

Neologizmi u žargonu mladih

Buljan, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:964620>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-30**



FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Preddiplomski jednopredmetni studij Hrvatskog jezika i književnosti

Ana Buljan

Neologizmi u žargonu mladih

Završni rad

Mentorica: doc. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Osijek, 2021.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za hrvatski jezik i književnost

Preddiplomski jednopredmetni studij Hrvatskog jezika i književnosti

Ana Buljan

Neologizmi u žargonu mladih

Završni rad

Humanističke znanosti, filologija, kroatistika

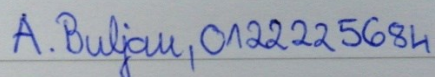
Mentorica: doc. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Osijek, 2021.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravila te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni. Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasna da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku 1. rujna 2021.



A. Buljan, 0122225684

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. KOMUNIKACIJA I DRUŠTVO.....	2
2.1. Jezik i mladi.....	3
3. NEOLOGIZMI	4
3.1. Određenje.....	4
3.2. Kategorije.....	5
4. ŽARGON.....	7
5. ISTRAŽIVANJE	8
5.1. Metodologija rada	8
5.2. Korpus.....	8
5.3. Analiza	9
5.3.1. Skraćivanje.....	10
5.3.1.1. Skraćivanje višečlanih izraza – univerbizacija.....	10
5.3.1.2. Skraćivanje višesložnih riječi.....	12
5.3.1.3. Tvorba skraćenica i rezanje.....	13
5.3.2. Sufiksacija.....	13
5.3.3. Proširivanje.....	14
6. ZAKLJUČAK.....	15
7. LITERATURA.....	16
8. PRILOZI.....	18

Sažetak

U ovome se radu govori o uporabi neologizama u žargonu mladih. Cilj je ovoga rada analiza prikupljenih neologizama s obzirom na tvorbene postupke po kojima su nastali. Za početak će se najprije istaknuti poveznica jezika i društva, posebice mlađih generacija. Nadalje, slijedi teorijski dio u kojem će se govoriti o teorijskom određenju, ali i o kategorizaciji neologizama. Nakon toga, slijede primjeri neologizama prikupljeni anketiranjem mladih na području grada Orahovice. Prikupljeni neologizmi bit će prikazani tablično, a provedeno je i njihovo analiziranje s obzirom na tvorbene postupke kojima nastaju. Na kraju rada nalazi se zaključak koji će utvrditi koji je tvorbeni postupak najzastupljeniji u tvorbi neologizama u žargonu mlađe populacije na orahovačkom području.

Ključne riječi: neologizmi, žargon, tvorbeni postupci, jezik, mladi

1. UVOD

Ovim radom analiziraju se neologizmi u žargonu mladih. Analiza se provodi anketom mlađih govornika hrvatskoga jezika na području grada Orahovice.

U drugom poglavlju rada reći će se nešto o povezanosti komunikacije i društva. Posebna pozornost bit će usmjerena na mlade govornike hrvatskog jezika.

Treće poglavlje posvećeno je neologizmima. Ono nudi teorijske podatke o definiranju, ali i o podjeli neologizama.

Četvrto poglavlje upoznaće nas s govornom inačicom koju nazivamo žargon. Istaknut će se definicija žargona, ali i objasniti njegov značaj.

Peto poglavlje ujedno je i najvažnije poglavlje, ali i bit ovoga rada. Analizirat će se neologizmi u žargonu mladih, prikupljeni anketnim upitnikom koji je dan na ispunjavanje mlađim govornicima hrvatskoga jezika, koji borave na području grada Orahovice. Analiza neologizama bit će provedena s obzirom na tvorbene postupke prema kojima nastaju.

U šestom poglavlju rada, iznijet će se i sažeti analiza anketnog istraživanja neologizama u žargonu mladih, ali i objasniti koji je od tvorbenih postupaka najučestaliji.

Posljednje poglavlje rada navodi literaturu koja je korištena u svrhu pisanja ovoga rada. Također, uvršten je i prilog anketnog upitnika.

2. KOMUNIKACIJA I DRUŠTVO

Od pojave prvih ljudi pa sve do danas, čovjek pokušava uspostaviti komunikaciju ponajprije govorom, a zatim uvođenjem znakova. Komunikacija koju danas poznajemo uvelike je oblikovana drugim istaknutim pojmom, društvom, koje se temelji na komunikaciji. Komunikacija je određena kao proces „prijenosa i razmjene informacija, signala, poruka i podataka na svaki način“ (Malović 2014: 43). Može se ostvarivati govorom ili pismom, neverbalnim znakovima, osobno ili preko medija, a za cilj uzima prijenos podataka ili informacija. Da komunikacija ovisi o društvu vidljivo je i u nizu političkih, socioloških, kulturoloških promjena čiji je uzrok samo društvo, a one neposredno ili posredno imaju veliki utjecaj na jezične promjene. Budući da jezik ne može bez društva u kojem se ostvaruje i obrnuto, to nam ukazuje da se određene promjene u društvu reflektiraju na promjene u jeziku (npr. pojavom novoga proizvoda u društvu potrebno je taj proizvod imenovati u jeziku). Kod imenovanja novog proizvoda u jeziku treba istaknuti dva vrlo važna i uvelike kontradiktorna pojma, *jezični purizam* i *jezično posuđivanje*. Jezični purizam definira se kao „izraz želje jezične zajednice (ili nekog njezina dijela) da sačuva jezični oblik, ili da ga ukloni, da se navodne strane elemente ili druge elemente smatra nepoželjnim (uključujući one koji potječu iz dijalekata, sociolekata i stilova istoga jezika)” (Mićanović 2006). Upravo jezični puristi upućuju na proces kvarenja izvornog jezika i staju nasuprot uvođenju novih riječi. Oni smatraju da posuđenice ne treba uvoditi u jezik, već da je za novu riječ potrebno stvoriti nov naziv, po uzoru na jezik u koji treba biti uvedena. Drugi pojam koji je vrlo važan jest i jezično posuđivanje. Posuđivanje je proces preuzimanja jezičnih jedinica iz jednoga jezika u drugi. Može biti posuđena jedna riječ, sveza riječi ili čitave konstrukcije (Frančić, Hudeček, Mihaljević 2005: 206). Preuzimanje jezičnih jedinica iz drugog jezika u ovome će radu biti razmatrano na primjeru neologizama u žargonu mladih govornika hrvatskog jezika, koji borave na prostoru grada Orahovice.

