

УДК 811.163.41:[004.774+07+339.138+659]

811.111'25=163.41'20"

811.163.41'373.43:[001.4:004]'20"

Лазар Бошковић

(АгитПРОП, Београд)

СРПСКИ ЈЕЗИК И ДИГИТАЛНА ТЕХНОЛОГИЈА: ПРАКСА, ПРОБЛЕМИ, ЗАБЛУДЕ, РЕШЕЊА И ПРЕПОРУКЕ

Новоречје, 5, 2023, бр. 8.

Текст је настао на основу 30 година искуства и професионалног ангажмана у четири области комуникације: медији, маркетинг, односи с јавношћу и интернет продукција. Аутор се стално налазио на линији прожимања српског језика и нових комуникационих пракси и технологија, које су скоро 100% засноване на енглеском језику. Све четири поменуте делатности у области комуникације, већ деценијама уназад, пате од недостатка доследне и потпуно дефинисане стручне терминологије на српском језику. Ипак, за потребе овог текста, фокус ће бити на појмовима из новије праксе, од тренутка када су наш физички свет и дигитални свет постали дубоко испреплетени, пре неких петнаестак година. Примери погрешног превођења са енглеског на српски, чак и за једноставне и јасне појмове, довели су до тога да су „друштвени медији“ непотребно и чудно прекрштени у „социјалне мреже“. Део овог текста је посвећен и потреби стварања нових српских речи за нове дигиталне појмове, којих је све више. Аутор преноси и своја сазнања настала током рада на књизи „Речник интернета и дигиталне комуникације“.

Кључне речи: дигитална технологија, дигитална комуникација, интернет, веб, онлајн, домени, англосрпски, ћирилица, превођење, медији, маркетинг, интернет, стандарди, фонтови.

КАКО ЈЕ СВЕ ПОЧЕЛО? И ЗАШТО ЈОШ УВЕК НИЈЕ ЗАВРШЕНО?

Како помирити лингвисте и инжењере, језичаре и ајтијевце? Вероватно је прецизније питање: Како да стручњаци за језичка питања и стручњаци за дигиталну технологију нађу заједнички језик? Иако тај језик већ постоји – српски!

Како да обе стране не збуњују обичне кориснике српског језика? По природи посла, они први не познају довољно дигиталну технологију изван граница сазнања обичног корисника, а ови други не маре претерано за језичка питања и дражи им је „србиш“ и („ошишана“) латиница.

Тај проблем несарадње те две битне струке постоји већ деценијама и много је старији од појаве интернета у нашим животима, а појавио се негде са првим рачунарима и тастатурама за њих. У тим временима је, силом прилика, морало да се пише „ошишаном“ латиницом, а за „наша“ слова (у оба писма) морао је да се користи Јуски, некадашњи незванични стандард по коме су Аски (енг. ASCII) фонтови на силу прерађивани тако да имају и домаћа слова, заменом неких мање коришћених знакова.

Интернет и његова терминологија су се деценијама, и у свету и у Србији, развијали у круговима ентузијаста, претежно техничке струке, којима језичка питања нису била високо на листи приоритета. Код нас постоје и бројни друштвени (а и политички) узроци зашто је српски језички простор још увек недовољно уређен у области терминологије савремене технологије.

Појава интернета и општеприсутних дигиталних уређаја је само почачала нагомилане и нерешаване проблеме до граница апсурда. Главне техничке проблеме српског језика и ћирилице су решавале мултинационалне софтверске компаније, у пакету са другим неенглеским и нелатиничним језицима и писмима. Нажалост, бројни проблеми који су наше, локалне природе, остајали су нерешени или непотпуно решени.

Јуникод (енг. Unicode)¹ је универзални стандард за кôдирање знакова, и служи као основа за обраду, складиштење и размену текстуалних података на било ком светском писму, у свим видовима употребе информационих технологија. Постоји више од 30 година, тренутно подржава 161 писмо, а садржи око 150.000 знакова, и у сталном је развоју.

УТФ-8 је стандардни облик Јуникода на интернету, јер покрива сва светска писма живих језика. Кôдирање текста у УТФ-8 представља сваки Јуникодов знак са једним до четири бајта, па је тако један бајт за стандардна енглеска слова и симболе, два бајта за додатне латинице и средњоисточне знакове и три бајта за азијске знакове, а додатни знакови се представљају помоћу четири бајта.

Добра вест: не постоји „ошишана“ ћирилица, тако да они који је користе могу одавно да пишу на нормалан начин, помоћу Јуникода и УТФ-8. **Лоша вест:** највећи број корисника и даље не зна да аутоматско пресловљање текста у смеру из ћирилице у латиницу не прави проблеме, док су у супротном смеру (из латинице у ћирилицу) многе грешке неизбежне (стране речи, мерне јединице, адресе е-поште, веб-адресе...), јер неки делови текста постану исписани погрешним писмом. Дакле, до нас је, није до технологије.

¹ <https://home.unicode.org/>

СТАНДАРДИ ПОСТОЈЕ ОДАВНО, АЛИ СУ МНОГИМА НЕПОЗНАТИ

Српска ћирилица је званично писмо српског језика у Републици Србији, не само по Уставу наше државе и Закону о службеној употреби језика и писама, већ и по **међународним стандардима**²:

- *ISO/IEC 8859-5:1999 – Информациона технологија – 8-битни једнобајтни кодирани графички знакови – Део 5: Латинички/Ћирилички алфабет*, одређује скуп знакова за ћирилицу и важи за језике: бугарски, белоруски, македонски, руски, српски и украјински;
- *ISO 15924:2023 – Кодови за представљање назива писама*, по коме ћирилица има код и број Cyrl 220, а алиас јој је Cyrillic, што је уједно и њен Јуникод назив;
- *ISO 639-2:2018 – Кодови за представљање назива језика – Део 2 Алфа 3 код*, у којима је српски језик означен са „sr“, трословни код језика је „srp“, основни локални ИД је „sr-Cyrl-RS“, а приказ назива при подешавању тастатуре је „Serbian (Cyrillic, Serbia)“;
- *ISO 9:1995 – Информације и документација – Транслитерација ћириличких у латиничке знакове за словенске и несловенске језике*.

