	Investali smo 30 tisuća u to, valjda ćemo <i>next year</i> imati nekakav <i>return on investment</i> . / Investala sam vremena i vremena u ovo.
invokati, (invoke, (to) <i>invoke</i>)	aktivirati, pozvati (funkciju)	Kak je najbolje invokat u Javi?
izi (<i>easy</i>)	polako, lagano	Program je skroz <i>easy going</i> , pet dana, a realno par sati pravog rada, sve ostalo je neki <i>socializing</i> .
catchati (kečati, catch, keč)	(u)loviti	Pa catchaj loptu glupane!
kenslati (kancelirati, <i>cancel</i> , <i>cancellati</i> , <i>cancellirati</i>)	otkazati	Kenslala sam narudžbu u zadnji čas – hrpu para sam već ovaj mjesec potrošila. / Ja iskreno mislim da je ova kultura cancelliranja u Hollywoodu suluda.
ketering (<i>catering</i>)	ne postoji domaći termin, u jednome označuje službu koja se brine za opskrbu	Jesmo naručili za sutra catering u uredu?

	hranom i pićem (uzvanika različitih događanja)	
keš (<i>cash</i>)	gotovina	Ko danas još nosi <i>cash</i> u novčaniku?
<i>key message</i>	ključna poruka	Izuzetno se često rabi u poslovnom svijetu: Jesmo li osigurali da <i>key messages</i> stignu do ciljane publike?
<i>kick-off (meeting)</i>	uvodni ili početni sastanak	Šteta da si bila u Baselu! Kickoffali smo event ko niko od konkurencije!
kiler (<i>killer, killati</i>)	ubojito	Često se rabi metaforički: <i>Vau! Koja killer kombinacija! / Još dvoje imam za killati!</i>
kis (kisati, <i>kiss, kissing</i> , kisić, <i>kissy-kissy</i>)	poljubac	<i>kissy-kissy</i> , draga, javi kad se vratiš s mora!
klaster (<i>cluster</i>)	grupa (npr. zemalja)	Vrlo uobičajeno u korporacijama: <i>cluster</i> ECC (istočna i središnja Europa), <i>cluster</i> Adriatic, <i>cluster</i> Baltic, <i>cluster</i> Asia Pacific / Znači maknuli su nas iz klastera s Bosnom i Slovenijom, a stavili nas s Maltom i Ciprom!?
klip (klipovi, <i>clip</i>)	(video) isječak	Kad setapiramo vlastiti <i>page</i> , moći ćemo gore stavljat clipove i podcaste.
<i>know-how</i>	rabi se u izvornom obliku, (potpuno prikladnog)	Jeste li svjesni da ste s ovom transformacijom izgubili

	domaćeg prijevoda nema, iako bi riječ ekspertiza mogla biti dobra zamjena; u jednome označava: posebna znanja i vještine, zavidno stručno iskustvo	najbolje ljude? I znate li da više nemate <i>know-how</i> ? / Taj <i>gin-tonik</i> sa šljokicama je totalno hrvatski <i>know-how</i> ! Ozbiljno! <i>Glitter edition</i> ! ³⁰
kolnuti (<i>call</i> , callnuti)	pozvati, zovnuti	Kolni me za <i>lunch break</i> danas!
komati	komentirati	Komala sam još jučer!
komitati (komitanje, <i>commit</i> , <i>commitanje</i>)	obvezati (se)	Nisam se komitala za taj projekt, tak da ne kužim zakaj računa na mene.
komjutati (komjutanje, <i>commute</i> , <i>commutati</i>)	putovati (na posao)	Putujem svaki dan, nije problem. Sve kaj je u okviru do sat vremena komjutanja je OK. Inače ne bi prihvatio, kolko god su mi i Milano i projekt super.
kompajlati (kompajlirati, <i>compiler</i> , <i>compilati</i>)	prevoditi (programski jezik)	Moram prvo kompajlirati u Java <i>bytecode</i> ! / Nisi kompajlao kod.
komplitati (completati, <i>komplitanje</i>)	dovršiti, završiti	Nemrem komplitati danas, nema šanse.
konektati (konektirati, <i>connectati</i> , <i>connectirati</i>)	povezati (se), spojiti (se)	Konektale smo se, mislim da neće biti problema. / Konektirajte se danas svi na Town Hall!
konkludati (<i>conclude</i> , <i>concludati</i> , <i>concludanje</i>)	zaključiti	Dobro, i kaj smo nakon svega konkludali?

³⁰ <https://ribafish.com/enciklopedija-hrvatskih-ginova-1-pine-craft-distillery-samobor/>

kontent (<i>content</i>)	sadržaj	Sve je to super, imamo i Youtube kanal i vlastiti <i>website</i> i <i>corporate</i> Facebook i Instač, ali niko nije razmišljao o tome ko će <i>content</i> kreirati!
konvertati (konvertirati, konvertanje, convertati, convertirati, convertiranje)	promijeniti (format datoteke)	Konvertaj u pdf i stavi u <i>protected form</i> .
kontribjutati (<i>contribute</i> , contributati, kontribjušn)	pridonijeti	Možeš reći kaj oćeš, ali njegovi <i>contributions</i> su ipak veliki. / Mah! Kontribjutala je nula bodova.
kopipejstati (kopipejst, kopipejstanje, <i>copy-paste</i> , <i>copypasting</i>).	kopirati i zalijepiti	Nije mi kul kopipejstati. A pola toga ionak ko da su debili pisali.
kvotati (kvotanje, <i>quote</i> , quoting)	navoditi, citirati	Kod kvotinga se treba pazit na <i>bullet</i> listu!
koučing (koučati, <i>couch</i> , <i>couching</i> , couchati, couchanje)	treniranje	Coachanje ti je danas sastavni dio svake korporacije. / Coacham Anu za novu poziciju.
kraft beer (<i>craft beer</i>)	zanatlijsko pivo	Neću Žuju. Pijem samo <i>craft</i> .
kekati (kek, <i>crack</i> , crackati, crackanje)	otključati (npr. igricu ili film)	Skinem s Torrenta i crackam.
kripi (krip, <i>creep</i> , <i>creepy</i>)	jezivo	Malo mi <i>creepy</i> djeluje cijela ta priča.
kropati (kropanje, <i>crop</i> , cropati)	izrezati (najčešće dio fotografije u računalnom programu)	Meni se čini da ti je fotka skroz ok ali ak hoćeš, cropaj pa mi ponovo pošalji.

kruzanje (kruzati, <i>cruise</i> , <i>cruisanje</i>)	krstariti, voziti se, ploviti	Zamisli scenu, nas dvoje u 4 ujutro kruzamo po gradu i tražimo hambić! / Kolko tamo košta recimo kruzanje od otoka do otoka?
kul (kuliranje, kuler, kulirati, iskulirati, skulirati, <i>cool</i>)	rabi se uvijek u izvornom obliku, a univerzalne definicije nema; prema izvorima, pod „definiciju“ potpadaju različite osobine, karakteristike i značajke koje promatrač doživljava poželjnima, a koje često ovise o subjektivnom dojmu onoga koji promatra i koji „određuje“ je li tkogod ili štogod <i>cool</i>	Ne uzimaj to srcu, iskuliraj i idemo dalje! / Svi ti njezini ljubomorni ispadi, čangrizavost, nesigurnost, tako je ne cool! / Dakle taj frajer mi je totalno iznenađenje! Najkul lik na partiju!
lajfstajl (<i>lifestyle</i>)	način ili stil života	Ona ko fol hejta <i>lifestyle</i> časopise.
lajkati (lajk, <i>like</i> , lajkanje, polajkati, likeati, likeanje, likanje)	svidati, označiti (internatski sadržaj) oznakom sviđanja	Lajkala sam joj sve postove, a ona meni nijedan! / Čitaš Carvera!? Vau, lajkam! Ljudi inače pojma nemaju o njemu.
launchati (lansiranje, lansirati, <i>launch</i> , launchanje)	lansirati, pokrenuti	Launchamo novu konzolu al ajmo prvo napraviti probu!
<i>lounge</i> (bar)	nema hrvatskog termina; označuje mjesto za opušteno, udobno druženje uz (ne preglasnu) glazbu i piće	Nisam za <i>going out</i> večeras. Premorena sam. Ajmo radije <i>lounge bar</i> tu u prizemlju pa ti sve ispričam.
lanč (lančati, <i>lunch</i> , lunchanje, lunchati)	ručak, ručati	Izgleda više ne lunchaju skupa!