2.1. Jezik i mladi

Kao što je već ranije istaknuto dinamika društvenih procesa zahvaća sve društvene slojeve, uzrokujući jezične promjene, a to je posebice vidljivo u jeziku mladih jer se oni razvijaju pod utjecajem znanstveno-tehnoloških napredaka, to jest mladi postaju nositeljima promjena u jeziku jer se društvene, kulturne, političke i gospodarske promjene očituju i zrcale putem jezika koji koriste. Mladi se rađaju u novome dobu i u trenutcima razvoja „novoga“ jezika, a Nikolić-Hoyt (2006) naziva ih *globalnim tinejdžerima*. Globalni su tinejdžeri pripadnici mlade populacije koja živi u gradovima, središtima protoka ljudi, roba i ideja. Djelovanjem novih medija, koji transcendiraju teritorijalne i jezične podjele, oni participiraju u popularnim kulturama i subkulturnim trendovima (Nikolić-Hoyt 2006: 499). Posebnu ulogu ima i utjecaj drugih jezika na hrvatski, materinski jezik. Najistaknutiji od svih je engleski jezik, koji je danas temeljno sredstvo sporazumijevanja i komunikacije u svijetu, on postaje jezikom bez kojega je opća komunikacija izvan granica republike nemoguća. On kao globalni jezik svakodnevno jača i postaje primarnim medijem u svjetskoj komunikaciji, stoga je i dio ovoga rada posvećen engleskim riječima koje sve više ulaze u hrvatski jezik. Zahvaljujući tehnološkim inovacijama, mediji imaju vodeću ulogu u prenošenju, prihvaćanju i mijenjanju postojećih jezičnih kodova. Veće promjene posljedica su rastuće informatizacije društva, čemu se društvo ne može oduprijeti. Popularni i suvremeni mediji tako prenose razne informacije o modi, glazbi, sportu, knjigama, literaturi uopće, a sve su to diskursi koji olakšavaju i pridonose lakšemu (i bržemu) utjecaju stranih jezika. Kulturu mladih obilježava i njihov jezik, koji je vrlo često sklon modifikacijama. Uporaba novih riječi, mijenjanje značenja starim riječima, stvaranje vlastitih izraza, korištenje engleskih riječi, vulgarizmi, žargonizmi, posebne stilizacije u govoru i pismu samo su neke od značajki jezika današnjih mladih. Upravo ove navedene značajke jezika mladih bit će temeljem proučavanja i analize ovoga rada.

3. NEOLOGIZMI

3.1. Određenje

O neologizmima se detaljno u hrvatskoj znanosti nije pisalo mnogo, no unatoč tome postoji nekoliko definicija. U ovome radu koristimo se definicijom Rikarda Simeona (1969: 904–905), koji za neologizam tvrdi da je „jezična novotvorevina, novo iskovana i još ne općenito prihvaćena riječ ili izraz; kovanje i upotreba starih riječi u novom značenju; riječ, izraz, konstrukcija koja je nedavno ušla u jezik“, koju proširujemo jer u neologizme ubrajamo ne samo novotvorene riječi nego i posuđenice. Uz definiciju R. Simeona treba istaknuti i onu Anića i Klaića (2001: 945): „(...) novotvorina; strast za uvođenjem novotvorina; gram. nova riječ napravljena po uzoru na strane jezike, kovanica, stara riječ s novim značenjem, (...)“ jer, pored prvotne definicije Rikarda Simeona, naglašava i uvodi mogućnost nastanka neologizma i tvorbenim ugledanjem na strane jezike. Neologizmi svojom pojavom izazivaju procese prilagodbe govornika o njihovome kratkotrajnom korištenju, usvajanju ili potpunome odbijanju. Riječ je, kako to navodi Muhvić-Dimanovski (2005), o tome da se neologizam definira kao nova riječ, dok je upitno hoće li se ona leksikalizirati, odnosno postati dijelom opće jezične uporabe. Zanimljivo je da neologizme pronalazimo i u predgovorima rječnika jer se neologizmi, vrlo često, uvrštavaju i u rječnik. Zašto i zbog čega neologizmi nastaju objašnjava Muhvić-Dimanovski (2005). Prvi razlog nastanka jest pojava novih predmeta, pojmova i pojava kojima treba nadjenuti ime. Drugi razlog nastanka je novi naziv kao dodatak već postojećem koji se objašnjava na tri načina. Prvi način su ekspresivni nazivi koji označuju vulgarne, eufemističke i druge ekspresivne nazive. Osim ekspresivnih naziva postoje i oni stilistički koji označavaju oblike žargona, formalnog ili neformalnog govora dok treći način novih naziva obuhvaća pragmatičke faktore kao što su jezična ekonomija, estetski razlozi ili pomodni trendovi. Osim prva dva načina nastanka neologizama tu je i treći način koji tvrdi da je uzrok nastanka samih neologizama povijesni ili politički. Muhvić-Dimanovski (2005) također navodi da zapravo svi neologizmi – osim onih posuđenih iz drugih jezika – nastaju iz velikoga korpusa već postojećih jezičnih elemenata, samo u novim kombinacijama. Također, ova autorica navodi i podjelu neologizama na denominativne (denotativne i konotativne neologizme), nastale iz potrebe za imenovanjem novih predmeta i pojava koji u sve većoj mjeri ulaze u jezik primatelj, te stilističke neologizme, nastale iz estetskih razloga, koji se ne zadržavaju u općemu leksiku (Muhvić-Dimanovski 2005).

