

GOVOR MLADIH: ŽARGON NAŠ SVAGDAŠNJI

Prpa, Maja

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:172:817549>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-10**

Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of humanities and social sciences](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

**SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET**

**GOVOR MLADIH:
ŽARGON NAŠ SVAGDAŠNJI**

DIPLOMSKI RAD

MAJA PRPA

Split, 2022.

**Odsjek za hrvatski jezik i književnost
Hrvatski jezik i književnost / Povijest**

DIPLOMSKI RAD

**GOVOR MLADIH:
ŽARGON NAŠ SVAGDAŠNJI**

Mentorica:
izv. prof. dr. sc. Jagoda Granić

Studentica:
Maja Prpa

Split, studeni 2022.

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. GOVOR MLADIH	2
3. RAZGOVORNI STIL	4
4. ŽARGON	7
4.1. Slang, argot, šatrovački jezik	10
4.2. Stereotipi u/o žargonu	13
4.3. Karakteristike i sudbine žargona	16
5. TVORBA ŽARGONIZAMA	18
6. ISTRAŽIVANJE	21
6.1. Analiza anketnog upitnika	22
6.2. Rezultati istraživanja	52
7. MEDIJI I ENGLJSKI JEZIK	55
8. ZAKLJUČAK	58
<i>Sažetak</i>	60
<i>Summary</i>	61
<i>Literatura</i>	62
<i>Prilog 1. Anketni upitnik</i>	66

1. UVOD

Mladi – i s obzirom na dob, ali i na druge društvene, izvanlingvističke parametre – upotrebljavaju poseban idiom, odnosno sociolekt. Njihova pripadnost generaciji ne prepoznaje se samo u načinu odijevanja ili, u nekim slučajevima, i drugačijeg ponašanja, dakle u nekim vizualnim znacima, nego i u jeziku i u govoru. Tako njihov razgovor s vršnjacima karakterizira veći broj vulgarizama i psovki, kolokvijalnih i dijalekatskih riječi te slengovskih izraza, što ih prilično razlikuje od govora starijih generacija. Ipak, svaka generacija ima svoje posebnosti, pa i svoj poseban idiom.

S obzirom na izraženu dinamičnost govora mladih, u ovom će se radu istražiti koliko se govor mladih, s naglaskom na žargonizme, promijenio u vrlo kratkom periodu, u desetak godina, preciznije, od 2014. do danas. Zanima nas što mladi misle o tome, tko ili što, prema njihovu mišljenju, uvjetuje takve brze promjene u jeziku i govoru i koliko one utječu na samu komunikaciju.

Rad sadrži teorijski dio koji redefinira govor mladih sa svim njegovim specifičnostima, razgovorni stil i žargon te dio koji se odnosi na provedeno istraživanje, odnosno na analizu anketnog upitnika i rezultata istraživanja. U istraživanju se propituju žargonizmi posebno karakteristični za govor mladih te pomodnice koje su, unatoč brzom ekspanziji, postale zastarjelice u kratkom vremenu jer nisu ostale u aktivnom leksiku.

Cilj je rada pokazati koliko je i kako izvanjezična stvarnost utjecala na jezične promjene u samo osam godina. Činjenica je da živimo u veoma turbulentnom vremenu, sve se brzo mijenja i kratko traje pa se to onda ogleda i u jeziku, posebno u leksiku jer se u svakoj novoj generaciji prepoznaju neki novi pojmovi koje treba imenovati (u svim domenama), ali se isto tako preimenuju i oni postojeći. I onda nastaje ne samo očekivani generacijski jaz između starijih i mladih nego se te razlike u leksiku lako denotiraju i u međugeneracijskom diskursu mladih. Drugim riječima, ono što je bila novotvorenica prije nekoliko godina, ubrzo postaje dio pasivnog leksika ili je došlo do semantičkog pomaka i u govoru mladih. Vrijedi napomenuti da su u istraživanju sudjelovali ispitanici iz cijele Hrvatske pa su time i rezultati istraživanja sveobuhvatniji i zanimljiviji.