<i>leasing</i> ((uzeti na) <i>leasing</i>)	zajam, zakup	Riječ se gotovo isključivo rabi u izvornom, engleskom obliku: <i>Top management</i> ti ima aute na <i>leasing</i> , ovi drugi uglavnom imaju <i>rent-a-car</i> .
lejm (<i>lame</i>)	dosadno, nezanimljivo, „bezveze“	Čula si pjesmu? Meni je totalno lejm! / Nekul mjesto. Isfurana spika, passe mjuza, <i>creepy</i> likovi, baš ono lejm.
lider (lideršip, <i>leader</i> , <i>leadership</i> (<i>team</i>))	voditelj, vodstvo, uprava	Uvijek kažem, netko može biti šef, ali to ne znači da je lider. / Dobar lideršip za moderne je korporacije ključ uspjeha.
<i>lifting</i>	podizanje	Očito je bila na liftingu! Nemre imati takve jagodice!
<i>limit</i>	granica	Pazite na limite za večeru, u <i>promotional guidelines</i> imate iznose!
<i>link</i> (linkovi, linkati)	veza, poveznica	Dodaj linkove na dno reporta. / Linkaj mi te hotele.
lobi (lobiranje, lobirati, <i>lobby</i>)	skupina za pritisak	Kažem ti, sve ti je to zbog farmaceutskog lobija!
<i>login</i> (logirati se, ulogirati se, loginati se)	prijava, prijaviti se	Neda mi da vidim podatke dok ne napravim login. / *Napomena: u dijelu literature i dostupnih izvora, <i>login</i> se prevodi i kao <i>korisničko ime</i> što nipošto nije točno.

lukati (lukanje, <i>(to) look</i>)	gledati, pogledavati, izgled	Mislim da se lukaju već neko vrijeme. / Podsjeti me da ti ispričam, neki novi lik me lookao na Tinderu! / <i>Look</i> ti je ko i uvijek na visini zadatka!
lurkati (lurkanje, <i>lurker</i>)	kriomice promatrati	Ko zna! Možda neki lurker koji sad čita i uživa kak se mi tu svađamo! / Recite da sam <i>lurker</i> ali ja jednostavno volim čitati, a uključivati se i javno iznositi svoje mišljenje ne volim. / Ma neki bijednik. Vjerojatno doma cijele dane lurka po netu.
luzer (<i>loser</i>)	gubitnik, budala	Mislit će da sam luzer. / Kak da ti ga opišem... znaš ono kad ti je nekog žao... siroti, a k tome i pripiti luzer. / Od cijele škole ti si tog luzera našao slušati?
mačo (<i>matcho</i>)	muževan	Lik je <i>matcho wanabee</i> , ma presmiješan je!
majk (<i>mike, mic</i>)	mikrofon	Nijedan majk nije radio! Glavno da smo mi platili <i>conferencing</i> usluge!
majndfulness (majndful, <i>mindful, mindfulness</i>)	stanje pune svjesnosti, usredotočena svjesnost	U doslovnom prijevodu „punoća uma“, uporaba termina kod nas se izuzetno raširila proteklih godina, a popularizira tehniku

		<p>meditacije kojom se postiže psihofizička uravnoteženost i posebno stanje uma: „puna svjesnost“ ili „puni fokus“. Na Zapadu je <i>mindfulness meditacija</i> doživjela izuzetan porast popularnosti posljednjih desetljeća, a jako je popularna u poslovnom svijetu. / Stara moja, ja ti ova sranja više nebi mogla trpiti bez majndfulnessa. / On ti je baš <i>professional coach</i>, navodno lik ima <i>breaktrough</i> tehnike <i>mindfulnessa</i> tak da jedva čekam! / Nisi čula da su uvrstili Hrvatsku među najbolje europske nacionalne parkove za <i>mindfulness</i>!?</p>
mani (<i>money</i>)	novac	<p><i>Money, money</i> – sigurno je u tome bila stvar. Možeš ti ponuditi benefite kakve oćeš, ak danas ne daješ <i>real money</i> i to za tu poziciju, nemreš dobiti dobre ljude.</p>
mast have (<i>must have, must-have</i>)	nema hrvatske inačice; označuje nešto što je vrlo poželjno i moderno, nešto bez čega se „ne može“; termin se tradicionalno rabi u svijetu mode i ljepote, ali ga	<p><i>High-street</i> tenisice su totalni <i>must-have</i> ove jeseni! / Dobar HR Manager ti je <i>must-have</i> za međuljudske odnose u firmi.</p>

	nalazimo i u drugim područjima	
mejkap (<i>make-up</i>)	<i>make-up</i> ; označava uljepšavanje, njegu lica i tijela, šminkanje	Ne želim fulati poslovni <i>make-up</i> , taj razgovor mi je stvarno bitan! / Bez <i>make-upa</i> ne idem ni do dućana, kaj ti je!
mejlanje (mejl, <i>mail</i> , <i>mailing</i> , mejling, mailati)	(slanje) elektroničke pošte	Mejlala sam joj sve jučer, valjda će se snaći u tom kaosu! / Složila sam ti <i>mailing</i> listu za event.
mejnstrim (<i>mainstream</i>)	glavna struja (u popularnoj kulturi)	Ne, gle, nisi u pravu, Cave nikad nije bio niti će biti <i>mainstream</i> !
menadžerirati (managerirati, <i>management</i> , menagerirati, izmanagerirati)	upravljati	Kaj ti vrijedi autoritet ak ti ne znaš managerirat ljude! <i>Soft skills</i> da izvuče najbolje od ljudi, to je ono kaj pravi lider treba imati.
mergeati (<i>merging</i> , merge)	spojiti, pridružiti	Mergeamo se s GSK!?
mikroblog (<i>microblog</i> , mikrobloganje)	mrežni mikrodnevnik	Super mi je LinkedIn za mikrobloganje. Stavim dvije-tri rečenice s eventa, koju fotku i idealno ak imam video link, i to ti je već poruka prenesena. Nama ti instač ili fejs nemaju smisla za <i>corporate account</i> .
<i>mixed</i> (mixanje, smiksati, smixati, mix, miks)	(po)miješano	Ful su mi <i>mixed emotions</i> . Ipak smo radile skupa 11 godina. / Ajde smixam ti

		<i>smoothie</i> na brzinu da mi ne kolabiraš pred projektorom?
minglati (minglanje, <i> mingle</i> , mingleati, mingling)	hrvatski termin ne postoji; u jednome znači: kretanje uokolo i druženje s grupom ljudi uz neformalnu konverzaciju (ćaskanje)	Minglanje je često na poslovnim okupljanjima gdje se ponekad veći broj ljudi međusobno ne poznaje pa se minglanjem nastoji postići opušteniji ugođaj. Često dolazi uz piće (koktele) i sitne zalogaje (tzv. <i>finger food</i>). Hrvatska već nekoliko godina ima svoj prvi „mingle mall“: Branimir mingle mall u Branimirovoj ulici u Zagrebu. / Znaš da je u minglanju samo Maja jača od mene! / Minglanje sa celebovima? Zvuči <i>wow!</i>
mismeč (<i>mismatch</i>)	uvriježenog termina nema; moglo bi se označiti kao neprikladan ili neprimjeren spoj	Vrlo često u poslovnom svijetu. / Grupe za <i>team building</i> su bile totalni <i>mismatch!</i> / Bezveze sam išao na taj trening, program je za moju rolu ful mismatchan.
mjuza (mjuz, <i>music</i> , <i> mjuzik</i>)	glazba, muzika	Pojačaj tu mjuzu! / Idemo na INmusic ove godine?
<i>mobbing</i> (mobingiranje, mobingirati, mobbingirati, mobanje)	zlostavljanje (na poslu)	Ima tri prijave za <i>mobbing</i> u Globalu? I još je tu!?