У складу са општим цивилизацијским начелима, Унеско је 2003. усвојио и *Препоруку за промовисање и коришћење вишејезичности и универзалног приступа сајбер простору*, којом се захтева равноправно коришћење различитих језика и писама у оквиру глобалне интернет мреже. Међутим, у појединим круговима у Србији и даље постоје бројне **заблуде о употреби ћирилице на интернету**³, као што су: да Гугл не воли ћирилицу, да нема довољно ћириличких фонтова, да је тешко претварање текста из латинице у ћирилицу, да друштвени медији не раде са ћирилицом, да дигитални уређаји не раде са ћирилицом...

Чињенице, ипак, говоре потпуно супротно, јер су такве врсте проблема отклоњене одавно – већина њих 100%, а неки у довољној мери да више и нису проблем. Испоставило се да су узроци за некоришћење ћирилице на интернету много баналније природе – од основног техничког незнања и површне незаинтересованости, до лоших навика корисника дигиталних технологија, али и деценијама упијане мржње према свему што има придев „српски“.

Постоји и чест проблем са курзивом у ћирилицу, чије решење је веома једноставно, али је и сам проблем релативно непознат, чак и у стручној јавности – не само код ИТ стручњака, већ и код језичких стручњака. Наиме, **курзивна слова „г“, „т“, „д“ и „п“ се разликују у српској и руској ћирилицу**, те због тога треба обратити пажњу при избору фонтова, јер

² <https://www.iso.org/standards.html>

³ <https://agitprop.rs/zablude-o-cirilici-na-internetu/>

многи од њих не садрже потребне облике за српски ћирилички стандард. Како изгледа та разлика, показује следећа слика, преузета са **веб-сајта Типометар**⁴:

0433	0434	043F	0442
z	đ	n	m
F6C4	F6C6	F6C7	F6C8
ī	g	ī	ī̄

На веб-сајту Типометар, који води екипа стручњака за типографију са Факултета примењених уметности у Београду, постоји и већи број типографских писама (и фонтова из тих фамилија) која су наменски дизајнирана за српску ћирилицу.

ПРАВОПИСНЕ НЕСУГЛАСИЦЕ ОКО ДИГИТАЛНИХ ПОЈМОВА

Током две године рада на мом „Речнику интернета и дигиталне комуникације : енглеско-српски“ (Београд: mCloud, 2021)⁵ схватио сам зашто су малобројна домаћа издања те врсте, иако у српској пословној и друштвеној пракси постоји потреба за таквим приручником и појмовником.

Кренимо од основног појма – интернет. Како гласи придев од речи „интернет“? Нажалост, у српском језику се није усталио логичан придев „интернетски“, за разлику од неких других словенских језика. То је за последицу имало преузимање начина писања из енглеског језика (интернет домен, интернет маркетинг...).

Међутим, домаћи језички стручњаци се нису сложили да ли у том случају треба да се пише цртица између речи, тј. „интернет-НЕШТО“ или само „интернет НЕШТО“. За појмове „веб“ и „онлајн“, од којих и није прикладно правити придеве на начин близак српском језику, постоји преовлађујуће гледиште да иза њих иде цртица (веб-сајт, онлајн-медији...), ка-

⁴ <https://tipometar.org/kolumne/InDesignLokalizacija/Index.html>

⁵ <https://recnikinternet.rs/>

да се користе као директне позајмљенице из енглеског језика или полусложенице.

Ево како су спојев и придеви који садрже реч „интернет“, **на три различита начина**, дати у референтној домаћој језичкој литератури:

1. „Правопис српскога језика“ (Нови Сад: Матица српска, 2020):
(тачка 86)

„в. спојев и придеви чији је први члан изван оваквих веза такође променљив и има општитију (самосталну) употребу:

[...] интернет адреса, интернет страница [...].“

2. „Речник српскога језика“ (Нови Сад: Матица српска, 2018):
(страна 447)

„интернетски, -а, -о који се односи на интернет, који је у вези с интернетом: ~ веза.“

3. „Велики речник страних речи и израза“ (Нови Сад: Прометеј, 2008):

(страна 531)

„интернет-адреса, -е ж [енгл. internet address, в. интернет, адреса] рач. адреса која служи за успостављање везе са одређеним веб-сајтом и која почиње словима www.“

У „Речнику интернета и дигиталне комуникације“ коришћено је решење из „Правописа српскога језика“, без цртице. Основни разлог за то је што се такав начин писања усталио у пракси српског језика.

У две од три горе поменуте језичке публикације постоје и одређене омашке, засноване на погрешним претпоставкама, због недовољног познавања дигиталне тематике:

а) Испод тачке 63. „Правописа српскога језика“ стоји напомена у којој аутори кажу:

“У свести корисника интернет је престао да значи име компаније и зато је исправно писање малим почетним словом.”

Нетачно, због следећих чињеница:

- интернет никада није ни био назив само једне компаније, већ телекомуникациона услуга коју су одувек нудиле бројне компаније;
- корисници интернета нису у својој свести имали такво значење, већ су га писали великим почетним словом по угледу на енглеске изворе;

- у међувремену, малим почетним словом је почео да се пише зато што је постао исто што и радио и телевизија – опште присутан медиј⁶.

б) У горе наведеном цитату из „Великог речника страних речи и израза“ постоје три делимично тачне тврдње:

- *интернет-адреса служи за успостављање везе са одређеним веб-сајтом* – делимично тачно, јер појам **интернет адреса** је јединствена текстуална ознака везана за одређени интернет домен (енг. internet domain) и може да буде веб-адреса (енг. web address) и/или адреса е-поште (енг. e-mail address), а само ова прва служи за успостављање везе са одређеним веб-сајтом;
- *... са одређеним веб-сајтом* – делимично тачно, јер веб-адресе нису везане само за веб-сајтове, већ за било коју врсту веб-локација (енг. web location), а о томе више у наставку;
- *интернет-адреса почиње словима www* – делимично тачно, јер „www“ није неопходан део веб-адресе, то јест некада давно је био обавезан, али данас је „историјски“ вишак (ако је веб-сервер подешен како треба).

Веб-адреса је низ алфанумеричких знакова који чине јединствену адресу неке веб-локације (енг. web location) и може да буде интернет домен, нпр. „primer.rs“, или поддомен (енг. subdomain) неког интернет домена, као што је „resnik.primers.rs“.