3.2. Kategorije neologizama

3.2.1. Posuđenice

Posuđenice sačinjavaju najveći dio neologističkog fonda jer je logički za očekivati da svaka nova riječ koja uđe u jezik neće moći biti prevedena. U nekim je jezicima zbog izrazito purističkoga stava broj posuđenica u cjelokupnome korpusu neologizama manji, nego u onima gdje je stupanj purizma mnogo veći. Među posuđenicama danas su najzastupljenije riječi engleskog, odnosno američkog podrijetla koje sve više prodiru u sve jezike svijeta, a nazivamo ih *anglizmi*. Osim toga u posuđenice ubrajamo i „posuđene riječi koje označuju specifičnosti pojedinoga naroda” (Hrvatski jezični savjetnik 2002), *egzotizmi*.

3.2.2. Pseudoposuđenice

Osim posuđenica, zasigurno treba istaknuti i pseudoposuđenice ili prividne posuđenice. One predstavljaju novinu jer ne postoje kao model u stranome jeziku, nego se oblikuju u nekom drugom jeziku. Filipović (1986; 1990) navodi primjere relativno čestih pseudoanglizama u hrvatskome koji završavaju na *-er* ili *-ist*: engleskoj se riječi dodaje sufiks koji je identičan u engleskome, ali tih konkretnih riječi u engleskom nema. Primjeri pseudoanglizama u hrvatskome koji završavaju na *-eri* *-ist* jesu: *kečer*, *teniser* (u hrvatskom *tenisač*), *džezer*, *kombajner*, *nokauter*. Ovdje se također mogu navesti i novije tvorbe te vrste primjerice *darker*, *kuler*, ali i pseudoanglizmi kao što su *farmerke*, *fudbalerka*, *basket*. Osim pseudoanglizama treba istaknuti i pseudogermanizme koji također pridonose stvaranju novih riječi. Za primjer uzimamo naziv *šmeker* – osoba koja je izbirljiva ukusa, ili *špagerica* – cipela s užetom.

3.3.3. Domaće nove riječi

Potreba za takvim novim riječima veže se uz intenzivnija društveno-politička događanja, ali i uvođenje novih administrativnih mjera karakterističnih isključivo za određeno područje. U takvim se situacijama ne posuđuju riječi iz stranog jezika, nego jezik koristi svoje zalihe koje ima otprije. Za primjer domaćih novih riječi navodimo nekoliko karakterističnih naziva koji obilježavaju razdoblje 1980-ih godina. Neki od njih su *jogurt-revolucija*, *foteljaš* i *vatrogasne mjere*.

3.3.4. Nove – stare riječi

Iako sam naziv ove vrste neologizama prvotno podsjeća na oživljenice, ovdje je ipak riječ o starim riječima koje su iz različitih razloga bile potisnute u pasivni leksik pa su nekom znamenitom razdoblju revitalizirane. Primjera takvih riječi u svim je jezicima mnogo: neke su prostorno ograničene, dok su druge u velikoj mjeri rasprostranjene širom svijeta. Muhvić-Dinamovski (2006: 51) Nove-stare riječi jesu *globalizacija, tranzicija, eko, terorizam*.

4. ŽARGON

„Nove su riječi, kao što smo već spomenuli, česte u razgovornom jeziku, a još više u žargonu. Poznato je da se upravo u tom jezičnom registru s mnogo maštovitosti stvaraju nove riječi od kojih mnoge ne samo da opstaju u jeziku, nego i prelaze u viši sloj, dakle razgovorni jezik, a ponekad čak i u standard.“ Muhvić-Dinamovski (2006: 53). Oko ove jezične varijante također pronalazimo veliki broj definicija. Bugarski (2006) žargonom naziva „svaku neslužbenu i službenu govornu inačicu nekog jezika koja služi za identifikaciju i komunikaciju unutar neke društveno određene grupe – po profesiji, društvenom statusu, uzrastu i slično – čije članove povezuje zajednički interes ili način života, a koja uz to može biti i prostorno omeđena.“ Žargon dijeli na *stručni*, *subkulturni* i *omladinski* tip. Za subkulturni i omladinski tip žargona, nama ujedno tematski i najzanimljiviji, tvrdi da obiluju maštovitim i kretivnim riječima, da su nerazumljivi izvan grupe te da se od svih vrsta jezičnih inačica mijenjaju najbrže. *Rječnik stranih riječi* (2002) navodi da je žargon pokvaren govor, osobit govor, poseban govor nekog društvenog staleža. *Hrvatski enciklopedijski rječnik* (2002) određuje žargon 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 službenome nazivlju, osobit po tome što je riječima preuzetim iz govornoga jezika pridodao nova značenja koja često nisu razumljiva onima izvan struke.“ Brojni su neologizmi koji pripadaju različitim žargonima mladih govornika – *sačekuša* – napad iz zasjede, *sponzoruša* – žena koja se kreće u društvu bogatih, popularnih muškaraca, *fejstić* – aplikacija Facebook.