<p><i>monitoring</i> (monitor, monitoriranje)</p>	<p>praćenje, analitičko promatranje</p>	<p>Te studije nisu dovoljno monitorirane.</p>
<p><i>multichannel</i> (<i>multichannelling</i>)</p>	<p>multikanalno, višekanalno</p>	<p>To je budućnost uspješne korporacije: <i>cross-functional & multichannel!</i> / Moramo stejkholderima ponuditi nova rješenja i nove kanale komuniciranja u digitalnom dobu! *Napomena: kao vrlo nov termin pojavljuje se u poslovnom svijetu engl. riječ <i>omnichannel</i>, koja se odnosi na višestruke kanale komuniciranja, primarno s vanjskim dionicima, i ponajviše u svjetlu digitalnih platformi i novih načina komuniciranja.</p> <p><i>Omnichannel</i> zapravo uključuje i digitalne i tradicionalne alate, tako da je primjerice osoba na radnom mjestu <i>Omnichannel Specialist</i> u jednoj međunarodnoj korporaciji zadužena za implementaciju optimalnih modela poslovnog komuniciranja koji će omogućiti prenošenje ključnih poruka do ciljanih dionika, koristeći pritom sve</p>

		dostupne (i starije i nove, i digitalne i tradicionalne) alate i rješenja.
<i>multiscreen</i>	višezaslonski	Ček, koliko ja znam MAXtv isto ima <i>multiscreen</i> opciju? Mislim da je njihov To Go čak i bolji.
<i>multitask</i> (<i>multitasking</i> , multitaskanje, multitaskiranje, <i>multitasker</i>)	višezadaćnost	Korporacija bez multitaskinga ti je kao more bez ribe. / Dečko je simpa al iskreno, ne čini mi se da je <i>fast thinking</i> , kamoli <i>multitasker</i> .
moving (muvati (se), <i>moving</i>)	kretanje; intenzivno ili zanimljivo događanje	Tamo je čini se žešći moving, ajmo mi ipak do Kaptol Centra. / Ovdje se noću muvaju sumnjivi tipovi.
naget (nagetsi, <i>nugget</i> , <i>nuggetsi</i>)	medaljon	Ona jede samo nagetse, to je <i>unbelievable!</i> <i>Stripes</i> su ti ista stvar – sve je to <i>chicken</i> iz Mekića – al ne, nema šanse.
net	mreža	Sve ali baš sve je danas na <i>netu!</i>
networking (networkiranje, networkati, networkanje, networkirati, networkiranje)	umrežavanje, povezivanje	Mislim da je najznačajniji output s te regionalne akademije networkiranje. Ok, i za nas kao kompaniju, jer je hrpa udruga sad čula za nas i doživljavaju nas ko partnere. Ali čak najviše zato

		jer smo njima enebalili da se međusobno povežu, kužiš, da se networkaju na razini cijele ExYu regije i da iz toga možda izađu neki super projekti.
nik (<i>nick</i>)	nadimak (od engl. <i>nickname</i>)	Pod kojim nickom igraš?
notifikejšn (<i>notification, notify</i>)	obavijest	Ubit će me ovi notifikejšni, pingaju mi cijelu noć!
nukati (nukanje, nuker)	namjerno brisati (računalne) podatke	Tim nukerima je ful teško stat na kraj.
njuz (njus, njuze, <i>news</i>)	novosti, vijesti	Njuz su danas preloše, fakat se pitam kuda ide ovaj svijet.
njuzleter (<i>newsletter</i>)	glasilo, bilten	To će biti baš naš personalizirani <i>newsletter</i> koji ćemo slati stakeholderima na mjesečnoj bazi.
<i>objective(s)</i>	cilj(evi)	Nisam stigo napraviti kak treba <i>objective</i> za ovu godinu, misliš da će mi kaj reći na <i>year-end discussionu</i> ? / * Napomena: u istom kontekstu osim riječi <i>objective</i> rabi se i riječ <i>target</i> .
oflajn (<i>offlajn, off-line, offline</i>)	koji nije priključen na internet, izvanmrežni	Zna ko kak funkcioniraju Google Maps u oflajn modu?
oftopik (<i>off topic, off-topic, oftopičariti, offtopičariti, off-topicking</i>)	izvan teme, nepovezano s temom	Uvijek isto! Nek mu neko objasni da nemamo vremena za njegova oftopičarenja, điz

		pa spremamo se za <i>business review!</i>
OK (O.K., ok, okej, okey, oki)	u redu, dobro, može	Okej kužim poantu!
olrajt (<i>all right</i>)	u redu, dobro, može	Jesi olrajt?
<i>On-boarding</i> (on bord, on boarding, onboarding, onbording, onboardanje, onbordanje)	U korporativnom svijetu, to je proces učenja i upoznavanja novih zaposlenika s materijalima, politikama i procesima tvrtke	Nije se još ni onboardala, već šefuje! / Ali moraš biti svjesna da drugdje ne prolaze ni blizu ovakav onbording!
<i>on the go</i>	nema hrvatskog termina koji bi u potpunosti prenio značenje; onaj koji pokazuje inicijativu, aktivno se bavi čime, koji je vrlo zaposlen	Pokušavam nam setapirati sastanak al znaš nju, uvijek je <i>on the go</i> .
onlajn (<i>online</i>)	mrežni, na mreži	Nije seenao poruke od jučer popodne, ne kužim kak nije onlajn!?
<i>open-air (event)</i>	izuzetno čest i pomodan termin koji označuje kakvo vanjsko događanje (događanje u vanjskomu prostoru); događanje na otvorenom	Ja bi rek'o da je od open-airova kod nas INmusic najpopularniji. / Vele da će to bit najjače <i>open-air</i> događanje u regiji!
ounanje (ounati, ownanje, ownati, <i>owner; ownership, ouneršip</i>)	U doslovnom prijevodu posjedovanje; u korporativnom svijetu najčešće se koristi za označavanje „vlasnika“ odnosno, voditelja kakve aktivnosti ili projekta	Ko je ouner tog besmislenog projekta? / Jedno je kad samo sudjeluješ, ali ounanje ti je puno ozbiljnije.

outati (outanje, autanje, outati (se))	otkriti (se), u popularnoj frazi „izaći iz ormara“	Cura se outala tek nakon 15 godina kad je već i živjela i radila u Španjolskoj!
<i>outfit</i>	kombinacija (odjevna), izgled	Svaka prigoda zahtijeva svoj <i>outfit!</i>
<i>outplacement</i> (outplaceati, outplejsati, outplejsment)	nema domaćeg naziva; u jednome označuje pružanje potpore radniku koji je dobio (ili će dobiti) otkaz da se čim prije snađe, odnosno da pronade novi posao; može značiti i premještanje u općenitome smislu	Dora je među impaktiranima u Baselu, al sam čula da su joj ponudili <i>outplacement</i> .
<i>output</i> (outputi, autputi)	rezultat, krajnji proizvod	<i>Output</i> cijele ove diskusije je točno šta?
outsourcing (<i>outsource</i> , autsoursanje, autsorsing, outsorsanje, outsourcing, outsorsiranje)	izdvajanje (posla ili poslovne jedinice)	Kod nas tete čistačice još uvijek nisu outsourceane.
overdoz, (overdozirati (se), <i>overdose</i>)	predozirati se	Ubila me ta matura. Dobro da je završilo, mislila sam da ću se overdozirat normićima.
<i>password</i> (pass)	zaporka, lozinka	Pass ti mora bit ful jak tak da koristi brojke i <i>special characters</i> .
parti (<i>party</i> , partijanjanje, partijati, partijaner)	zabava, zabavljanje, zabavljati se	Partijanjanja tipa onog na Zrću nisu mi bila kul ni kad sam imala 18, kamoli sad.
partibrejker (partibrejkerica, <i>partybreaker</i>)	nema uvriježenog domaćeg termina; može se označiti kao onaj koji prekida ili	Zašto si takav partibrejker? Sad se nikom više ne ostaje.

	narušava zabavu, onaj koji (vlastitom negativnošću) pridonosi lošem raspoloženju (u društvu)	
performans (<i>performance, performer</i>)	izvedba	Jesi imao već <i>performance review</i> s novom šeficom? / Koji je to <i>performer</i> ! Zdelegirao je sve na mene, a on kupi svu slavu. Oscara mu treba dati.
pingati (pinganje, <i>ping</i>)	slanjem signala ili poruke provjeravati je li drugo računalo priključeno na mrežu; dozivati/pozivati	Termin se proširio u razgovorni jezik pa se (u smislu obraćanja nekome, pozivanja nekoga ili skretanja nečije pažnje) često mogu čuti formulacije poput: Gdje je Iva? Pingaj ju, kasni već pola sata! ili Pingam ju za ponudu već danima, ali ništa.
pirsing (pirs, pirsanje, <i>piercing</i> , spirsati, spirsan)	ne postoji drugi termin	Skinula je <i>piercing</i> iz nosa, valjda je napokon skužila da joj ne stoji.
plejer (<i>player</i>)	igrač	Nisam fan <i>single player</i> igrica!
pliz (<i>please</i>)	molim (te)	Daj pliz uzmi projektor u Opatiju, kod mene više nema mjesta!
<i>policy shaper</i> (<i>policy shaping</i> , shapeanje politika,	oblikovatelj politika	Toliko novaca, a <i>policy shaperi</i> zbog kojih smo event