Веб-локација је шири појам од веб-сајта и представља јединствену функционалну целину, доступну корисницима као место на интернету, као што су (поред веб-сајта) и веб-портал (енг. web portal), ФТП сајт (енг. FTP site), друштвени медиј, веб-претраживач (енг. search engine), онлајн-заједница (енг. online community) и веб-апликација (енг. web app).

Прилика је да се објасни и заблуда да се често се **веб-порталима** погрешно називају сви обимнији веб-сајтови, а нарочито медијски сајтови, иако немају посебан приступ само за регистроване кориснике. Сама изворна латинска реч „портал“ говори да је то неки главни улаз, нека свечана врата, што указује да не може свако да му приступи. Зато је је веб-портал само она веб-локација која регистрованим корисницима, након аутентикације, омогућава приступ јавно недоступном окружењу, с посебним веб-садржајем (енг. web content), наменским веб-апликацијама (енг. web app) и веб-сервисима (енг. web service). Примери веб-портала су: портали Е-управе, компанијски интранет и екстранет портали, портали за студенте... Веб-портали могу да буду и они медијски веб-сајтови код којих је потреб-

⁶ <https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/news/internet-vs-internet-the-consequence-of-capitalization/>

но посебно пријављивања ради коментарисања или других разлога (нпр. персонализовани садржаји доступни само за претплатнике).

„ДИГИТАЛНО“ ЈЕ ЗАВЛАДАЛО, АЛИ „ЕЛЕКТРОНСКО“ И ДАЉЕ ОПСТАЈЕ

Дигитално, као придев, све више постаје замена за речи „електронско“, „сајбер“, „интернет“ и „онлајн“ у бројним областима савремених технологија и комуникације. Међутим, има и примера где се то није десило, или се неће ни десити, јер стари облици и даље постоје, а неки се и суштински разликују од дигиталних. Такође, има и примера где је „дигитално“ постало кровни појам за више ствари у оквиру једне области, док се „електронско“ или „онлајн“ задржало као ознака за уже/шире области. Следи преглед најбитнијих појмова.

Појмови који су од „електронских“ заувек постали „дигитални“:

- E-certificate – Electronic certificate (Е-сертификат – Електронски сертификат): нови назив је **Дигитални сертификат** (Digital certificate)
- E-currency – Electronic currency (Е-валута – Електронска валута): нови назив је **Дигитална валута** (Digital currency)
- E-document – Electronic document (Е-документ – Електронски документ): нови назив је **Дигитални документ** (Digital document)
- E-marketing – Electronic marketing (Е-маркетинг – Електронски маркетинг): нови назив је **Дигитални маркетинг** (Digital marketing)
- E-publication – Electronic publication (Е-публикација – Електронска публикација): нови назив је **Дигитална публикација** (Digital publication)
- E-publishing – Electronic publishing (Е-издаваштво – Електронско издаваштво): нови назив је **Дигитално издаваштво** (Digital publishing)
- E-signature – Electronic signature (Е-потпис – Електронски потпис): нови назив је **Дигитални потпис** (Digital signature)

Појмови који ће (вероватно) заувек да буду „електронски“:

- **E-book** – Electronic book (Е-књига – Електронска књига)
- **E-government** – Electronic government (Е-управа – Електронска управа)
- **E-mail** – Electronic mail (Е-пошта – Електронска пошта)

Појмови код којих се „дигитално“ разликује од „електронског“:

- **Digital banking** (Дигитално банкарство) је шири појам од **E-banking** – Electronic banking (Е-банкарство – Електронско банкарство)

- **Digital business** (Дигитално пословање) се суштински разликује од **E-business** – Electronic business (Е-пословање – Електронско пословање)
- **Digital commerce** (Дигитална трговина) је подскуп **E-commerce** – Electronic commerce (Е-трговина – Електронска трговина)
- **Digital device** (Дигитални уређај) је ужи појам од **Electronic device** (Електронски уређај)

Појмови код којих је „дигитално“ шире од „интернетског“:

- **Digital identity** (Дигитални идентитет) је шири појам од **Internet identity** (Интернет идентитет)
- **Digital marketing** (Дигитални маркетинг) је шири појам од **Internet marketing** (Интернет маркетинг)
- **Digital safety** (Дигитална сигурност) је шири појам од **Internet safety** (Интернет сигурности)

Дефиниције свих набројаних појмова доступне су на веб-сајту „Речника интернета и дигиталне комуникације (енглеско-српски)“.⁷

НЕПРЕВОЂЕЊЕ ИЛИ ПОГРЕШНО ПРЕВОЂЕЊЕ ДИГИТАЛНИХ И ПОСЛОВНИХ ПОЈМОВА СА ЕНГЛЕСКОГ НА СРПСКИ

У Србији је увек изазовно (тачније и искреније: *проблематично*) радити на преводима издања из стручних области, нарочито онима везаним за дигиталне технологије. Разлог за то је што деценијама уназад није било превише воље да се терминологија у тим областима на адекватан начин преведе или бар прилагоди српском језику. Често се прибегавало „србиш“ решењима, која су просто писање енглеских појмова онако како се изговарају на српском језику.

Опште познати пример је појам „**e-mail**“, који остаде у свести већине као „имејл“, иако је његов једноставни и очигледни превод „**е-пошта**“ истовремено потпуно јасан и носи смисао и његовог настанка и практичне употребе, као једног од најстаријих начина за преношење, достављање и размену информација и података у електронском облику.

То је ланчано изазвало даље проблеме, јер се колоквијално у српском језику „имејл“ (и варијанте „и-мејл“ и „мејл“) **користи за три технички различите ствари:**

- **е-пошта** (енг. e-mail) – електронска пошта (енг. electronic mail), као једна од системских глобалних интернет услуга (енг. internet service), намењена за слање и примање порука е-поште, коришћењем адреса е-поште;

⁷ <https://recnikinterneta.rs/>

- **адреса е-поште** (енг. e-mail address) – као јединствена адреса електронског поштанског сандучета корисника који шаље и корисника коме се шаљу поруке е-поштом
- **порука е-поште** (енг. e-mail message) – као скуп текстуалних информација и придружених података послатих путем е-поште које пошиљалац шаље примаоцу

Ево примера како се не преводи, али и погрешно дефинише „имејл“ / „имејл“ / „мејл“ у референтној домаћој језичкој литератури:

1. „Правопис српскога језика“ (Нови Сад: Матица српска, 2020): (тачка 88.б.)