2. GOVOR MLADIH

Sasvim je prirodno da čovjek govori drugačije, ovisno o tome s kim razgovara u danom trenutku u određenom komunikacijskom kontekstu. Raslojavanje jezika ne ovisi samo o statusu samog govornika već i o osobi kojoj se obraća (Jespersen 1970: 124).

U suvremenom društvu kultura mladih sve više poprima obrise u kojima se iskazuju potrebe za izražavanjem osjećaja na jednoj i rafiniranih marketinških strategija na drugoj strani (Leburić i sur. 2007: 8).

Generacijski jaz očituje se i u komunikaciji, nastaju povremeni komunikacijski problemi u razgovoru starijih generacija s mlađima (Stolac 2003: 193), no onda se ipak dvije različite generacije prilagođavaju jedna drugoj kako bi se nastale komunikacijske nejasnoće i nesporazumi prevladali. Ali, ako nismo usredotočeni na sugovornika, komunikacijska je barijera mnogo viša, ne procesiramo poruku i zapravo ne možemo ravnopravno sudjelovati u takvom razgovoru.

Kad govorimo o jeziku mladih, stariji su, kao slušatelji, prepušteni sami sebi i poznavanju njihova idioma. Također, važno je naglasiti da onda uzroci nisu samo generacijske razlike nego i razlike u naobrazbi, osobito razlike u (na)čitanosti i poznavanju engleskog jezika, ali i teritorijalne razlike, a do izražaja dolazi i sposobnost apstrakcije i stvaranja asocijacija. (*ibid.*)

Ono po čemu se rječnik starijih razlikuje od rječnika mladih, jest njihov odnos prema vulgarizmima. Naime, odnos prema vulgarizmima odraz je i naših estetskih, moralnih i etičkih stavova, odraz je našega poimanja pristojnog i nepristojnog ponašanja, a ono pak varira od društva do društva (*ibid.*) jer se društva razlikuju i prema etičkim i kulturnim normama.

Mladi u svoj govor rado uključuju riječi stranog podrijetla, osobito riječi iz engleskog jezika koji je za njih jezik prestiža. "U nekim se situacijama njihova uporaba može smatrati jezičnim pomodarstvom ili jezičnim snobizmom, ali ona je u tolikoj mjeri ušla u govor mladih da je postala njegov sastavni dio, njegovo bitno obilježje" (Stolac 2003: 199).

Engleski jezik možda i uživa prestižan status u govoru mladih, zato ga i upotrebljavaju, ali činjenica je da ima i velik utjecaj na hrvatsku gramatiku. Tako se u hrvatskom jeziku općenito, ne samo u govoru mladih, sve češće koriste imenice umjesto pridjeva, primjerice,

*Zagreb film festival*¹ (Babić 2003: 198). Naravno, ima i drugih primjera, pa se tako preuzimaju i neki sintaktički i tvorbeni oblici kao što su konstrukcija *imenica+imenica* u kojoj prva imenica funkcionira kao atribut druge imenice (primjerice, polusloženice *press-konferencija*, *online-komunikacija*, *web-stranica*, *surogat majka*, *Croatia osiguranje*...). Također se ne dekliniraju strana vlastita imena, a dolazi i do hiperprodukcije participa. Učestale su i nove konstrukcije *superlativ+ikad* (primjerice, *najgori/najbolji ikad*...), kao i nove prijedložne konstrukcije, primjerice, *hvala ti za...* (prema *thank you for something*), umjesto *hvala ti na...* S obzirom na učestalost upotrebe tih oblika u svim generacijama, očito je da su zaživjeli u jezičnoj praksi (neki su oblici čak i pogrešno prevedeni i kalkirani) i nije očekivati da se tu išta može promijeniti jer su postali općeprihvaćeni.

Što se tiče govora mladih, žargona koji njih određuje kao posebnu govornu zajednicu, naravno da je on i sam po sebi kreativan, "mladalački kreativan" kao što je i cijela izvanjezična stvarnost u koju je uronjen. "Govor mladih kao podstil razgovornoga stila hrvatskoga jezika pokazuje svoju uključenost u hrvatski standardni jezik, potvrđujući njegovu polifunkcionalnost, ali istovremeno zadržava i svoje posebnosti, koje donosi kreativnost mladih govornika, obilježavajući se i tako generacijski" (Stolac 2003: 199). Dobne se razlike, dakako, prepoznaju u svakom idiomu u odnosu na druge koji pripadaju drugoj generaciji, odnosno drugim generacijama, neovisno o tome koliko su udaljene jedna od druge na vremenskoj osi.