šejpanje politika, polisišejperi)		i radili se uopće nisu pojavili!
<i>podcast</i> (podkast, podkasti, <i>podcasts</i>)	rabi se u izvornom obliku: sadržaj koji se emitira na mreži na zahtjev (i kojega korisnici mogu gledati/slušati u vrijeme koje im odgovara)	A neke podcaste u formi intervjua da stavimo na <i>web</i> ?
<i>post</i> (postati, postanje, <i>posting</i>)	objava, objaviti (na internetu)	Mislila sam postati još danas, dok su ljudima svježi dojmovi!
postponati (postponirati, postponanje, <i>postpone</i> , <i>postponing</i>)	odgoditi	Spremam se tri dana, čitam sva moguća <i>interview questions</i> na LinkedInu i ženska mi jutros postpona intervju!
poš (<i>posh</i>)	ne postoji prijevod; u jednome označava: luksuz, eleganciju, visoku modu, otmjene pripadnike „visokog društva“	Gle, večeramo u Dubrovniku koji je sam po sebi top. Stvarno mi ne pada napamet razmišljati jel restač dovoljno <i>posh</i> za naše globalce. ³¹
poukati (pokati, pokeati, <i>poke</i>)	bocnuti koga (na Facebooku) ³²	Pa nisam ti ju dugo vidla, e al čini mi se da me baš nekidan pokeala!
presica (<i>pressica</i> , <i>press</i>)	konferencija za tisak	Hoćemo li uspjet to riješiti prije presice?

³¹ Zanimljivo je primijetiti natpise prema kojima riječ POSH potječe od *port out starboard home*, termina kojim se navodno na prekontinentalnim brodskim linijama između Britanije i Indije označavalo „bolje“ i udobnije kabine za goste koji su si to mogli priuštiti (Merriam-Webster.com). Povijesnih dokaza koji bi te natpise potkrijepili čini se ipak nema, tako da se riječi POSH podrijetlo zapravo ne zna.

³² Korištenjem ikone *poke* koja prikazuje šaku s ispruženim kažiprstom, u namjeri da koga „bocne“, izazove pažnju ili potakne na komunikaciju.

prezentiranje (prezentirati, presentati, <i>presentation</i>)	izlaganje	Tko prezentira? / Sad mi se čini da imam sve pod kontrolom, al znam kad sutra počnem presentati, pojest će me trema ko i uvijek.
presing (<i>pressing, presanje</i>)	pritisak	Nekad sam se, po duši govoreći, lakše nosila sa svim tim presingom.
<i>press clipping</i>	pregled tiska, praćenje tiska (medija)	Odavno smo prestali plaćati agencijama za <i>press clipping</i> .
<i>press release</i>	priopćenje za tisak (medije)	Nema Ane!? X nas zove za <i>brief</i> u 11, ko će napraviti <i>press release</i> !?
profiluša, <i>profile photo</i>	profilna fotografija (za korisnički račun na društvenim mrežama), ženska osoba koja često mijenja profilnu sliku na društvenim mrežama	Sve je to tako fejk...većinu njih da u stvarnosti sretnoš, vjerojatno ih ne bi ni prepoznao po profiluši!
<i>prolong</i> (prolongirati)	produljiti	Prolongirali su mi dedlajn!
pušap (<i>pushup, push-up</i> (bra))	domaći naziv se ne koristi; to bi bio <i>grudnjak koji podiže grudi</i>	Ko još nije čuo za <i>push-up</i> !?
<i>rant</i> (rantanje, <i>ranting, rantanje</i>)	iskazivati ljutnju (putem komentiranja na mreži)	Nisi skužila da stalno ranta? Lik je non-stop <i>pissed off</i> !
refaktorirati (refactorati, refactorirati, <i>refact, refactoring</i>)	restrukturirati (tijelo koda)	Svaki programer mora znat refactorirati.
rajdati (rajdanje, <i>ride, rider, rideati, ridati, ridanje</i>)	voziti (se)	Koji je to bio <i>ride</i> !

<i>random</i> (rendom)	nasumično, slučajno	Umorna sam od tih dejtova! Idući put ću fakat odabrat nekog <i>random</i> lika, možda bolje ispadne nego ovak. / <i>Don't worry</i> oko vizuala, stavi neki <i>random</i> uzorak a ionako ćemo to naknadno mijenjati!
rankati (rankirati, rangirati, <i>rank, ranking</i>)	postaviti ljestvicu ili listu	To mu je vjerojatno najbolji <i>ranking</i> u karijeri!
<i>recharge</i> (<i>re-charge</i> , rechargeati, rechargeati, recharganje, recharganje, ričardž, ričardžanje)	(ponovno) napuniti	Rechargaj baterije, znam da ti je godina bila koma.
rejting (<i>rating</i>)	reputacija, ocjenjivanje, položaj na ljestvici	Jer živimo tu gdje živimo, ti priloži o rejtingu naših političkih stranaka meni nisu čak ni zabavni!
rentati (<i>renting, rent</i>)	uzeti ili dati u najam, iznajmljivati	Svi hrle u Zagreb i svi oće rentati stan! To je dugoročno neodrživo!
rent-a-car	rabi se u izvornom obliku, odnosi se na najam automobila	Iz Dublina Ryanairom, pa rent-a-carom od Budimpešte do Zagreba.
resetirati (resetati, <i>reset</i>)	vratiti u početno stanje (ponovnim pokretanjem)	Resetira se već treći put, nemrem dići Windowse. / Veliki <i>reset</i> , to je ono što svijetu treba.
restartati (<i>restart, restartirati, re-start</i>)	ponovno pokrenuti (računalo)	Uvijek za svaki slučaj prvo restartaj, nekad se problem riješi samo s tim.

restati (restanje, <i>resting</i> , (to) <i>rest</i>)	odmarati se	Restaj se, sutra rano nastavljamo!
<i>restore</i> (restorati, restoranje)	ponovno vratiti (podatke)	Jesi uspjela restorati fajl od jučer?
<i>re-think</i> , <i>rethink</i>	rabi se u izvornom obliku	Sve je više ovakvih frazema u različitim područjima, primjerice u modnoj industriji (<i>rethink fashion</i>) ili u farmaciji (<i>reimagine medicine</i>).
<i>reveal</i> (revealati, revealanje, rivilanje)	otkriti (informacije)	Podaci su od konkurencije ali ne smijemo revealat.
rikvestati (rikvestanje, requestati, requestanje, <i>request</i>)	poslati zahtjev, zatražiti	Rikvestala sam ju još prije sto godina ali uopće nije ni seenala, kamoli acceptala! / Request ti je od jučer na stolu!
rimuvati (removati, <i>remove</i> , removeati)	odstraniti, ukloniti	Daj mi pliz removaj ove čudne znakove!
rimejk (rimejkati, <i>remake</i> , <i>re-make</i>)	rabi se u izvornom terminu, označuje novu verziju čega postojećeg (npr. filma)	Ko normalan ide raditi <i>remake</i> Fight Cluba!?
ringati (<i>ring</i> , ringanje)	nazvati, pozvoniti	Ringam, ali kao da joj Teams ne radi!
rinejm (rinejmati, <i>rename</i> , renamati, renameati)	preimenovati	Rinejmaj file jer ti se neće spremi!
riportati (riport, reportati, <i>report</i> , <i>reporting</i>)	izvijestiti	Reportanje terenaca nam ne štima, sustav nije dobar.
rivju (rivjuati, <i>review</i> , <i>reviewing</i> , reviewati, reviewanje)	pregled	Finalno ću reviewat zadnji dan.