5. ISTRAŽIVANJE ŽARGONA ORAHOVAČKE MLADEŽI

5.1. Metodologija

Prva faza istraživanja žargona orahovačke mladeži bila je sustavno prikupljanje građe, odnosno primjera neologizama u svakodnevnim komunikacijskim situacijama. Građa je prikupljena bilježenjem neologizama koji se koriste u usmenoj, svakodnevnoj komunikaciji te u pisanoj komunikaciji, ponajviše Facebook i Instagram, odnosno na društvenim mrežama. Drugu fazu istraživanja predstavljalo je sastavljanje ankete u koju su uvršteni prikupljeni neologizmi, a rješavali su ju orahovački srednjoškolci i studenti. Anketa je predana mladima na rješavanje te je u anketi sudjelovalo trideset ispitanika. Anketiranje je provedeno u prosincu 2019. godine. Ispitanici su u anketi među ponuđenim neologizmima morali zaokružiti jedan koji najčešće upotrebljavaju u svakodnevnom govoru, a osim toga bilo im je omogućeno i bilježenje njihovih primjera. U nastavku će se rada izdvojeni neologizmi analizirati prema tvorbenim postupcima kojima su nastali te će se na temelju toga zaključiti koji su tvorbeni postupci najzastupljeniji i zašto.

5.2. Korpus

Korpus prikupljenih riječi anketiranjem orahovačke mladeži prikazat će se u nastavku, a zatim će posebna pozornost biti usmjerena na tvorbene postupke leksema pomoću kojih nastaju.

Tablica 1. Popis prikupljenih neologizama (65)

ODJEĆA OBUĆA/ HRANA I PIĆE/ STVARI	IMENOVANJE LJUDI/MEĐULJUDSKI ODNOSI/ OSOBINE	MJESTA/ DRUŠTVO SREDSTVO	POSALO/ I DRUŠTVENE MREŽE/ TEHNOLOGIJA
<i>minjak</i>	<i>finjak</i>	<i>robnjak</i>	<i>mobač</i>
<i>minić</i>	<i>mračnjak</i>	<i>minimalac</i>	<i>mobić</i>
<i>dopičnjak</i>	<i>agresivac</i>	<i>benzinac</i>	<i>Instač</i>
<i>rimljanke</i>	<i>depresivac</i>	<i>restač</i>	<i>Instić</i>
<i>cvike</i>	<i>štedljivac</i>	<i>diskač</i>	<i>telkač</i>
<i>farmerice</i>	<i>mutavac</i>	<i>kafić</i>	<i>kompić</i>
<i>hudica</i>	<i>matorka</i>	<i>helić</i>	<i>Fejs</i>
<i>dukserica</i>	<i>profić</i>		<i>Fejsić</i>
<i>topić</i>	<i>instagramuša</i>		<i>Insta</i>
<i>pederuša</i>	<i>eventuša</i>		<i>Snep</i>
<i>dezić</i>	<i>frikuša</i>		<i>filmčina</i>
<i>hambić</i>	<i>likuša</i>		<i>vjv</i>
<i>činke</i>	<i>prostakuša</i>		<i>nmg</i>
<i>burger</i>	<i>cajkaroš</i>		<i>vlt</i>
<i>bespla</i>	<i>ženskaroš</i>		<i>tnx</i>
	<i>alkos</i>		<i>fb</i>
	<i>zimkulja</i>		<i>Ig</i>
	<i>gužvara</i>		<i>plz</i>
	<i>mračina</i>		<i>OMG</i>
	<i>dočekuša</i>		<i>LOL</i>
			<i>pon</i>
			<i>nezz</i>
			<i>pozz</i>
			<i>odg</i>

5.3. Analiza

Bugarski (2009: 160) ističe da tvorbu riječi u žargonu karakterizira anonimnost, spontanost i kreativnost. Kreativnost se ne očituje samo pronalaskom novih jezičnih elemenata, nego uporabom već postojećih elemenata na nove načine. „Takav pristup čini popis individualnim, necjelovitim i teško dostupnim, ali s druge strane, pouzdanija, odnosno bolja metoda prikupljanja žargonskoga korpusa do sada nije utvrđena.“ (Pintarić 2010:93)

Po uzoru na taj postupak prikupljen je korpus koji se sastoji od 65 žargonskih riječi koje će u nastavku ovoga rada biti analizirane s tvorbenog stajališta. Važno je za naglasiti da su sve riječi potvrđene u uporabi.

Tri temeljna plodna postupka u tvorbi žargonskoga leksika u korpusu: skraćivanje riječi, sufiksacija te proširivanje riječi. Izrazom *skraćivanje* obuhvaćeni su svi tvorbeni postupcima kojima se postojeće riječi skraćuju „rezanjem“ ili skraćivanjem u kombinaciji sa sufiksacijom, zatim stapanje dviju riječi u jednu pri čemu se jedna ili obje riječi također skraćuju te univerbizacija, odnosno nastanak jedne riječi od višičlanog izraza. Proširivanje riječi vrši se najčešće dodavanjem sufiksa, kako bi se postigao specifičan stilski učinak, dok sufiksacija podrazumijeva nastanak nove riječi kombinacijom osnove i sufiksa koji može biti domaćega ili stranog podrijetla. (Mikić Čolić 2018)

5.3.1. Skraćivanje

Skraćivanje riječi izvodi se stapanjem, univerbizacijom, skraćivanjem u kombinaciji sa sufiksacijom, „rezanjem“ te tvorbom skraćenica. Svim je nabrojanim postupcima zajedničko nastojanje da se izraz ekonomizira, a razlog tome, smatra Pintarić (2010: 100–101) krije se u brzini koju nameće suvremeni način života, lijenosti te želji da se osvježi, odnosno emotivno pojača dojam što ga govornik želi ostaviti na sugovornika. U nastavku ovoga poglavlja, istaknuti će se leksemi nastali po uzoru na ove tvorbene postupke.

5.3.1.1. Skraćivanje višičlanih izraza – univerbizacija

Univerbizaciju Pintarić (2010: 100) određuje kao skraćivanje naziva s dvije riječi u jednu izvedenicu. Taj postupak uz skraćivanje uključuje i sufiksaciju. Najplodniji univerbizacijski sufiksi jesu: *-jak/-njak*, *-ka*, *-ica* i *-ić*.