„имејл-адреса (или само имејл/мејл)“

ПРОБЛЕМ: поистовећивање адресе е-поште и појединачне поруке е-поште.

2. „Речник српскога језика“ (Нови Сад: Матица српска, 2018): (иста дефиниција је дата и за „мејл“)

„имејл м (мн. –ови) енгл. скраћ. рач. електронска пошта, порука, документ и др. послат или примљен електронским путем, путем рачунарских уређаја и програма; уп. мејл.“

ПРОБЛЕМ: поистовећивање интернет услуге (система) и појединачне поруке е-поште, уз нетачно раздвајање „документа“ од поруке (он је њен прилог).

3. „Велики речник страних речи и израза“ (Нови Сад: Прометеј, 2008):

„и-мејл, -а м [енгл. e-mail скр. од electronic mail електронска пошта] 1. систем за слање порука са једног рачунара на други путем мреже. 2. порука послана на тај начин; уп. мејл.“

ПРОБЛЕМ: поистовећивање интернет услуге (система) и појединачне поруке е-поште

„мејл, -а м [скр. од енгл. e-mail електронска пошта] 1. електронско (компјутерско) средство писане комуникације путем Интернета; електронска пошта. 2. оно што се шаље електронском поштом; електронска порука, електронско писмо.“

ПРОБЛЕМ: поистовећивање интернет услуге (али сведене само на писану комуникацију) и појединачне поруке е-поште, уз непотребну различитост ове дефиниције од оне дефиниције која је већ дата за „и-мејл“ (иако се мисли на исто).

„е- (енгл. e-, скр. од electronic електронски) који се обавља или налази у електронском облику, нпр. е-готовина, е-корпа, е-пошта“

ПРОБЛЕМ: проблем не постоји, већ се поставља питање зашто поменута „е-пошта“ није примењена и у дефиницијама претходна два појма?

Срећом, правилно писање „е-пошта“, уместо разних других „србиш“ варијанти, заживело је у многим праксама употребе – од домаћих уџбеника, преко Мајкрософтових превода у софтверу и на њиховим веб-локацијама, па све до превода на веб-страницама Гуглове корисничке подршке.

Други правац погрешног превођења, нарочито код новије дигиталне терминологије, заснован је на неразумевању преплитања неких појмова. Тако се енглески појам „**social media**“, који се односи на онлајн-платформе за друштвено умрежавање (енг. social networking), скоро редовно погрешно преводи на српски као „**друштвене мреже**“ (или, још горе, као „социјалне мреже“). А једино исправно, и логички и технички тачно, је „**друштвени медији**“, јер то у себи носи сва битна значења и функционалности тих јавних онлајн-заједница, а посебно њихов пословни разлог настанка. Да су то суштински ипак медији, а не мреже, говори и то што друштвени медији имају своје власнике, плаћено оглашавање, правила коришћења, цензорску политику... Њихови власници зарађују кроз поседовање личних података корисника и уступање тих података компанијама које се оглашавају на тим медијима.

Иначе, **друштвене мреже** (енг. social network) постоје откад постоји и људска цивилизација, а неки од примера су породица, родбина, пријатељи, комшије, познаници, колеге... Друштвени медији су само онлајн-платформе за њихово додатно повезивање, за савремено успостављање друштвених мрежа и са блиским / познатим и са удаљеним / непознатим људима.

Проблеми са специфичним појмовима у стручним областима ту не престају. Наиме, енглеске речи „**goal**“, „**objective**“ и „**target**“ на српски језик се најчешће преводe истоветно – као „**циљ**“. Такав приступ може да прође у „обичним“ текстовима, међутим те три речи у стручним текстовима (везаним за пословање, маркетинг и друге сродне области), имају своја специфична значења, која у најкраћем могу овако да се сагледају:

- **goal** = **циљ**, и односи се на највиши, стратешки ниво, као дугорочни циљ (или циљеви) нечега;
- **objective** = **задатак**, оно што на оперативном нивоу служи за остварење циља (најчешће је то више задатака);
- **target** = **циљани резултат**, мерљиве тактичке вредности, мете (бројке) које „гађамо“, то јест желимо да постигнемо.

Занимљив је (а недовољно познат) пример полисемичне лексеме, која се јавља и у српском и у енглеском језику – „**комуникација**“ (енг. communication), јер постоји битна разлика у њеном значењу када је у множини „**комуникације**“ (енг. communications). У питању је вишезначност која је логички повезана, али је технички различита:

1. Комуникација је процес размене информација између људи, кроз њихово међусобно општење, тиче се разумевања, стварања значења, развоја односа и начина како се поруке примају и тумаче, а одвија се говором, писањем, знаковним језиком, говором тела...

2. Комуникације се односе на:

- средства преноса, технолошка решења, системе и канале преко којих се преносе информације и подаци између људи и обавља њихова комуникација на даљину, као што су жичане комуникације (енг. wired communications), бежичне комуникације (енг. wireless communications), интернет комуникације (енг. internet communications) и дигиталне комуникације (енг. digital communications), најчешће повезане кроз појам „телекомуникације“;
- средства и системе за премештање људи и предмета од једног до другог места (возови, авиони и бродови), као и саобраћајнице (путеви) којима се то одвија.

Ову логичну терминолошку разлику између „comm“ и „comms“ многи у Србији нису прихватили, тачније – разумели. Када је „прекинута комуникација“ – то значи да су се неки људи посвађали или удаљили, па ето посла за стручњаке из друштвених наука. Када су „прекинуте комуникације“ – или нема приступа интернету или се десила нека природна катастрофа, па треба позвати инжењере или техничаре да то поправе. Нажалост, већи број домаћих високообразовних установа не прави разлику између „комуникација“ и „комуникације“, иако је она од суштинског значаја за профил кадрова које (желе да) образују. У англосаксонском свету се могу наћи бројни примери академских установа којима је та разлика веома битна.⁸

НАЈЧЕШЋЕ ЗАБЛУДЕ СА ДИГИТАЛНИМ ПОЈМОВИМА НА ЕНГЛЕСКОМ

У свакодневној комуникацији, нарочито у медијима, али и у службеним упутствима државних органа, па и у стручној језичкој литератури, јавља се много грешака због неразумевања савремених дигиталних појмова. Следи преглед најчешћих заблуда те врсте.