¹ Ovaj primjer, uz druge – *Pula Film Festival* i *Split Film Festival*, često se navodi kao primjer utjecaja engleskog jezika na hrvatski jezik, premda je zapravo riječ o engleskom nazivu. Naime, hrvatska je inačica *Pulski filmski festival*, odnosno *Splitski filmski festival*. Drugo je pitanje je li engleski naziv, pomodnosti radi, prisutniji u hrvatskom diskursu od hrvatskog naziva festivala.

3. RAZGOVORNI STIL

Govornik se služi jezikom/jezicima kako bi iskazao i svoj identitet ili svoje identitete. Ako je riječ o komunikaciji u simboličkom prostoru, onda je iskazivanje identiteta primarno, a komunicirani sadržaj koji se prenosi tim jezikom u drugom je planu. Sam govor otkriva mnogo toga o govorniku, primjerice, odakle je, kojeg je roda, kakav status ima u društvu, dob (Skelin Horvat 2017: 2) Mladi upravo u toj dobi oblikuju sebe i svoj(e) identitet(e), a najviše slobode za iskazivanje identiteta govorom pruža im razgovorni jezik, odnosno razgovorni stil. Granić (1999: 272) upozorava na terminološku nepreciznost i nerazlikovanje razgovornog jezika kao supstandardnog idioma i razgovornog (funkcionalnog) stila. Razgovorni jezik bio bi "neka vrsta 'regionalnog standarda', a razgovorni je stil [...] nadregionalan" jer je jedan od funkcionalnih stilova standardnog jezika pa funkcionira kao njegov podsustav, stilski obilježen, "ali sa svim elementima standarda kao općeg idioma".

Iako je razgovorni funkcionalni stil nedovoljno proučen i nižerangiran u odnosu na ostale funkcionalne stilove, Katnić-Bakaršić (1999: 34) smatra da se vrijednost ovog stila može promatrati u metaforičnosti, slikovitosti, konkretnosti, antropocentrizmu, ali i u kolektivnosti i tipizaciji.

Bijelić (2009: 57-58) ističe osnovne karakteristike razgovornog stila kao stila svakodnevnice komunikacije (jednostavnost, nepripremljenost, spontanost, neslužbenost te opuštenost), ali i razlike razgovorne gramatike u odnosu prema gramatikama ostalih stilova. Te su razlike:

1. *Redukcija glagolskih vremena na prezent, perfekt i futur.*
2. *Zamjena glagolskih priloga prošlih i sadašnjih konstrukcijama kao što su Čitao je tekst i shvatio je umjesto Čitajući tekst, shvatio je.*
3. *Često izjednačavanje instrumentala sredstva i društva: Došao je s autom umjesto Došao je autom.*
4. *Sklanjanje pridjeva na -ov i -ev prema određenoj promjeni: Marko – Markovoga umjesto Marko – Markova.*
5. *Redukcija samoglasnika: Kol'ko ćete? umjesto Koliko ćete?*
6. *Upotreba krnjeg infinitiva: Moraš to pročitati' i nadopuniti' umjesto Moraš to pročitati i nadopuniti.*
7. *Stežanje samoglasnika kod glagolskih pridjeva radnih: Čito sam umjesto Čitao sam.*
8. *Stežanje suglasnika, najčešće u oblicima zamjenica: Ne'aš pojma, zna ne'ko? umjesto Nemaš pojma, zna netko?*
9. *Zamjena povratne zamjenice svoj posvojnim zamjenicama moj, tvoj, njegov, naš, vaš, njihov: Uzmi tvoj mobitel, trebat će ti umjesto Uzmi svoj mobitel, trebat će ti.*

(Prprović 2013: 4-5)