Univerbizacija sufiksima *-jak/-njak*. Sufiksom *-jak* izvedenice se najčešće tvore od pridjeva koji završavaju na *-n*, dok izvedenice sa sufiksom *-njak* proizlaze iz imeničkih, pridjevnih i glagolskih osnova. Babić (1991: 109) navodi na da je riječ o slabo plodnim sufiksima, no broj ponuđenih primjera upućuje na promjene u plodnosti u posljednjih dvadesetak godina. Mikić Čolić (2018) tvrdi da tvorba ovim sufiksima u žargonu rezultira univerbiziranim riječima kojima je stilska vrijednost promijenjena. Iz korpusa riječi koje smo prikupili u ovu skupinu

pripadaju leksemi; *minjak* i *dopičnjak*. Navedeni leksemi nastali su univerbizacijom sufiksa *-jak*, odnosno *-njak*. Riječi *minjak* i *dopičnjak* odjevni su predmeti, odnosno koriste se za imenovanje vrlo kratke suknje, pri čemu treba istaknuti da je *minjak* mnogo manje stilski obilježen od riječi *dopičnjak*, dok se u izrazu *dopičnjak* lako uočava promijenjena/pojačana stilski vrijednost, ali i pejorativnost. Univerbizacijom sufiksa *-jak* nastaju i primjeri orahovačke mladeži koje pronalazimo u korpusu: *finjak* ('ozbiljna i elegantna situacija'), *robnjak* ('robna kuća'), *mračnjak* ('loša situacija'). I ovdje se, kao i kod stapanja, može govoriti o utjecaju medija na plodnost tvorbenih postupaka koji zadovoljavaju potrebu za ekonomičnošću, jezgrovitošću i domišljatošću u izražavanju. Iako se takvi izrazi smatraju stilski obilježenima i ograničenima na vokabular mlađih generacija, broj primjera koji se navode u rječnicima daje zaključak da se takve riječi sve češće pojavljuju i u svakodnevnom leksiku.

Univerbizacija sufiksom *-ac*. Mikić Čolić (2018) navodi da se u otpridjevnoj tvorbi sufiksom *-ac* krate osnove i to uglavnom one preuzete od latinskih pridjeva na *-ivan*, *-alan* i *-aran*. Tako se u primjerima *agresivan* i *depresivan*, koje pronalazimo u korpusu gubi *-n* te nastaju oblici koji su spretno u uporabi orahovačke mladeži – *agresivac*, *depresivac*. Osim navedenih izraza, primjeri nastali univerbizacijom sufiksa *-ac* jesu: *minimalac* ('minimalni iznos plaće'), *benzinac* ('auto koji koristi benzin'), *štedljivac* ('osoba koja štedi novac'), *mutavac*, *mulac* ('nespretna osoba').

Univerbizacija sufiksom *-ka*. Babić (2002) piše da se sufiksom *-ka* imenice tvore od imenica, pridjeva, glagola, brojeva i priloga. Sufiksom *-ka* tvore se imenice od imenica svih rodova svih sklonidbenih tipova. Primjeri iz korpusa riječi prikupljeni anketiranjem orahovačke mladeži nastali univerbizacijom sufiksa *-ka* su: *rimljanke* ('sandale s remenčićima'), *cvike* ('naočale'), *matorka* ('starija žena'). „Pretpostavlja se da su od takvih i sličnih oblika, semantičkim pomakom, odnosno metamorfizacijom, nastali suvremeni žargonski oblici (*matorac*, *matorka*: „*star muškarac*, *žena*“)" (Mikić Čolić 2018).

Univerbizacija sufiksom *-ica*. Babić(2002) navodi da na sufiks *-ica* završava trideset i jedan sufiks u hrvatskome jeziku: *-ajica*, *-alica*, *-anica* itd. Sufiks *-ica* jedan je od najplodnijih imeničkih sufiksa, a njegovu zastupljenost pronalazimo i ovome korpusu. Njime se imenice tvore od imenica, pridjeva, brojeva, glagola, ali i priloga. U korpusu se pojavljuje primjer *farmerice* u značenju hlače od traperera, jeans hlače. Taj primjer potječe od engleske riječi *farmer*, a označava osobu koja se bavi poljoprivredom koja je nosila hlače od čvrstog materijala. Osim *farmerica* orahovačka mladež u svojem žargonu koristi i izraze poput *hudica* i *dukserica*.

I jedan i drugi naziv označavaju sportske majice s kapuljačama, a potječu iz engleskog jezika, *duks* i *hoodie*.

Univerbizacija sufiksom *-ić*. Budući da se sufiks *-ić* u tvorbenim opisima najčešće povezuje s deminutativnim značenjem, primjer *minić* u potpunosti odgovara tvorbenome opisu (kratka suknja). Osim vrlo kratke suknje, sufiks *-ić* univerbizacijom tvori i naziv za vrlo kratku majicu, koju orahovačka mladež naziva *topić*.

5.3.1.2. Skraćivanje višesložnih riječi

Kako bi komunikacija bila što brža i lakša, ne krato se samo riječi već i višesložni izrazi. Najplodniji sufiksi ove tvorbe su: *-ač* i *-ić*.