1. BROWSER ≠ ПРЕТРАЖИВАЧ

Ово прво је наменски програм инсталиран на рачунару корисника, а ово друго је веб-локација у власништву мултинационалне компаније, или детаљније речено:

- **Web browser (Веб-прегледач)**, познат и као веб-читач, је наменска апликација за прегледање веб-садржаја учитавањем веб-страница на уређај ко-

⁸ https://www.csusm.edu/communication/major_differences.html

рисника. То је клијентски програм за проналажење, преузимање и приказивање информација с веб-локација на уређају корисника. Најпознатији веб-прегледачи су: Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Opera, Apple Safari.

- **Search engine (Веб-претраживач)**, познат и као претраживач интернета, је веб-локација специјализована за проналажење веб-садржаја и представља координисани скуп од три програма: Веб-паук за проналажење и праћење хипервеза, Програм за индексирање пронађених података у бази података и Програм који прима захтеве за претрагу од корисника. Глобални веб-претраживачи су Google, Bing, Yahoo и DuckDuckGo, а локално су популарнији Baidu (Кина) и Yandex (Русија). Постоје и веб-претраживачи специјализовани само за одређене врсте садржаја (фотографије, видео, садржај са друштвених медија...).

ПРИМЕРИ ЗА ЗАБЛУДУ БРОЈ 1

Неразликовање веб-прегледача и веб-претраживача у великом броју је запажено код многих органа јавне управе (државна управа и јавна предузећа). Та пракса може да буде веома збуњујућа за кориснике и грађане, а надлежни се углавном оглушују на сугестије да то исправе. Ево неколико примера са њихових веб-сајтова и из порука е-поште:

- "...молимо Вас да се пријавите путем интернет претраживача..."
- "Препоручујемо да за рад са еСандучетом користите рачунар и претраживач Google Chrome."
- "Упутство за подешавање FireFox претраживача за рад..."
- "Za internet pretraživač Firefox Mozilla neophodna su podešavanja..."
- "...или у свој интернет претраживач унесите директну адресу:..."

2. ИНТЕРНЕТ ≠ ВЕБ

Интернет је много шири појам од веба, јер:

- **Интернет** је глобални комуникациони мрежни систем који користи пакет протокола за пренос података међу повезаним рачунарским мрежама и уређајима. Реч „интернет“ је сложеница настала од енглеског „inter-networking“ (међусобно умрежавање), јер управо то и значи – повезује у јединствену целину мреже различитих намена: приватне, јавне, пословне, академске, владине и невладине.
- **WWW – World wide web (Мрежа широм света)**, скраћено Web (Веб, Мрежа), је један од начина приступања информацијама које се налазе на интернету постављене на неком веб-серверу, а доступне су помоћу ХТТП-а, и свака од њих је одређена једнообразним идентификатором ресурса. Из корисничког угла, WWW је мрежа веб-страна, података, датотека или интернет услуга којима може да се приступи кроз веб-прегледач. Веб је ужи појам од интернета, али је његов најпопуларнији део.

3. ДИГИТИЗАЦИЈА ≠ ДИГИТАЛИЗАЦИЈА

Повезани кораци, али суштински различити, јер:

- **Digitization (Дигитизација)** је просто претварање аналогних информација у дигитални облик. На пример, то је процес када се стари снимци са аудио или видео касета претворе у одговарајуће дигиталне аудио и видео снимке, или када се фотографије и папирни документи скенирају да би се претворили у дигиталне слике. Она је претходни и неопходни корак у дигитализацији.
- **Digitalization (Дигитализација)** је процес у коме се информације, које су после дигитизације већ у дигиталном облику, обједињују тако да се повежу и лакше користе, а ради поједностављивања или убрзавања неких операција које су се раније радиле ручно. Практично, дигитализацијом је омогућено је да се исто оно што се радило на стари, аналогни, „папирни“ начин сада ради дигитално. Није мењана суштина, само је промењен облик, уз бројне предности које рачунари и умреженост сами по себи доносе, попут аутоматизације која у много чему замењује људски рад. Често се меша с дигиталном трансформацијом (енг. Digital transformation), која је следећи корак након дигитализације.

4. ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГ ≠ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ

Дигитални маркетинг је шири појам од интернет маркетинга, јер:

- **Digital marketing (Дигитални маркетинг)** је део укупних активности у оквиру маркетинга који се одвија коришћењем искључиво дигиталних канала комуникације, који могу бити и онлајн и офлајн. То значи да дигитални маркетинг укључује све елементе интернет маркетинга, али и део традиционалног маркетинга који се одвија у дигиталном облику а није на интернету, као и део других дигиталних промотивних активности. Области дигиталног маркетинга које нису део интернет маркетинга су, између осталих, дигитална промотивна средства у јавном простору, ријалити технологије, интернет ствари, дигитални офлајн, СМС маркетинг...
- **Internet marketing (Интернет маркетинг)**, познат и као онлајн-маркетинг и веб-маркетинг, је део дигиталног маркетинга који се тиче само веб-сајтова и друштвених медија и онога што на те и друге веб-локације доводи посетиоце. Део је укупних маркетиншких активности и одвија се коришћењем искључиво онлајн-канала комуникације и онлајн-оглашавања.

ПРИМЕРИ ЗА ЗАБЛУДЕ ОД 2 ДО 4

Заблуде са дигиталним појмовима су честе међу грађанима и новинарима, али би стручна језичка литература требало да буде поуздан извор, уколико су у тиму аутора и сарадника били ангажовани и познаваоци дигиталне технологије и комуникацијски стручњаци.