Razgovorni stil obilježavaju bezvezničke i klišeizirane rečenice, hipokoristici, augmentativi, pejorativi, emocionalno-ekspresivne čestice, kao i poštapalice i brojni pleonazmi. Emocionalno-ekspresivni karakter ne prepoznaje se samo po česticama kao što su *eto, evo, eno, gle!*, već i po često upotrebi usključnih rečenica: *Aha!, Prestrašno!*, po imperativnim rečenicama *Ma daj, bježi' tamo!*, kao i u upitnim rečenicama: *Vrećicu?* (Bijelić 2009: 59). Poštapalice poput *je li, čuješ, ovaj, kako da kažem*, popunjavaju stanku u govoru, pokazuju, odnosno prikrivaju, zbunjenost ili prestrašenost govornika. Uz to, rječnik je razgovornog stila konkretan, a ne apstraktan te je zbog toga oslobođen svake diskurzivnosti, što mu omogućuje uskraćivanje podataka i izostavljanje zalihosti rečenica (Silić 2006: 112).

Silić (1997: 488) navodi kako je razgovorni stil žanrovski polivalentan i kaže:

Možemo reći da se svaki funkcionalni stil standardnoga jezika zrcali u njemu (kao njegov žanr, dakako). No to ne znači da time gubi svoju fizionomiju (fizionomiju samostalnoga funkcionalnog sila). Kao svaki drugi funkcionalni stil i on ima svoje zakonitosti (neovisne o zakonitostima drugih funkcionalnih stilova).

"Razgovorni stil standardnog jezika služi za svakodnevno sporazumijevanje, a odlikuje se komunikacijskom spontanošću i nepripremljenošću, neusiljenošću, prirodnošću i familijarnošću" (Halonja i Mihaljević 2012: 17).

Nepripremljenost, neslužbenost i jednostavnost te neposrednost u komunikaciji ističe i Tončić (2015: 15-16), ali i navodi kako je to stil svakodnevice, prirodan, pun emocionalnih i ekspresivnih izraza te mimike i geste. Ipak, za pomnije proučavanje razgovornog stila preporuča leksičku razinu jer se njome razlikuje od ostalih stilova.

Za Halonju i Mihaljević (2012: 17-18) upitno je koliko je realno govoriti o razgovornom stilu standardnog jezika, ako standardni jezik gledamo u njegovim osnovnim značajkama², a prije svega u dvostrukoj normiranosti. Pitanje je možemo li onda govoriti o razgovornom stilu standardnog jezika ili samo o razgovornom stilu koji uopće ne pripada ili samo rubno pripada standardnom jeziku. Razgovorni stil koji pak ne pripada standardnom jeziku onda pripada supstandardu ili nekom drugom nestandardnom idiomu³. Drugim riječima, prepoznaje se u njemu, identificira se s njim.

² Autonomnost, normiranost, stabilnost u prostoru, elastična stabilnost u vremenu.

³ "Granica između supstandarda i niže rangiranih sociolekata i dijalekata prije je intuitivno nego jasno određena" (Granić 1999: 272).

Višefunkcionalnost podrazumijeva raslojavanje jezika na funkcionalne stilove koji će udovoljiti svim našim potrebama (Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski 2010: 372) jer ćemo ga moći upotrebljavati u različitim domenama i diskursima.

Osim dijakronijske, dijatopijske i dijastratičke varijetetske razine, postoji i ona dijafazijska razina ili funkcionalno raslojavanje (Mićanović 2008).

Uobičajena je podjela hrvatskog standardnog jezika na pet osnovnih funkcionalnih stilova: administrativni, književnoumjetnički, publicistički, razgovorni i znanstveni. Svaki navedeni funkcionalni stil sadrži obavezni neutralni dio standardnog jezika te neke specifične sastavnice, elemente zbog kojih se razlikuje jedan od drugog. Svaki se navedeni stil dalje raslojava na za nj specifične žanrove (Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski 2010: 372).

Jedna specifična sastavnica jest i žargon.