Skraćivanje sufiksom *-ač*. S tradicionalnog gledišta imenice sa sufiksom *-ač* tvore se uglavnom od glagolskih osnova, a od ostalih osnova vrlo rijetko. Da tomu nije uvijek tako, dokaz su i primjeri koje pronalazimo u korpusu nastalom anketiranjem orahovačkih govornika u kojemu žargonske riječi nastale sufiksom *-ač* nisu izvedene od glagola: *mobač* (mobitel), *Instač* (aplikacija Instagram), *restač* (restoran). Iako su takve riječi uglavnom ograničene na uporabu u određenim generacijskim ili društvenim skupinama, sve je više primjera koji iz žargona ulaze u razgovorni jezik. U ovim primjerima riječ je o imenicama koje imaju okrnjenu imeničku osnovu, a pripadaju isključivo žargonu te predstavljaju skraćene oblike imenica mobitel, Instagram, restoran, a tvorene su sufiksima *-ač/-kač*. „Ujedno, tvorba imenica sufiksom *-ač* od imeničkih osnova predstavlja odmak od tvorbene tradicije jer takvi slučajevi nisu zabilježeni u ranijim tvorbenim opisima, kao ni u rječnicima gdje se *-ač* također opisuje kao isključivo odglagolski sufiks. (Mikić Čolić 2018). Skupini odimeničkih žargonizama na *-ač* pripadaju i primjeri iz korpusa: *diskač*, *telkač* kao posljedica nerazlikovanja fonema č i ć.

Skraćivanje sufiksom *-ić*. Tim sufiksom tvore se imenice koje nastaju od pokraćenih osnovna stranih riječi oblikom dužih imenica, koje također pronalazimo u korpusu: *dez(ić)* > dezodorans, *prof(ić)* > profesionalac, *Kafić* > Caffè bar, *mob(ić)* > mobitel, *komp(ić)* > kompjuter, *helić* > helikopter, *Fejs(ić)* > Facebook, *Inst(ić)* > Instagram, *hamb(ić)* > hamburger. „Takvim načinom tvorbe ne mijenja se značenje imenice, ali mijenja se njezina stilska vrijednost. Riječ je o tvorbi karakterističnoj za žargon, a odatle se takve tvorenice prelijevaju u razgovorni jezik.“ (Mikić Čolić 2018) Kada je riječ o navedenim primjerima na *-ić* Mikić Čolić (2018) upućuje na zaključak da je riječ o vrlo plodnom načinu tvorbe. Ona također tvrdi da je

sufiks *-ić* inače plodan sufiks, da su imenice koje sudjeluju u tvorbi većinom stranoga podrijetla te da su skraćeni oblici riječi naišli na plodno tlo suvremenih medija koji neprestano zagovaraju ekonomičnost i sažetost.

5.3.1.3. Tvorba skraćenica i rezanje

Do pojave novih medija i novih načina na koje svakodnevno komuniciramo, skraćenice, kao obilježje uglavnom pisanog jezika, nisu uzimane u obzir kada se govorilo o žargonu, odnosno varijetetu koji se, gotovo isključio, ostvaruje u govoru.“ (Skelin Horvat, Muhvić-Dinamovski , 2010: 338) Da se to promijenilo vidljivo je u pojavi društvenih mreža, brojnih aplikacija i tehnologija koje nam omogućavaju što bržu i lakšu komunikaciju. Mikić Čolić (2018) navodi tri modela nastanka skraćenica u hrvatskome jeziku: skraćenice nastale uzorkom početnih slova, skraćenice nastale uzorkom početnih slogova te one nastale kombinacijom prethodna dva uzorka. Međutim, skraćenice zabilježene u ovome korpusu nisu nastale nijednim od tih uzoraka. One nastaju novim uzorkom koji je suglasnički. Taj uzorak podrazumijeva ispuštanje samoglasnika te nastaju oblici kao što su: *vjv* (vjerojatno), *nmg* (ne mogu), *vlt* (volim te) *tnx* (*thanx* – hvala), *fb* (Facebook), *Ig* (Instagram), *plz* (*please*). Takvo skraćivanje omogućeno je zbog tvrdnje da oko obuhvaća čitavu riječ jednako brzo kao i slovo, što je dokazao još i Cattell davne 1855. Kao još jedan primjer skraćivanja riječi navodimo i kratice *OMG* > *Oh My God*, *LOL* > *Lot Of Laugh* koje proizlaze sve jačim utjecajem stranih, točnije američkih, medija. Na granicu slogovnih uzorka i rezanja uvrštavamo primjere iz korpusa: *pon* > ponedjeljak, *nezz* > ne znam, *pozz* > pozdrav, *odg* > odgovor, a primjeri rezanja su: *bespla* > besplatno, *Fejs* > Facebook, *Insta* > Instagram, *Snep* > Snapchat. Filipan-Žigniće (2012) navodi da pri takvom nastanku oblika dominiraju spontanost, površnost i prolaznost. Međutim, Mikić Čolić (2018) tvrdi da se bez obzira na ekonomičnost koja se postiže rezanjem u skraćenicama treba gledati primjere ludizma i jezične kreativnosti, a ne razaranja i uništavanja jezika.

5.3.2. Sufiksacija

Govoreći o plodnim sufiksima u žargonu, Bugarski (2009) dijeli ih na žargonske i na žargonizirane. Žargonski su oni sufiksi koji su u standardnome jeziku slabo plodni ili neplodni, a to bi u hrvatskome jeziku bili sufiksi: *-iška*, *-oš*, *-ijaner*, *-otka*, *-os* i slični. Žargonizirane sufikse tvorimo sufiksima: *-jak/ -njak*, *-ić*, *-ac*, *-ač*, i sufiks *-ka*.