<i>roaming</i> , (biti u) <i>roamingu</i>	izraz u mobilnoj telefoniji postoji i koristi se u ovome obliku već dugi niz godina, bez hrvatske inačice	U Švicarskoj si obavezno aktiviraj <i>roaming plus</i> !
rola (role)	radno mjesto, pozicija u tvrtki, uloga	Sad kad Andreja odlazi, misliš da imaš šanse dobiti njenu rolu?
<i>rollup</i> (<i>roll-up</i> , <i>roll up</i> (<i>banner</i>))	rabi se gotovo isključivo u izvornom terminu; moglo bi se reći: (reklamni) stalak na razvlačenje	Trebali bismo svakako staviti i <i>rollup</i> , možda i dva, da popunimo prostor i da nam štand bolje izgleda.
ruinirati (ruinati, ruiniranje, (to) <i>ruin</i>)	uništiti	Ruinirala mi je cijeli tekst i sad očekuje da taj njezin bulšit prezentiram!
ruming lista (<i>rooming</i> lista)	lista gostiju ili uzvanika, popis gostiju	Jel nam ko fali na <i>rooming</i> listi za Hilton?
sajnapati (sajnapanje, signupati, <i>sign-up</i>)	registrirati se (na internetu), otvoriti korisnički račun	Znaš da se prvo moraš sajnapati!
sajnautati (sajnautanje, sajnoutanje, <i>sign-out</i> , signoutanje)	odjaviti se (na internetu)	Ak se sajnautaš, nemre ti povlačiti podatke.
sajt (<i>site</i>)	mrežno mjesto	Jel mogu s tog sajta filmove skidati?
sejvati (sejvanje, sejv, <i>save</i> , saveati)	sačuvati, pohraniti	Pa bila sam sigurna da mi se sejvalo!
selebrići (selebovi, <i>celebrity</i> , <i>celeb</i> , celebovi)	slavna osoba	Blago nama s takvim celebovima! / Dolaze svi selebritiji!
<i>selfie</i> (selfi)	rabi se u izvornom obliku; na Bolje je hrvatski! predlaže se	Jesi čula da je lik radio <i>selfie</i> pa pao s osamnaestog kata u

	sebić ili samoslika, ali riječi nisu zaživjele	Tokiju!? Prebolesno! / Te selfije odma stavi na instač!
seler (<i>seller</i>)	prodavač, prodavatelj	Jesi provjerila <i>reviews</i> za tog selera na eBaju?
seenati (seenanje, <i>seen</i> , sinanje)	vidjeti, pogledati (pristigli poruku na društvenim mrežama ili nekoj od aplikacija za trenutno dopisivanje)	Seena me al ne odgovara danima! Kaj da radim!?
sendati (sendanje, <i>send</i> , <i>sender</i>)	poslati	Kaj je s WA danas? Poruke mi se opće ne sendaju!
singati (singinganje, <i>singer</i>)	pjevati	Ali fakat, singinganje joj nije jača strana! / Publika je singalongala cijelo vrijeme! *Napomena: singalongati dolazi od <i>sing along</i> , odnosi se na grupno pjevanje publike (primjerice na koncertu)
sisterica (<i>sister</i>)	sestra	Jel ti <i>sister</i> doma?
<i>sitcom</i> (sitkom)	komedija situacije	Radi se o najčešćem obliku zabavnog programa kojeg možemo pratiti na televiziji i različitim novijim platformama. Gotovo se isključivo rabi samo riječ <i>sitcom</i> : Koji su ti favorite sitcomi?
skajpati (skajpanje, skajp, <i>skype</i> , skypati)	komunicirati putem platforme Skype	Skajpanje ko da je danas nekak palo u drugi plan.

skilovi (skilsi, <i>skill</i>)	vještine, znanja	Ali u digital marketingu mora biti osoba s tim skilovima!
skrinšot (<i>screenshot</i> , skrinšotati, skrinšotanje, <i>screenshotati</i>)	slika računalnog zaslona	Daj mi pošalji skrinšot da vidim o čem se radi. / Već sam ti skrinšotala!
skrolati (skrolanje, <i>scroll</i> , <i>scrollati</i>)	pomicati pokazivač kroz tekst (prikazan na ekranu)	Skrolaj niže!
<i>slot</i>	termin, mjesto	Jesi dobio <i>slot</i> za intervju? / Svi slotovi za konferenciju su već popunjeni!
<i>smartphone</i> (smartfon)	pametni telefon	Ne da imaju smartfone od prvog osnovne, imaju ih od jaslica!
smajlič (smajli, <i>smiley</i>)	(emotikon) smješko	Dodam uvijek smajlija na kraju da malo ublažim. :)
snifati (posnifati, snifanje, <i>sniffati</i> , <i>sniff</i>)	(po)mirisati, (po)njušiti	Pes mi jutros snifa po parku ko lud.
snuzati (<i>snooze</i> , snoozati, snuzanje)	nema domaćeg termina; rabi se najčešće u kontekstu postavljanja budilice (alarma) na pametnim telefonima: opcija <i>snooze</i> omogućuje korisniku da odgodi alarm na kraće vrijeme, unutar kojega korisnik telefona može kratko odrijemati (radnja se najčešće odvija opetovano)	Ne mogu si pomoći, snuzam alarm i po sat vremena ujutro!
sori (sorkač, <i>sorry</i>)	oprosti	Sori ali ja sam tu najmanje kriv.

<p>spemanje (spem, <i>spam</i>, spamanje, spamati, <i>spammer</i>, spammati, spammanje)</p>	<p>„zatrjavati“ komu sandučić e-pošte, odašiljati velik broj e-poruka bez pristanka primatelja</p>	<p>Kad krene klasična forvarduša, pada nam sustav! Ne vjerujem da ljudi fakat ne kuže da je to spamanje!</p>
<p>spid (spidi, <i>speed</i>, <i>speedy</i>)</p>	<p>brzina, poletnost</p>	<p>Nema on taj <i>speed</i>, ja stvarno mislim da je ovo za njega prechallenging okruženje.</p>
<p><i>speed dating</i> (spid dejting, spid dejt, spid-dejtanje, spid dejtanje)</p>	<p>termin još nema domaći prijevod pa se koristi u izvornom obliku; možda bi se moglo razmisliti o formulacijama poput brzi spoj, spajanje na brzinu, brzinski spoj, brzo upoznavanje</p>	<p>Vrlo popularan koncept u poslovnome svijetu. Kada primjerice nekoj konferenciji nazoči velik broj ljudi koji se međusobno ne poznaju, tada se (obično na početku programa) organizira <i>speed dating</i> pri čemu svaki od sudionika ima na raspolaganju dvije ili tri minute da porazgovara sa svakim drugim sudionikom. U tome vremenu razmijene se osnovne informacije i steknu prvi dojmovi. Ovaj koncept ipak ne potječe iz poslovnoga svijeta – nastao je pred dvadesetak godina u Los Angelesu kao pokušaj da se mladim i zaposlenim ljudima koji imaju manjak vremena omogući upoznavanje potencijalnih partnera. Koncept je zaživio</p>

		pa se danas, osim u romantičnomu ili poslovnomu smislu, koristi i u akademskom svijetu, primjerice u studentskim interakcijama. ³³
spikanje (spika, spikati, <i>speak</i>)	razgovarati, pričati	Spika mu je ful glupa!
<i>spin-off</i> (<i>spinoff</i> , <i>spin-off</i> (tvrтка), spinof, spin-of, spinofovi, spinofanje)	tvrтка kći, novi izdanak, novi ogranak	Termin koji se izrazito često može čuti posljednjih godina, prije svega u medijima. Isprva ga se rabilo primarno za označavanje postanka nove tvrtke, ali danas je izuzetno čest u zabavnoj industriji pri čemu služi za označavanje serije koja je potekla iz neke druge serije. Gotovo se uvijek rabi engleski termin. / Jel istina kaj čitam jutros o spinoffu Sandoza od Novartisa? / Serija ti je <i>spin-off</i> Obitelji Adams. / I jedno i drugo su spinofovi.
spojlati ((<i>to</i>) <i>spoil</i> , <i>spoiler</i> , spojler, spojlanje)	pokvariti (komu iznenađenje)	Znači, kako mi je Marina jučer spojerala Peaky Blinderse, ubit ću je!