У изузетном издању, и по обиму и по садржају и по броју учесника, какав је „Српски речник новијих англицизама“, Твртко Прћић и други,

(Нови Сад: Филозофски факултет, 2021) ⁹, појављују се, нажалост, следећи превиди за набројане заблуде од 2 до 4:

1. За одредницу „**веб**“ стоји да је *веб = интернет = нет*, то јест да су то синонимне одреднице. Претходно је већ објашњено зашто то није тачно, као и да је интернет много шири појам од веба.

2. За одредницу „**дигитализовати**“ као прво значење стоји потпуно погрешна дефиниција „*pretvoriti snimljeni zvuk ili sliku u digitalni oblik, radi kasnije obrade putem kompjutera*“. Претходно је већ објашњено зашто то није тачно, јер се описани процес зове ДИГИТИЗАЦИЈА а не ДИГИТАЛИЗАЦИЈА. И друго значење је делимично тачно, јер пише „*opremiti nešto ili nekoga modernom digitalnom opremom, naročito kompjuterskom*“, чиме се дигитализација своди само на опрему, а она је шири и сложенији процес.

3. За одредницу „**дигитални маркетинг**“ стоји погрешна дефиниција, у којој пише „*reklamiranje robe ili usluga putem interneta i onlajn tehnologije*“, што је нетачно због следећег:

- „рекламирање“, како се колоквијално назива „оглашавање“, је само један од делова „промоције“, а она је само један од четири стуба маркетинга (4П – производ/услуга, продајна цена, продајна места и промоција);
- у примеру узетом из праксе, који гласи „*Digitalni marketing uključuje sve elemente online marketinga, ali i deo tradicionalnog marketinga.*“, управо пише да се дигитални маркетинг не своди само на интернет / онлајн маркетинг; ¹⁰

Кроз цео „Српски речник новијих англицизама“ **уместо „рачунар“ пише „компјутер“**, што је подједнако необично као и чињеница да је **издање на латиници**, иако је финансирано средствима Министарства просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

ПРИМЕРИ НОВИХ СРПСКИХ РЕЧИ ЗА ЕНГЛЕСКЕ ПОЈМОВЕ

Током 2023. имао сам прилику да будем рецензент за дигиталне појмове српског издања књиге „**Data literacy in practice**“, које је изашло под називом „**Подацијска писменост : Data literacy**“ (Београд: Компјутер библиотека, 2023). ¹¹ На почетку рада одмах се наметнуло питање – како да буде преведен сам појам „**data literacy**“?

⁹ <https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2021/978-86-6065-636-2>

¹⁰ Стицајем околности, као пример из праксе узет је цитат уз мог блога поста (тачније, из СЕО описа веб-странице у резултатима претраге на Гуглу), доступног на веб-страни <https://agitprop.rs/digitalni-marketing-nije-samo-online-marketing/> из чијег се самог наслова већ види да дигитални маркетинг није само онлајн маркетинг.

¹¹ <https://knjige.kombib.rs/podacijska-pismenost-vestina-prikupljanja-analize-i-korisce-nja-podataka>

Колико је то нов појам, говори и чињењица да још увек није постао присустан чак ни на познатим онлајн-речницима енглеског језика. **Cambridge Dictionary**¹² каже „*Sorry! We didn't find digital literacy in English...*“, а **Merriam-Webster**¹³ нас обавештава да „*The word you've entered isn't in the dictionary*“. Тако је било средином априла 2023. Иначе, мање је познато да у енглеском језику једнина од „data“ (подаци) гласи „datum“ (податак).

Хрвати и Словенци су „data literacy“ превели као „**податковна писменост**“, што је за њихове потребе добро решење. Међутим, на српском језику то не звучи тако добро, а и вуче корен од речи „податак“, а нама је потребна множина – „**подаци**“.

Могли смо да прибегнемо једноставном решењу „**писменост о подацима**“, али то је незгодно за практичну употребу. У српском језичком фонду речи за нове дигиталне појаве већ су се одомаћили појмови „дигитална писменост“, „информатичка писменост“, „комуникацијска писменост“, „медијска писменост“, „рачунарска писменост“... На том трагу, стигли смо до могућих решења: „податковска“, „податачна“, „податачка“, „подациона“... све то је имало чудан „звук“, а било је и помало нејасно.

Тако смо дошли до оптималног и одмах јасног решења превода – „**подацијска писменост**“. Потпуно нова реч у српској језичкој пракси – „подацијска“, али веома прецизна у свом значењу, у духу је српског језика, а потиче од множине „подаци“. Подацијска писменост данас постаје неопходна и за личне и за пословне потребе.

Један од често коришћених појмова у тој књизи је и **Business Intelligence (BI)**, који је до сада погрешно превођен на српски језик као „пословна интелигенција“ или „пословно обавештавање“. Међутим, енглески појам „intelligence“, поред оног основног значења на српском „интелигенција“, има и оно специфично „шпијунско“ значење. У српском језику се није усталио превод тог значења у једној јединој речи (прибегава се решењима „обавештајна агенција/служба“). А потреба постоји, чак и изван „обавештајне заједнице“ (тајне службе и војска) – свима је позната ЦИА, као и њене колеге из „military intelligence“.

Ипак, у српској стручној литератури већ могу да се пронађу „економска обавештајност“ и „сајбер обавештајност“, тако да смо лако дошли до правог решења да „business intelligence“ преведемо као „**пословна обавештајност**“. Иначе, претходно поменути погрешан превод „пословно обавештавање“ је у свету пословне комуникације нешто сасвим друго и

¹² <https://dictionary.cambridge.org/>

¹³ <https://www.merriam-webster.com/>

много мање сложено од Business Intelligence (BI), која је стратешки технолошки процес анализе и обраде обиља пословних података.