U ovome korpusu posebno je istaknut sufiks *-uša*. Imenice tim sufiksom izvode se od imenica, pridjeva i glagola s različitim značenjima te su većinom stilski obilježeni. Imenice iz korpusa tvorene sufiksom *-uša* za imenovanje ženske osobe su: *instagramuša* > osoba koja je popularna na Instagramu, *eventuša* > osoba koja pohđa društvena događanja ili evente, *frikuša* > osoba koja je po nečemu posebna, *likuša* > imenovanje određene ženske osobe, *prostakuša* > osoba koja je prosta. Osim za imenovanje ženske osobe sufiksa *-uša* koristi se i u imenovanju hrane: *podriguša* > salama, *dočekuša* > piće dobrodošlice, ali i za imenovanje odjevnih predmeta: *pederuša* > torba oko struka. „Širenjem imenica izvedenih sufiksom *-uša* u upotrebi, od žargona mladih do razgovornoga jezika, taj je sufiks s tvorbenih margina došao u središte pozornosti govornika zbog jake stilske obilježenosti, odnosno evidentne pogrdnosti koju riječi dobivaju njegovim dodavanjem te se može očekivati njegovo daljnje širenje u upotrebi. (Mikić Čolić 2018)

Osim sufiksa *-uša* u korpusu se ističu i nazivi sa sufiksima *-oš* i *-os*. Babić (2002) naglašava da su imenice koje završavaju na *-aroš* izvedene sufiksom *-oš* te da se taj završetak razvio u sufiks *-aroš*. Tim se sufiksom tvore imenice od glagolskih, ali i imeničkih osnova. Primjeri prikupljeni anketiranjem orahovačkih govornika su: *cajkaroš* > muška osoba koja sluša cajke ili turbofolk, *ženskaroš* > muškarac koji često mijenja djevojke. Osim sufiksa *-oš* pronalazimo i jedan primjer sa sufiksom *-os*: *alkos* > osoba koja voli piti. Imenica *alkos* stilski je obilježena, baš kao i imenice sa sufiksom *-oš*.

5.3.3. Proširivanje

Suprotno postupku skraćivanja, nalazi se proširivanje koje na stilskom planu pridonosi jednoj od temeljnih funkcija žargona – slikovitosti. Proširivanjem je u korpusu nastalo samo nekoliko primjera: *zimkulja* > zima, *gužvara* > gužva, *mračina* > mrak i *filmčina* > film. U navedenim primjerima vidljivo je da dodavanjem sufiksa ne mijenja se značenje riječi, već se ono samo emotivno pojačava. „Upravo u težnjama da se izraz udalji od standardnojezičnoga te da se izražavanje učini što slikovitijim i impresivnijim, koje ujedno predstavljaju temeljna načela suvremenog načina komuniciranja, mogu se tražiti razlozi nastanka proširenih oblika kojima se postiže, unatoč neekonomičnosti, upravo taj učinak.“ (Mikić Čolić 2018)

5. ZAKLJUČAK

Ovim radom potvrđena je tvrdnja da žargon i standardni jezik jedno bez drugoga ne mogu funkcionirati. Anketiranjem orahovačke mladeži vidjeli smo da je priljev novih riječi u hrvatski jezik posljedica sve bržeg i lakšeg načina života, ali i komunikacije, pri čemu mlade generacije govornika hrvatskog jezika imaju veliku ulogu. Upravo su oni najviše izloženi tehnološkim napretcima, ali i društvenim mrežama, čiji je utjecaj na promjene u jeziku vrlo velik. Tri temeljna načina u nastanku neologizama jesu skraćivanje (stapanje, univerbizacija, skraćivanje i sufiksacija te rezanje i tvorba skraćenica), sufiksacija i proširivanje. Na temelju prikupljenih primjera anketiranjem orahovačke mladeži kao najplodniji sufiksi pojavljuju se: -uša, -ić, -ač. Sufiks -ić izrazito je plodan, a pronalazimo ga u primjerima: *Instić, Fejsić, kafić, minić, kompić, mobić*. Osim sufiksa -ić veliku zastupljenost u korpusu pronalazimo i sufiksom -ač u riječima *mobač, Insač, telkač*. Svi spomenuti primjeri neologizama nastali su skraćivanjem višečlanih izraza, odnosno skraćivanjem višesložnih riječi (univerbizacijom), što ovaj način nastanka neologizama u žargonu orahovačke mladeži svrstava u jedan od najplodnijih tvorbenih postupaka. Osim navedenih sufiksa, treba istaknuti i sufikse -uša/ -oš kojima orahovačka mladež stvara nazive za ženske osobe kao npr. *instagramuša, likuša, frikuša*, zatim nazivlje za hranu i piće *podriguša i dočekuša*, ali i nazive za muške osobe kao što su *cajkaroš i ženskaroš*. Budući da su svi navedeni primjeri nastali sufiksacijom, i ovaj tvorbeni postupak dijeli prvo mjesto u nastanku neologizama u žargonu orahovačke mladeži. Drugi po zastupljenosti je postupak skraćivanja ili rezanja, što ne iznenađuje jer su društvene mreže postale glavnim sredstvom komunikacije među mladima, a njihov je cilj brži i lakši prijenos informacija i poruka. Takvi primjeri neologizama nastali skraćivanjem su *vjv, nmg, plz, LOL, OMG*, a primjeri rezanja očituju se u leksemima *Insta, Snep, Fejs*. Proces suprotan skraćivanju, proširivanje, ovom se anketom pokazao kao najmanje plodan, a primjeri za takav nastanak neologizama u žargonu su: *zimkulja, mračina, filmčina, gužvara*. Zaključujemo da se kao najplodniji i najzastupljeniji tvorbeni postupak javljaju skraćivanje i sufiksacija, postupci kojima smo dobili najviše neologizama. Takva činjenica ne iznenađuje s obzirom na suvremeno i moderno društvo u kojemu živimo, a kojemu je cilj uštedjeti vrijeme prijena informacija i stvaranje što kraćih poruka.