³³ Izvor: Harvard University (ablconnect.harvard.edu.com)

spuki (<i>spooky</i>)	sablasno, jezivo	Misliš da ću nakon ovog <i>spooky</i> filma ić doma pješice!?
stajling (<i>styling, style</i>)	odjevna kombinacija, modna kombinacija	Stajling će mi bit više-manje isti i za dan i za noć. Nemam toliko veliki kofer.
stalkati (<i>stalking, stalker, stalkanje, stokati, stokanje</i>)	uhoditi koga, opsesivno pratiti (na društvenim mrežama)	Ne stalkaš frajera prije prvog dejta! / Masa ljudi ima otvorene lažne profile s kojih stokaju.
<i>stand-up</i> (stendap, stand-upovi, stendupovi, stendapovi)	rabi se samo u izvornom obliku: <i>stand-up</i> komedija, <i>stand-up</i> komičar	Ima zadnjih godina domaćih stand-upova koji nisu loši. Ful iznenađujuće.
<i>state-of-the-art</i>	ne postoji domaći prijevod; u jednome bi moglo obuhvaćati: najnovija tehnološka i znanstvena dostignuća, „posljednju riječ“ u znanosti ili umjetnosti, kakvo revolucionarno dostignuće, koji je neusporedive, vrhunske kvalitete	Naši laboratoriji opremljeni su <i>state-of-the-art</i> tehnologijom. / Na tomu su svjetskome kongresu predstavljena <i>state-of-the-art</i> dostignuća iz područja genetike.
stejkhaus (<i>stakehouse, steak house</i>)	restoran specijaliziran za posluživanje odrezaka	Stari, odvedi tu ekipu u restač X, to je <i>best stakehouse</i> u gradu!
stejkholder (<i>stakeholder</i>)	dioničar, dionik, interesna strana	Zna se komu na ruku ide cijela ova restrukturacija: <i>key stakeholderima!</i>

<p><i>storytelling</i> (<i>storyteller, story, story telling, storiteling, storitelanje</i>)</p>	<p>riječ <i>storytelling</i> iznimno je česta u marketinškom i medijskom prostoru posljednjih godina; nema domaće istoznačnice, a odnosi se na umijeće pričanja (priče) što bi bio gotovo doslovan, a možda i prikladan prijevod</p>	<p>Bez dobrog <i>storytellinga</i> danas nemaš uspješnog brenda. / Dobra priča prodaje sve.</p>
<p>strirati (streamanje, streamati, <i>streaming</i>)</p>	<p>prenositi sadržaj uživo (putem interneta)</p>	<p>Predlažem da streamamo konferenciju direktno sa sajta, da ljudi samo kliknu. *Napomena: riječi <i>streaming</i> i <i>webcast</i> (koja se koristi u jednakoj mjeri) su sinonimi.</p>
<p>strejter (strejt, <i>straight</i>)</p>	<p>ne postoji domaći prijevod; u jednome bi označilo osobu koja vodi zdrav život: ne pije alkohol, ne uzima drogu niti kakve opijate, ne puši, zdravo se hrani, fizički je aktivna</p>	<p>...daj ga pogle... pita za veganski meni, pije sokić od naranče, dobro da nije u biciklističkima došiel. Stari moj, taj ne fata krivine!</p>
<p><i>Summit</i> (samit)</p>	<p>nema hrvatskog termina koji bi u potpunosti prenio značenje, uvjetno bi se mogao koristiti izraz politički susret</p>	<p>Zbog <i>summita</i> je ponovo cijeli centar blokiran, idem obilaznicom.</p>
<p>suportati (suportirati, <i>supporting, support, supportati, suportirati, supportanje, suportanje</i>)</p>	<p>podržavati, pomagati</p>	<p>Već par godina suportiram isti odjel, mislim da mi treba promjena. / Ako nas iz</p>

		kliničkih ne supportaju, nemamo šanse.
surfati (surfanje, prosurfati, <i>surf, surfing</i>)	pretraživati internetski sadržaj	Deal, prosurfam poslije.
šerati (šeranje, <i>share</i> , sherati, sheranje)	podijeliti (na internetu)	Šeraj mi <i>screen</i> da mogu lakše nać di je problem. / Sheranje svega...dokle to ide i šta ćemo sljedeće sherati...sliku s WC-a? / Ajde Tina, share!
šipati (šipanje, <i>(to) ship, shipping</i>)	poslati pošiljku (naručenu preko interneta)	Kolko ti košta šipanje?
šoping (šopingiranje, <i>shopping, shoppingirati</i>)	kupovina, kupovati	Pa jesmo rekli da danas idemo u <i>shopping</i> ? / Žena bolesno šopingira marke, kaj nisi skužila po obleki?
šou (<i>show</i>)	uglavnom se rabi izvorni termin, <i>šou</i> ili <i>show</i> ; čini se da nije pronađen hrvatski termin koji bi obuhvatio sva značenja koja u engleskome <i>show</i> može imati	Počinje novi <i>reality show</i> ! / Neee, to je napravila!? Ta cura je šou!
šoubiznis (<i>showbusiness, show business, showbiz, šoumen, showman</i>)	uglavnom se rabi izvorni termin, ali se ponekad govori i o zabavnoj industriji te o estradi ili estradnim umjetnicima; termin šoumen ili <i>showman</i> dosta se pak često prevodi kao zabavljač	Lista najutjecajnijih ljudi u hrvatskom šoubiznisu? Fakat misliš da to želim čitati?

tagirati (tagiranje, taganje, tag, tagati)	označiti koga ili što (na društvenim mrežama)	Rekla sam ti sto puta, ne stavljam moje fotke na fejs a pogotovo me nemoj tagirati!
tajming (<i>timing</i>)	usklađivanje termina, vremensko usklađivanje	Stari, tajming ti je loš!
targetirati (targetiranje, target, targeting)	usmjeriti (odrediti kao) ciljnu skupinu	Sutra radimo targetiranje, dobro si analizirajte prioritete. / Koji su nam targeti za sljedeći kvartal?
<i>team building</i> (timildanje, timilding)	izgradnja tima; gotovo se isključivo koristi engleski naziv	<i>Golfing club</i> mi se čini super lokacija za <i>team building</i> ! / <i>Team building</i> je na agendi tek treći dan cyclea. / Kak se tebi to činilo? Po meni se nismo baš nekaj zbildali.
<i>teaser</i> (<i>teasing</i> , teasanje, tizati, tizanje)	mamac	Bit će savršena <i>teaser</i> kampanja! Teasat ćemo oko mjesec dana i onda se revealamo oko Božića!
<i>tender</i>	natječaj	Za ovu godinu su nam to ključni tenderi.
tenkju (tenks, tenksić, thanks)	hvala	Tenkju <i>darling</i> , ovo mi baš puno pomaže!
tičer (tičerica, tičanje, teacher, teaching, teachati, teachanje)	učitelj(ica)	Imam novu tičericu plesa, žena je prekul! / Shendlat ćemo nekako. Kad prođem trening, kasnije teacham tebe?
tikati (tikanje, <i>ticking</i>)	označiti (kućicu)	Tikala sam sve opcije da budem sigurna. / Ne zanimaju njih detalji, to su

		turisti po principu <i>tick the box!</i>
tiket (<i>ticket</i>)	ulaznica, karta	Uzmi na Entriju tickete za Morrissey! / Ne znam jel treba tiket ak je besplatno?
<i>too much</i> (tumač)	previše	Sori al ovo mi je fakat tumač!
<i>top</i>	odlično, izvrsno, vrhunski, najbolje	Posljednjih godina primjećuje se masovnija uporaba termina, posebice među mladima: Tenisice su top! / Zabavljali smo se top i onda se zbrejkao zvučnik! / Ovo si napisala top. Možda napokon neko i primijeti te <i>announcemente</i> . / Nisi čuo!? Stvar je <i>number one</i> na svim top listama!
trejdati (trejdanje, <i>to (trade), tradeati</i>)	mijenjati, zamijeniti	Oćemo se trejdat?
<i>trend</i> (trendi, (u) trendu)	opća sklonost ili težnja ka čemu; smjer razvoja; nešto što je moderno ili popularno	Te torbice ti više nisu u trendu. / To furanje na <i>diversity & inclusion</i> ti je ak mene pitaš više kao neki korporativni trend.
trendseter (trendseteri, trendseterica, <i>trendsetter, trendsetting</i>)	lokaliziranog termina nema; može se govoriti o onima koji određuju smjer ili pravac čega, koji su začetnici čega, koji štogod usmjeruju	Trebam to nositi zato kaj trendseterice tak vele!?! / Ovakvu zurku ti sad nose svi trendseteri.
treš (<i>trash</i>)	smeće, nešto što je loše kvalitete	To kaj klinici danas slušaju, to je fakat ali fakat čisti treš.