ДОМЕНСКИ ПРАВОПИС – ПРАВИЛА ЗА ПИСАЊЕ ВЕБ-АДРЕСА

При копирању везе (тачније: УРЛ-а) неког веб-сајта из адресног поља веб-прегледача најчешће је непотребно преузимати било шта осим домена или поддомена на ком је веб-сајт, ако се жели да се читалац том везом упути на почетну страну веб-сајта. Међутим, систем који управља веб-сајтом (CMS) обично додаје разне **техничке додатке испред и/или иза назива (под)домена**, а који у пракси изгледају овако:

- <https://www.primer.rs/index.php>
- <http://www.primer.rs/index.php>
- <https://www.primer.rs>
- <http://www.primer.rs>
- <https://primer.rs>
- <http://primer.rs>
- www.primer.rs/index.php
- www.primer.rs
- primer.rs/index.php

Постоје две опције могуће примене овако копираних веза, ако желите да напишете **веб-адресу насловне стране** неког веб-сајта:

1. У штампаном тексту на папиру, који по природи ствари није „кликабилан“, довољно је да само пише **primer.rs**, како би корисник што брже ручно укуцао ту веб-адресу.
2. У тексту који је у дигиталном облику (нпр. ПДФ, Ворд датотека или веб-страница), те је по природи ствари „кликабилан“, треба да да пише **https://primer.rs** (ако су за тај веб-сајт подешени како треба веб-сервер, CMS и TLS сертификат). Наиме, веб-прегледачи одавно имају ту лепу особину, да по потреби додају потребне техничке додатке испред назива (под)домена, као што су „https://“ или „www“, или оне иза назива (под)домена, као што су „index.php“, „index.html“, „default.asp“ и слично.

У горњим примерима коришћен је домен **primer.rs**¹⁴, намењен да служи као илустративни пример у текстовима на српском језику. Уместо да измишљате непостојеће домене или да грешком наведете неки туђи постојећи домен који показује на веб-сајт са ко зна каквим садржајем, можете да користите primer.rs. У ствари, ово је српска верзија домена **example.com**, који има исту намену.

¹⁴ <https://primer.rs>

Али, шта се дешава ако желите да прекопирате веб-адресу (тачније: УРЛ) неке **конкретне веб-странице на неком веб-сајту**? Она свакако не садржи само домен, већ и низ знакова иза домена, као што је случај са веб-страницом за „Новоречје“:

<http://alma.rs/Novorecje/index.html>

Међутим, овај УРЛ има четири проблема:

- веб-сервер не користи безбедносни протокол, те пише „http“ уместо „https“, а не уме ни да сам аутоматски пребаци посетиоца ако је грешком укуцао „https“;
- веб-сервер или CMS нису подешени како треба, те има непотребни додатак на крају „index.html“, то јест требало би да може да покаже почетну веб-страницу одељка „Новоречје“, означену са „/Novorecje/“, и без тога;
- због истог лошег подешавања, ако се у „/Novorecje/“ упише мало слово „n“ уместо великог слова „N“, УРЛ не ради;
- у ПДФ документу часописа „Новоречје“, у Импресуму, уписан је погрешан УРЛ „<http://www.alma.rs/novorecje>“, који би у ствари ипак био исправан (иако је нетачан), када би веб-сервер, CMS и TLS сертификат били подешени како треба.

Исправан УРЛ за „Новоречје“ гласио би овако **<https://alma.rs/novorecje/>**, када би све било подешено како треба. У верзији штампаног текста на папиру, било би довољно да пише само **alma.rs/novorecje**, а кад се то укуца у адресно поље веб-прегледача то би водило на почетну веб-страницу одељка „Новоречје“.

У једном од бројева часописа „Новоречје“, појавио се и занимљив проблем са копирањем везе која садржи неенглеске карактере (Non-ASCII Characters in a URL). Наиме, веб-прегледачи тако исписане УРЛ-ове приказују како треба, али при копирању им свако неенглеско слово претварају у „куке и кваке“, па је резултат овакав:

https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BE_%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0

... уместо нормалног исписа ћирилицом:

https://ru.wikipedia.org/wiki/Слово_года

Оба УРЛ-а раде, али онај први ствара проблеме, предугачак је и нечитљив је кориснику и дешава се да га уплаши да кликне, јер делује као нека потенцијална сајбер опасност.

Како се практично решавају такви проблеми? Када корисник наиђе на неки такав УРЛ, па при копирању добије „куке и кваке“ (јер је користио веб-прегледач који се тако понаша), најбржи начин је да се такав УРЛ убаци у адресно поље на веб-прегледачу Опера, где ће опет да се појави нормалан испис, али ће и копирање из њега да буде у нормалном облику за даљу употребу.

Постоји и други трик, за било који веб-прегледач: испред „http“ у УРЛ-у упишете било који карактер, онда ископирате цео тако дописан линк. Наравно, када га убаците где треба у текст, обришете оно што сте дописали, пре него што кликнете дугме „Ентер“.

Али, у ПДФ документу тог броја „Новоречја“ десио се и додатни проблем, јер се УРЛ због превелике дужине преломио сам од себе на два дела и постао некликабилан.

ВЕШТАЧКА ИНТЕЛИГЕНЦИЈА ЈЕ САМО КОПИРАНТ, А НЕ КОПИРАЈТЕР!

Када говоримо о било ком језику, вештачка интелигенција (ВИ) је незаобилазна тема. Битно је да знате да у области генерисања текстова вештачка интелигенција није оригинална, већ преписује од људи!

Вештачка интелигенција само пописује и преписује текстове живих (па и мртвих) аутора, али не смишља ништа **ОРИГИНАЛНО**. Она уме да комбинује, пакује, буци и претумбава ТУЂЕ речи и реченице... али **САМО** оно што је већ неки човек негде написао.

Истине ради, постоје и људи који су гори од ВИ, јер су неспособни да нешто смислено и оригинално сами створе, па стално преписују од других. Али, за разлику од ВИ, то чак не умеју ни да сложе да буде писмено и уредно, што ВИ ипак уме.

Направио сам мали тест: **поставио сам питање BING Compose AI алатки**¹⁵, које гласи: „ШТА ВЕШТАЧКА ИНТЕЛИГЕНЦИЈА НЕ МОЖЕ ДА УРАДИ БОЉЕ ОД ЧОВЕКА У ПИСАЊУ ТЕКСТОВА?“

(у наставку је њен одговор - само је побољшан прелом текста ради прегледности)

„Вештачка интелигенција је способна да генерише текстове на основу задатих кључних речи, тема или стилова, али то не значи да може да замени ЉУДСКУ КРЕАТИВНОСТ, ИНТУИЦИЈУ И ЕМПАТИЈУ.

Неки од аспеката писања које вештачка интелигенција не може да уради боље од човека су:

1. Прилагођавање циљној публици и контексту.