6. LITERATURA

1. Anić, Šime; Klaić, Nikola; Domović, Želimir, *Rječnik stranih riječi: tuđice, posuđenice, izrazi, kratice i fraze*. Sani-plus, Zagreb, 2002.
2. Anić, Vladimir; Brozović Rončević, Dunja; Goldstein, Ivo; Goldstein, Slavko; Jojić, Ljiljana; Matasović, Ranko, *Hrvatski enciklopedijski rječnik*. Novi Liber, Zagreb, 2002.
3. Babić, Stjepan, *Tvorba riječi u hrvatskome književnome jeziku*. HAZU. Nakladni zavod Globus, Zagreb, 2002.
4. Barić, Eugenija i sur., *Hrvatski jezični savjetnik*. Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Pergamena – Školska knjiga, Zagreb, 2002.
5. Bugarski, Ranko, *Žargon*. Biblioteka XX vek, Beograd, 2006.
6. Bugarski, Ranko, *Evropa u jeziku*. Biblioteka XX vek, Beograd, 2009.
7. Filipović, Rudolf, *Teorija jezika u kontaktu*. Uvod u lingvistiku jezičnih dodira. Školska knjiga, Zagreb, 1986.
8. Frančić, Anđela, Hudeček, Lana, Mihaljević, Milica, *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*. Zagreb, 2005.
9. Malović, Stjepan (ur.), *Masovno komuniciranje*. Golden marketing – Tehnička knjiga, Zagreb, 2014.
10. Mićanović, Krešimir, *Hrvatski s naglaskom: standard i jezični varijeteti*. Disput, Zagreb, 2006.
11. Mikić Čolić, Ana, Tvorbeni postupci u žargonu: jezična kreativnost i/ili posuđivanje. *Od norme do uporabe 1*, ur. Jadranka Mlikota, Filozofski fakultet Osijek, Hrvatska sveučilišna naklada, Osijek, str. 232–252, 2018.
12. Muhvić-Dimanovski, Vesna, *Neologizmi, problemi teorije i primjene*. Zavod za lingvistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu: Zagreb, 2005.
13. . Nikolić-Hoyt, Anja, Uloga popularnih i novih medija u jeziku globalnih tinejdžera. *Jezik i mediji, Jedan jezik: više svjetova*, ur. Granić, Jagoda (i ur.), Zagreb, HDPL, str. 495–502, 2006.
14. Pintarić, Neda, Tvorbeni postupci u poljskom i hrvatskom razgovornom jeziku. *Filologija*. 55: str. 89–104, 2010.
15. Simeon, Rikard, *Enciklopedijski rječnik lingvističkog nazivlja*. 1. sv., Matica hrvatska, Zagreb, 1969.

16. Skelin-Horvat, Anita, *Hrvatski sleng kao odraz identiteta mladih*. Doktorska disertacija. Filozofski fakultet, Zagreb, 2009.
17. Župarić – Aničić, Irena, *Neologizmi u žargonu osječkih studenata*, Diplomski rad, Filozofski fakultet, Osijek, 2019.

7. PRILOZI

Prilog 1. Anketni list

Anketni list

ODJEĆA I OBUĆA/ HRANA I PIĆE/ STVARI

Kako biste još nazvali *kratku majicu*?

- a) maja
- b) topić

Kako biste još nazvali *malenu torbicu koja se nosi oko struka*?

Kako biste još nazvali *naočale*?

- a) cvike
- b) cvikse

Kako biste još nazvali *kratku suknju*?

- a) minjak
- b) minić
- c) dopičnjak

Kako nazivate *sandale s remenčićima*?

- a) rimljanke
- b) sandalice

Kako biste još nazvali *traperice*?

- a) farmerice

b) trapke

Kako biste još nazvali *sportsku majicu s kapuljačom*?

- a) hudica
- b) dukserica

Kako biste još nazvali *dezodorans*?

- a) dezić
- b) miris

Kako biste još nazvali *hamburger*?

- a) hambić
- b) burger

Kako biste još nazvali *palačinke*?

- a) činke
- b) činkice

Kako biste rekli da je neka hrana *besplatna*?

- a) bespla
- b) džaba
- c) mukte

IMENOVANJE LJUDI/ MEĐULJUDSKI ODNOSI/ OSOBINE

Kako biste još nazvali *dotjeranu situaciju* ili *dogadaj*?

- a) finjak
- b) ležernjak

Kako biste još nazvali *tužnu* i *agresivnu osobu*?

- a) Agresivac, depresivac
- b) Agresivač, depresivač

Kako biste još nazvali *osobu koja štedi*, a kako *osobu koja ne razumije sve što joj kažete*?

Kako biste nazvali *osobu koja pohađa različita poznata događanja*, a *da je ujedno i popularna na instagramu*?

Kako biste nazvali *mušku osobu koja ima puno djevojaka*, a kako *mušku osobu koja sluša turbofolk (cajke)*?

Kako biste još nazvali *zimu*?

- a) zimara
- b) zimkulja

Kako biste još nazvali *gužvu* i *mrak*?

- a) gužvara
- b) gužvetina
- c) mrakčina
- d) mračina

MJESTA/ POSAO/ DRUŠTVO I SREDSTVO

Kako biste još nazvali *prodavaonicu robe*?

- a) robnjak
- b) robna kuća

Kako biste još nazvali *mjesto za izlazak*?

- a) diskač
- b) diskoteka

Kako biste još nazvali *restoran*, a kako *Café bar*?

Kako biste još nazvali *minimalnu plaću*, a kako *auto koji vozi na benzin*?

DRUŠTVENE MREŽE / TEHNOLOGIJA

Kako još nazivate *mobitel*?

- a) mobač
- b) mobić
- c) mob

Kako biste još nazvali *Instagram*?

- a) instač
- b) instić
- c) ig
- d) insta

Kako biste još nazvali *TV*?

- a) telkač
- b) telka
- c) televizor

Kako još nazivate *računalo*?

- a) komp
- b) kompić

Koje još nazive koristite za *Facebook*?

- a) fejs
- b) fejsić
- c) fb

Kako još nazivate *Snapchat*?

- a) snep
- b) snepić

Kojom kraticom pišete navede riječi?

- a) *Vjerojatno* _____
- b) *Ne mogu* _____
- c) *Volim te* _____
- d) *Hvala* _____
- e) *Molim te* _____
- f) *Ne znam* _____
- g) *Pozdrav* _____
- h) *Odgovor* _____