triggerirati (<i>triggerr</i>)	pokrenuti, potaknuti, izazvati, dati čemu povoda, ili u doslovnom prijevodu „biti čemu okidač“	Slušam <i>explanation</i> . Što je točno triggeriralo ovakve rezultate prodaje?
trolati (trolanje, trollanje, <i>troll, trolling, troller</i>)	postavljati kritične ili uvredljive komentare (na internetu)	Fenomen se smatra oblikom društvene provokacije i nasilja. / A da umjesto tih trolova staviš neki argumentirani komentar? / Nemreš vjerovati koliko ima bolesnika koji se hrane trollanjem.
tvitati (tvitanje, twitati, twitanje, twitovi, Twitter)	komunicirati putem društvene mreže Twitter	Pa i nisu mi baš nešto njegovi twitovi mada on misli da je so cool.
vau (<i>wow</i>)	engl. uzvik koji se često rabi u izvorom obliku	<i>Wow</i> , koji <i>decoration!</i> Jesmo to s nekom agencijom radili?
<i>whatever</i>	što god, ma što, bilo što	U našem se žargonu najčešće upotrebljava da bi se izrazila (ponekad hinjena) ravnodušnost: <i>Whatever!</i> Kao da me briga! / Yeah... Brand Manager, Customer Engagement Manager, Franchise Lead... <i>whatever</i> , stara moja. koju god mi funkciju dali, ne želim s tim likom raditi.
VIP	od engl. skraćenice za <i>very important person</i>	Iznimno se često rabi u poslovnome svijetu, ali i drugdje: Koliko VIP-ova

		imamo na kongresu u Trakošćanu? / Uspjet ćemo dobiti karte, al znaš da su lože uvijek rezervirane za VIP-ove. / Lik misli da je VIP ili kaj!?
viralno (<i>viral</i>)	još nema domaćeg prijevoda; noviji termin odnosno novije značenje riječi viralno: među korisnicima interneta označava iznimno popularan sadržaj koji se internetom širi i pregledava ekstremnom brzinom (kratko vrijeme + masovni pregledi = viralni video)	Video <i>gone viral!</i>
vjuati (vju, <i>view</i> , viewati, viewanje)	vidjeti, pogledati	Viewala sam kaj pišu po tim grupama ali onda sam skužila da nema smisla.
vlog (vloganje, vloger, vlogging, <i>vlogging</i> , <i>vlogger</i>)	internetski videodnevnik (stopljenica od riječi video i blog)	Misliš da je lako biti <i>vlogger</i> ?
vocapati (whatsappati)	dopisivati se putem Whatsapp	Jučer smo vocapale al nije mi niš rekla.
vokati (walkati, walkanje, vokanje, <i>walk</i>)	šetati	Vokamo se svaki dan po Maksimiru.
<i>webinar</i>	mrežni seminar, virtualni seminar	Na to sam se isto već onboardala, samo kroz globalni <i>webinar</i> .
<i>wellness</i>	domaće riječi još uvijek nema; termin je u novije	ASAP mi treba neki <i>wellness!</i>

	vrijeme izuzetno popularan i rabi se isključivo u izvornom obliku	
<i>wording</i> (vording)	izbor riječi	Ajde baci još oko na <i>wording</i> prije slanja u tisak, nekak mi nije sjelo na prvu!
<i>win-win</i>	nema hrvatskog termina; označuje situaciju u kojoj svi dobivaju, koja je pozitivna za sve uključene strane	Gle, Sanji treba mentor jer ne kuži još procedure, Petri je bitno da se pokaže kak ona razvija <i>young talents</i> , tak da je to <i>win-win</i> situacija.
<i>widget</i>	stopljenica od <i>window</i> i <i>gadget</i> , na Bolje je hrvatski! predložena je zamjena mala aplikacija	Samo si stavi <i>widget</i> na početni ekran! / Ovi widgeti su precool!
queryjati (queryanje, <i>query</i>)	(ponovno) preuzimati podatke, povratiti podatke	Imat ću danas queryjane podatke.

Već smo spomenuli da je kraćenje riječi (primarno metodom „clippinga“ i ispuštanja vokala) novi kreativan smjer koji se primjećuje u žargonu. Često upotrebljavane kratice dolaze i iz hrvatskog i iz engleskog jezika pa kao mali dodatak korpusu, donosimo i pregled najčešćih kratica koje se u novije vrijeme mogu vidjeti u svakodnevnoj pisanoj komunikaciji, napose na društvenim mrežama, mrežnim forumima te kroz servise za trenutnu razmjenu poruka. Ovakve se pokraćene riječi nazivaju leksičkim inovacijama, a Tatjana Pišković vezano uz njih kaže: „Leksičke su aktivnosti na društvenim mrežama vrlo dinamične, kreativne i raznovrsne. Očito je da se oblikuje nov leksički sloj vezan za to komunikacijsko polje, pri čemu se stvara dojam kako

se taj leksički fond puni tolikom brzinom da se nameće kao svojevrsan paraleksikon koji subvertira općeuporabni hrvatski leksik.“ (Pišković, 2021: 72)

Tablica 1. Često upotrebljavane kratice u dnevnoj pisanoj komunikaciji izvedene iz hrvatskoga i iz engleskoga jezika

skraćena riječ	značenje
asap	as soon as possible
bff	best friend forever
brb	be right back
btw	between, by the way
bzvz	bezveze
ček	čekaj
dns	danas
ez	easy
fkt	fakat
gtg/g2g	gotta go
hvl	hvala
jčr	jučer
jbt	jebote
ly	love you
mob	mobitel
msm	mislim
neš	nešto
nezz	ne znam
ndms	ne da mi se
nkd	nikad, ali i nekad
nzm	ne znam
nmvz	nema veze
obvz	obavezno

odg	odgovor
lol	laughing out loud
ln	laku noć
lp	lijep pozdrav
odj	odjebi
oki	okej
omg	oh my god
ozb	ozbiljno
pls	please
por	poruka
pozz	pozdrav
sec	just a second
sry	sorry
stv	stvarno
sup	super
tj	tjedan
tkđr	također
tnx	thanks
ugl	uglavnom
včrs	večeras
vjv	vjerojatno (napomena: neispravna pokrata)
zab sam	zaboravio/la sam
zaš	zašto
zjbnc	zajebancija
zkj	zakaj
ž	živjeli!
yolo	you only live once
wtf	what the fuck

Zanimljivo je vidjeti kojom dinamikom i u kojim se sve oblicima ovakve leksičke inovacije javljaju. Osobama koje nisu redovni korisnici društvenih mreža ili nemaju puno doticaja sa žargonskim tvorenicama ovakvi se primjeri vjerojatno mogu činiti iznimno neobičnima i nerazumljivima. No iako je dojam da se stvaraju velikom brzinom i u velikome broju, Pišković (2021) smatra da nema potrebe strahovati od toga da će taj „novi jezični kod“ preuzeti internetsku komunikaciju, ili komunikaciju uopće. Prema njoj, treba uzeti u obzir da su slične pojave već viđane kroz povijest i ne izgubiti iz vida da su svi žargonizmi – pa tako i ovi pomodni – vrlo okazionalnog tipa. Nastaju brzo, ali jednako tako brzo mogu se prestati upotrebljavati i pasti u zaborav – ako određuju jednu generaciju, već sljedeća s njima ne mora imati nikakvih dodirnih točaka. Na kraju, unatoč dojmu u javnosti da se radi o masovnoj pojavi, kada se ovako kraćene riječi (koje čine dnevnu komunikaciju) doista i pobroje, onda se vidi da se u odnosu na „bespuća“ leksika radi zapravo o nevelikom broju.