Вештачка интелигенција нема способност да разуме нијансе, иронију, хумор или емоције које људи користе у комуникацији. Такође, вештачка интелигенција не може да препозна када је потребно променити тон, стил или речник у зависности од ситуације, циља или публике.

¹⁵ <https://edgeservices.bing.com/edgesvc/compose>

2. Стварање оригиналног и аутентичног садржаја.

Вештачка интелигенција се ослања на постојеће изворе информација и податке, што значи да не може да створи нешто потпуно ново или јединствено. Људи имају машту, инспирацију и лично искуство које им омогућава да пишу текстове који су оригинални и аутентични.

3. Проверавање чињеница и извора.

Вештачка интелигенција не може да гарантује тачност и поузданост информација које користи за генерисање текстова. Људи имају критичко мишљење, логику и етику која им помаже да провере чињенице и изворе, као и да препознају пристрасност, манипулацију или лажне вести.

4. Уређивање и побољшавање текстова.

Вештачка интелигенција може да коригује граматичке и правописне грешке, али не може да оцени квалитет, структуру, кохерентност и стил текста. Људи имају осећај за језик, ритам и лепоту који им омогућава да уредјују и побољшавају текстове тако да буду јасни, занимљиви и привлачни.“

Када сам 2018. на свом ЛинкТин профилу написао чланак „**Pisana reč: šta mogu ljudi, a šta roboti?**“¹⁶, о томе да уређаји засновани на вештачкој интелигенцији никада неће бити способни да креирају СМИСЛЕНИ ОРИГИНАЛНИ садржај, неки су говорили да ће ме време демантовати. Изгледа да то време још увек, на срећу нас аутора, није дошло.

ЗАКЉУЧЦИ О СРПСКОМ ЈЕЗИКУ И ДИГИТАЛНОЈ ТЕХНОЛОГИЈИ

1. Српски језик, а и српска ћирилица, одавно имају разрешене проблеме који су их годинама спутавали у дигиталном простору. Остали су само (п)разни изговори и лоше навике.

2. На језичким пројектима националног значаја (речници, појмовници...) неопходни су дијалог и сарадња стручњака за језичка питања и стручњака за дигиталну технологију и комуникацију.

3. Домаћи језички стручњаци треба да се усагласе око начина писања нових дигиталних појмова на српском језику.

4. Аутоматско пресловљање текста у смеру из ћирилице у латиницу не прави проблеме, док су у супротном смеру (из латинице у ћирилицу) многе грешке неизбежне (стране речи, мерне јединице, адресе е-поште, веб-адресе...).

¹⁶ <https://www.linkedin.com/pulse/pisana-rec-sta-mogu-ljudi-roboti-lazar-bošković/>

5. Курзивна слова „г“, „т“, „д“ и „п“ се разликују у српској и руској ћирилици, те због тога треба обратити пажњу при избору фонта, тако да подржава српски ћирилички стандард.

6. Уређаји засновани на вештачкој интелигенцији могу да произведу смислени неоригинални, бесмислени оригинални и/или бесмислени неоригинални садржај, али никад неће бити способни да креирају смислени оригинални садржај.

ЛИТЕРАТУРА

- Ајдачић, Дејан 1999. Нове словенске речи и метафоре на интернету. *Новоречје*, 4, 168–172.
- Бошковић, Лазар 2021. *Речник интернета и дигиталне комуникације (енглеско-српски)*. Београд: mCloud.
- Клајн Иван, Милан Шипка 2008. *Велики речник страних речи и израза*. Нови Сад: Прометеј.
- Новокмет, Слободан 2014. Форманти страног порекла веб и сајбер у српском језику, *Новоречје*, 4, 152–167.
- Правопис МС 2020: Ј. Јерковић, М. Пижурица, М. Пешикан. *Правопис српскога језика*, треће издање. Нови Сад: Матица српска.
- Прћић, Твртко и др. 2021. *Српски речник новијих англицизама*. Нови Сад: Филозофски факултет.
- РСЈ 2018: *Речник српскога језика*, друго издање. Нови Сад: Матица српска.

ОНЛАЈН-ИЗВОРИ

- <https://home.unicode.org/>
- <https://www.iso.org/standards.html>
- <https://tipometar.org/kolumne/InDesignLokalizacija/Index.html>
- <https://recnikinterneta.rs/>
- <https://www.oii.ox.ac.uk/news-events/news/internet-vs-internet-the-consequence-of-capitalization/>
- https://www.csusm.edu/communication/major_differences.html
- <https://digitalna.ff.uns.ac.rs/sadrzaj/2021/978-86-6065-636-2>
- <https://agitprop.rs/digitalni-marketing-nije-samo-online-marketing/>
- <https://knjige.kombib.rs/podacijska-pismenost-vestina-prikupljanja-analize-i-korisecenja-podataka>
- <https://dictionary.cambridge.org/>
- <https://www.merriam-webster.com/>

<https://primer.rs>

<https://edgeservices.bing.com/edgesvc/compose>

<https://www.linkedin.com/pulse/pisana-rec-sta-mogu-ljudi-roboti-lazar-bošković/>

*Lazar Bošković**

SERBIAN LANGUAGE AND DIGITAL TECHNOLOGY: PRACTICES, PROBLEMS, MISCONCEPTIONS, SOLUTIONS AND RECOMMENDATIONS

Summary

The text was created based on 30 years of experience and professional engagement in four field of communication: mass media, marketing, public relations and internet production. The author was constantly on the line of intertwining of Serbian language and new communication practices and technologies, which are almost 100% based in English. For decades, all four mentioned communication activities have been suffering from a lack of consistent and fully defined professional terminology in Serbian. However, for the purposes of this text, the focus will be on the idioms from newer practice, from the moment our physical world and the digital world became deeply intertwined, before some 15 years ago. Examples of wrong translation from English to Serbian, even for simple and clear idioms, have led to that "social media" are unnecessarily and unusually translated as "social networks". Part of this text is dedicated to the need for creating new Serbian words for new digital idioms, words that appear more and more. The author also writes about his knowledge acquired during working on the book Dictionary of the Internet and Digital Communication.

Keywords: digital technology, digital communication, internet, web, online, domain, angloserbian, cyrillic, translation, media, marketing, internet, standards, fonts.

* lazar@agitprop.rs