

НЕОЛОГИЗМИ XXI ВЕКА

Ђорђе Оташевић, *100 неологизама XXI века*, Београд: Алма, 2020.

Неологизми, нове речи и изрази, под утицајем глобализације и нових технологија постају све присутнији у нашем језику. Нове речи настају из потребе да именујемо нове предмете и појаве у нашем окружењу, али и под утицајем страних језика, и то најчешће под утицајем енглеског језика. Како број неологизама расте, тако расте и потреба за већим бројем научних радова на ову тему. Важно је истаћи да је лексика језички ниво који се најбрже мења, нове речи брзо постају део нашег лексичког фонда, те је због тога лексичка норма део норме српског језика који трпи највише промена. С обзиром на то да речници српског језика не могу бити израђени оном брзином којом настају нове речи у језику, потреба за малим речницима и приручницима који би побројали и дефинисали нове речи у језику временом постаје све већа. Допринос на овом пољу представља и речник *100 неологизама XXI века*, у коме су дефинисани само неки од фреквентних неологизама насталих у последњих двадесет година. Речник чини 100 неологизама у чијим се речничким чланцима налазе лексичка дефиниција и порекло речи, а уз њих и синоними, варијанте и истокорене речи, у зависности од анализираног неологизма. На крају речника налази се списак од 338 речи које чине синоним, варијанту или истокорену реч неке од одредница из речника, а уз сваку реч наводи се и одредница на коју упућује.

Према значењу неологизме из овог речника можемо поделити у више тематских група, а међу њима су оне групе које се односе на спорт, технологију, интернет, друштвене мреже, пословање, храну, филм, психологију, политику и сл. Са друге стране, уколико бисмо неологизме желели да поделимо према пореклу, закључили бисмо да међу њима има највише англицизама, речи потеклих из енглеског језика, али и мањи број речи насталих комбиновањем различитих творбених модела, по угледу на неке друге речи из нашег језика.

Када су у питању неологизми из области спорта, издвојићемо речи којима се у овом речнику дефинишу нови екстремни спортови: **бејџцампинг** – *екстремни спорт који се састоји од скокова с падобраном или у специјалном оделу с високих зиданих грађевина, мостова, антена и лити-*

ца, **кајтсурфинг** – екстремни водени спорт или рекреативна активност у којој се возач, користећи великог змаја као једро, креће по површини воде стојећи на широкој дасци или **маунтинбординг** – екстремни спорт или рекреативна активност у којој се особа спушта низ брдо или планину стојећи на дасци с малим точковима. Обрађени су и спортови који имају два готово равноправна синонима, као што је **скајранинг** или **небеско трчање** – трчање на дуге стазе по планинама на веома тешким теренима, стрмим и неравним, као врста спорта, али и многи други спортови: **бодибординг**, **вејкбординг**, **парасејлинг**, **скајбол**, **флорбол** и сл. Уз наведене примере наведене су истокорене речи које се односе на спортисте које учествују у овим активностима или на реквизите које користе.

Експанзија друштвених мрежа, развој интернета и нових технологија доводе до мноштва нових појмова које прате и нове речи које их именују. Из сфере друштвених мрежа издвојићемо само неке од дефинисаних речи, као што је, на пример, данас веома фреквентна реч **инфлуенсер**, која је дефинисана као: *особа која на друштвеним мрежама или на личном блогу редовно пише о одређеној теми (одећа, шминка, храна, путовања, телефони...) и има велики број пратилаца и која повремено индиректно рекламира неки производ или услугу тако што говори о њима, подржава их или хвали, за шта је плаћена.* Уз реч **инфлуенсер**, обрађени су и појмови који означавају места на којима инфлуенсери постављају свој садржај, те су се у речнику нашле речи **блог** и **влог**, али и речи које означавају реакције људи на оно што на друштвеним мрежама пронађу – **лајк** и **дислајк**. Из сфере друштвених мрежа, дефинисане су и речи **јутјубер**, **твит**, **пост***, **хаштаг**, **фоловер**, **скајповати** и **шеровати**, а како су добре фотографије постале изузетно значајне за све оне који су активни на друштвеним мрежама, у речнику су се нашле и речи **селфи**, **фотошоповати** и **фотобомбинг**.

Поједине речи појављују се у нашем језику у више различитих облика, некада су питању случајеви када се паралелно користе речи које су одавно у нашем лексичком фонду и нови англицизам (**пратилац*** и **фоловер**, **звезда** и **хедлајнер**), некада две варијанте које подразумевају другачији фонетски склоп (**бекпекинг** и **бегпекинг**) или другачију транскрипцију (**вајбер** и **вибер**), а некада су у питању потпуно различити творбени модели (**вејп**, **електронска цигарета**, **е-циг**, **е-цигарета**). У неким случајевима речи из нашег лексичког фонда проширују или добијају потпуно ново значење, што је случај у примеру **трол***, у значењу: *Особа која својим прилозима настоји да поремети дискусију и комуникацију на интернетским форумима, блоговима.*

Уз неке речи наведени су и синоними, а два неологизма уз које је наведено највише синонима су **генерација зед** – *особе рођене између 1996. (или 1997) и 2009. године* (**генерација Z**, **интернет генерација**, **нет гене-**

рација, плуралисти, плуралси, постмиленијалци, постмиленијум генерација, постмиленијумска генерација, постмиленијумци, цензери, цен-зи) и миленијумци – особе рођене од раних 80-их година 20. века до средине или краја 90-их и које су одрасле почетком 21. века (генерација ехо-бумера, генерација ипсилон, ехо-бумери, ипсилон генерација, миленијалси, миленијалци, миленијум генерација, миленијумска генерација, Петар Пан генерација).

Политичке прилике донеле су нам неологизме као што су **бот**, **брегзит**, **спиновање** и **узбуњивање**, из области пословања обрађене су речи **аутсорсинг**, **хедхантинг** и **стартап**, док су из области филма и телевизије стигле речи **бинцовинг**, **приквел**, **сиквел**, **спојлер*** и сл. Нове уређаје именовали смо углавном по угледу на њихове називе на енглеском језику, те су у речнику побројани **ајпед**, **ајфон** и **фаблет**, али и другачије творен синоним **паметни телефон**.

Из угла творбе речи можемо запазити да је најпродуктивнији суфикс у називима појмова суфикс **-инг** (**бодишејминг**, **бекпекинг**, **смишинг**), док истокорене речи које означавају особе које се баве тим областима углавном настају додавањем суфикса **-ер**, **-ац** или **-аш**, када су у питању именице мушког рода (**тролер**, **брегзиташ**, **сапиосексуалац**), уз додавање суфикса **-ка** или **-ица**, када су у питању именице женског рода (**маунтин-бордерка**, **гуглашица**), као и **-ски** или **-шки** за творбу придева (**инфлуенсерски**, **антивакцинашки**). Негација се у обрађеним речима углавном исказује префиксом **анти-** (**антивакцинаштво**, **антитроловски**, **антибрегзит** и сл.).

Након што смо поменули само неке од неологизама који чине речник *100 неологизама XXI века*, морамо још једном истаћи важност настајања речника и научних радова на тему неологизама, којих је у нашем језику све више. На крају, истичемо да речник *100 неологизама XXI века* представља значајан допринос из области неологије и важан извор грађе за даља истраживања у овом лингвистичком пољу.

Јована В. Иваниш (Београд)*

* jovana.ivanis@gmail.com.