6. ZAKLJUČAK

U ovome smo radu analizirali često upotrebljavane anglizme u žargonu poslovnih ljudi, računalnih stručnjaka i mladih. Pokušali smo prikazati prijepore koje u hrvatskom društvu uzrokuju anglizmi i to zahvaljujući prije svega učestalosti pojavljivanja novih tvorenica, kao i intenzitetu njihova utjecaja i dosega. Teorijskom analizom i primjerima iz korpusa ukazali smo na učestalost uporabe anglizama kod pripadnika triju ispitivanih skupina, pri čemu smo potvrdili početne postavke istraživanja i osnovnu hipotezu da ispitivane skupine u svojem dnevnom žargonu prednost daju anglizmima nad hrvatskim riječima. Dubljom analizom naših triju skupina dolazimo do zaključka da sve one u svoj govor rado uključuju engleski jezik, koji je za njih, čini se, jezik prestiža. Oni kroz njega potvrđuju povezanost s grupom koje su dio, ali potvrđuju i svoj status u društvu. Svim je trima skupinama zajedničko to da njihovi pripadnici engleske riječi (u prilagođenom i neprilagođenom obliku) vrlo često koriste u svom svakodnevnom govoru, jednako kao što je i pripadnike navedenih skupina moguće podvesti pod zajednički nazivnik u smislu podudaranja često rabljenih termina, nerijetko i u smislu svjetonazora, životnog stila i životnih navika. Analiza nam je pokazala da su se neki engleski termini prilagodili (*brend*, *printati*), dok su drugi ostali poluprilagođeni (*forvardati*, *hejtati*) ili neprilagođeni (*bullying*, *selfie*) – takvih je u posljednje vrijeme izuzetno mnogo, prvenstveno zbog toga što se uslijed dinamike kojom pristižu ne uspijevaju dovoljno brzo prilagoditi. U kontekstu ovoga rada izuzetno je bitno napomenuti da anglizmi ponekad ne ostaju samo u domeni žargona, već ih sve češće vidamo u području kojemu ne pripadaju: naime u medijskome prostoru koji bi se morao služiti isključivo hrvatskim standardnim jezikom, a neformalne oblike komuniciranja izbjegavati. Upravo smo se zato osvrnuli i na činjenicu da u široj javnosti i među stručnjacima raste zabrinutost da bi prečesta uporaba anglizama, dugoročno gledajući, mogla negativno utjecati na standardni hrvatski jezik. Možda zato što je to danas „pomodno“ i izaziva pažnju, u medijima danas anglizme nerijetko susrećemo, a otuda se oni šire dalje u razgovorni jezik, populariziraju se i njihova se uporaba promiče. Tu leži opasnost da bi anglizmi mogli „zalutati“ i u druga standardnojezična područja u kojima im nije mjesto i briga stručnjaka tu ima svoje uporište. S druge pak strane, valja imati na umu da je žargon poseban leksički sloj koji nije i ne treba se doživljavati prijetnjom standardnomu jeziku. Vidjeli smo da je tvorba riječi u žargonu jedinstvena te da je karakterizira spontanost i kreativnost, no isto tako i prolaznost, podložnost

promjeni. Znamo da se jezik neprestano razvija i mijenja i da se to događa nekako usporedo s društveno-tehnološkim napretkom. Budući da nove pojave u svim sferama (shodno i termini za njih) nastaju brže nego ikada prije, posuđivanje je iz drugih jezika (tako i engleskoga) ponekad korisno, a ponekad i nužno. U svjetlu rastućih globalizacijskih utjecaja, ne treba očekivati da će dominacija engleskoga jezika slabjeti. Štoviše, kako ističe Nives Opačić, „globalizacija se može činiti procesom koji će rezultirati gubitkom nacionalnih identiteta. No ona će, poglavito na jezičnom planu, ubirati svoj danak onom brzinom i onim intenzitetom koliko joj to mi sami budemo dopuštali.“ (Opačić, 2006: 27) Unatoč činjenici da engleski jezik bez dvojbe utječe na nacionalne jezike i da dugoročno gledano u odnosu na našu kulturu – koju se može svrstati u kulturu malih naroda i jezika (Opačić, 2006: 24) – pitanje mogućeg „potiskivanja“ jezika ostaje otvorenim, opravdano je zaključiti da će budućnost hrvatskoga jezika i to koliko i kako ćemo ga graditi ovisiti o nama samima. Pri tome će veliku korist donijeti sustavno i kontinuirano osvještavanje, senzibiliziranje pa i opismenjavanje i obrazovanje javnosti, jer je vrlo važno da široka populacija razlikuje kontekst i razumije funkcionalne stilove hrvatskoga jezika te zna razlučiti što je potrebna ili primjerena uporaba engleskih riječi i anglizama, a što ipak nije. Poznavanje (vlastitoga) jezika veliko je bogatstvo kojega je potrebno očuvati, a svijest o tomu posebice je važno usaditi mlađim generacijama, što će s obzirom na sve navedeno za nas kao društvo biti ujedno i najveći izazov. Misao vodilja čini se jednostavnom: izrecimo hrvatskim jezikom sve ono što je hrvatskim jezikom moguće izreći i nemojmo rabiti anglizme (ali ni engleske riječi) ako za time nema nikakve potrebe. U tom svjetlu, ostaje nam da nastavimo kao i do sada normirati sve ono nazivlje koje je u danom formatu i vremenskim okvirima moguće normirati, ali imajmo pritom na umu da je mentalnu granicu moguće i potrebno povući te da – zahvaljujući svim njegovim karakteristikama, a posebice prolaznosti – žargon (pa tako ni anglizme u žargonu, posebice novotvorene) ne treba nužno doživljavati prijjetnjom, dokle god oni ostaju u domeni žargona. Stoga je u potonjemu ključ: zadržati anglizme u okviru žargona te izvan okvira standardnog hrvatskog jezika.

7. LITERATURA I IZVORI

Anić, V. (2004) *Veliki rječnik hrvatskoga jezika*. Zagreb: Novi liber.

Badurina, L. (2007) Jezik i njegove službe. *Fluminensia* 19/1, 165-190.

Bolje je hrvatski! [<http://bolje.hr/>] Datum pristupanja 3. srpnja 2023.

Bugarski, R. (2003) *Žargon: lingvistička studija*. Beograd: Biblioteka XX vek.

Halonja, A.; Mihaljević, M. (2012) *Od računalnoga žargona do računalnoga nazivlja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.

Hamm, J. (1939/1940) Dvije-tri o govoru zagrebačkih srednjoškolaca. *Nastavni vjesnik* 48(4), 549-564.

Hudeček, L.; Krampus, V.; Pavičić, M.; Alebić, L.; Alvarez, F.; Halužan, M.; Juričević, I.; Muminović, I.; Vasilj, I. (2023) *Rječnik novinarskoga žargona*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.

Kuzmanović, M. (1970) Kreativnost žargonske tvorbe. *Umjetnost riječi* 1/2, 129-135.

Marković, I. (2009) Tri nehrvatske tvorbe: infiksacija, reduplikacija, fuzija. *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 35/1, 217–241.

Mihaljević, M. (1993) Anglizam ili anglicizam? *Jezik* 41/4, 114.

Mihaljević, M. (2015) Žargonizmi kao značajka razgovornoga funkcionalnoga stila. U: *Nestandardni hrvatski jezik prema standardnom hrvatskom jeziku*. Suvala, Anđa; Pandžić, Jasna (ur.) 117-130. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje; Agencija za odgoj i obrazovanje.

Mikić Čolić, A. (2018) Tvorbeni postupci u žargonu: jezična kreativnost i/ili posuđivanje. *Od norme do uporabe 1*. Mlikota, Jadranka (ur.) 232-252. Osijek: Filozofski fakultet Osijek, Hrvatska sveučilišna naklada.

Muhvić-Dimanovski, V. (2002) Žargonizmi u dvojezičnom rječniku, *Filologija* 38-39, 75-82.

Opačić, N. (2007) Prodor engleskih riječi u hrvatski jezik. *Jezik* 54/1, 22-27.

Pišković, T. (2021) Hrvatsko rječotvorje na društvenim mrežama. U: *Periferno u hrvatskom jeziku, kulturi i društvu. Zbornik radova međunarodnog kroatističkog skupa*. 67-94. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

Sabljak, T. (2013) *Rječnik hrvatskoga žargona*. Treće dopunjeno izdanje. Zagreb: Profil.

Silić, J. (2006) *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Zagreb: Disput.

Skelin Horvat, A.; Muhvić-Dimanovski, V. (2010) Država u banani i mrak sniženja – žargonizmi u razgovornom jeziku. U: Mildner, Vesna; Liker, Marko (ur.) *Proizvodnja i percepcija govora*. 371-395. Zagreb: FF press.

Vresnik, V. (2023) Propast ili potpuni globalni monopol, *Jutarnji list*, izdanje od 2. rujna, 2-3.

8. ŽIVOTOPIS

Ana Maretić Sekulić rođena je u Zagrebu 3. svibnja 1982. godine. Osnovnu i srednju školu završila je u Zagrebu, dok je na Učiteljskom fakultetu u Petrinji 2003. godine diplomirala predškolski odgoj. Sveučilišna magistra politologije postaje 2017. godine kada na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu brani temu pod naslovom Nacionalizam među mladima u suvremenoj Hrvatskoj. Od 2006. godine radi za švicarsku farmaceutsku kompaniju Novartis, gdje je zaposlena kao Specijalist za komunikacije i odnose s javnošću za jadransku regiju. Sve od 2004. godine do danas radi i kao honorarni prevoditelj s engleskoga na hrvatski jezik, surađujući s nizom domaćih i stranih tvrtki. Član je globalne zajednice profesionalnih prevoditelja i tumača Proz.