Žargon je vezan uz određeni jezični kontekst i to ponajprije gradski jezik koji je sastavljen od elemenata standardnog jezika, različitih specijalnih žargona, lokalnih govora i narječja (Pavlovski, 2000: 75). Prema Frančić i suradnicama (2005: 16) gradski su govori (logično) vezani uz urbanu sredinu i kao takvi su supstandardni idiomi koji obuhvaćaju dobne žargone te različite stručne žargone, tj. govore pojedinih profesionalnih skupina. Žargoni se definiraju kao govori pojedinih skupina koje mogu biti međusobno povezane dobi, zanimanjem, ili na neki drugi način. (ibid.)

Žargoni su obilježeni nekim elementima iz pojedinih narječja, zatim elementima iz stranih jezika, ponajviše engleskog u posljednjih pedesetak godina, te novotvorenicama (*ibid.*).

Budući da je glavno obilježje žargona njegovo ostvarenje u svakodnevnom govoru, mogli bismo ga vezati uz razgovorni funkcionalni stil, no Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski (2010) ističu kako to nije slučaj. Razgovorni funkcionalni stil jedan je od osnovnih stilova standardnog jezika, a žargon je, kao drugi sociolekt, izvan njega. "On se naslanja na razgovorni stil, ali prelazi granice standardnog jezika i ostvaruje se unutar razgovornoga jezičnog stila koji jednim svojim dijelom jest dio standardnoga jezika, ali je jednim dijelom izvan" (*ibid.*). Odnosno, žargon promatraju kao govorni varijetet koji upravo karakteriziraju riječi i izrazi koji nisu dio standardnog jezika.

4. ŽARGON

S obzirom na različite percepcije razgovornog stila i njegovu podudarnost s kolokvijalnim govorom u kojem se opet, prema nekim tumačenjima, ostvaruje sam žargon koji pak nema jednoznačnu definiciju, potrebno je, ne samo u ovom radu, redefinirati i kontekstualizirati pojam žargona.

Naime, postoje brojne definicije žargona, koje Muhvić-Dimanovski (2002: 75) integrira na sljedeći način, naime, žargone smatra "posebnim jezicima pojedinih dobno ili profesionalno određenih društvenih skupina" i smatra da se radi o "jezičnim jedinicama svakodnevnog izražavanja neke društvene skupine, struke, zvanja, staleža, jedne generacije ili uzrasta" koje "podliježu bržim promjenama", odnosno da "žargon nije [...] samo pomak od norme standardnog književnog jezika – taj je jezični pomak samo refleks, logična posljedica specifičnog i kompleksnog odnosa prema društvenim konvencijama i normama uopće".

Bugarski promatra žargon u kontekstu modernizacije jezika te navodi kako je žargon – zahvaljujući svojoj anonimnosti, spontanom nastanku, odsustvu normiranosti i brzim promjenama – indikator, a povremeno i predvodnik procesa promjene u jeziku (Bugarski 2009: 164-165). Žargon ima ulogu prilagođavanja jezika širim društvenim kretanjima, koje obuhvaća i modernizacijske procese kao što su otvaranje utjecajima dominantnih stranih jezika na različitim razinama struktura, brzina i lakoća komunikacije, kao i oslobađanje suvišnih formalnih opterećenja.

Žargon kao identifikacijski čimbenik vide Halonja i Mihaljević (2012: 15), navodeći da žargon služi za identifikaciju i komunikaciju u određenoj društvenoj grupi sa zajedničkim interesima ili načinom života, a koja može biti i prostorno određena. S druge strane, standardni jezik namijenjen je službenoj komunikaciji, ali ni žargon, ni standardni jezik nisu jedinstveni, nego podrazumijevaju različite stilove.

Žargoni su idiomi pojedinih društvenih grupa koji se razlikuju i predstavljaju neobaveznu komunikaciju određene grupe i obično se ostvaruju samo u govoru ili u privatnoj, neobavezujućoj prepisci (Halonja i Mihaljević 2012: 19). Žargoni su u hrvatskom jeziku obojeni izrazitim obilježjem nekog lokalnog idioma (primjerice, zagrebačkog, splitskog...) te elementima stranog jezika i imaju mnogo novotvorenica. Žargon je i supstandardni specijalni govor pojedine društvene grupe ljudi povezanih statusno i strukovno. Njihov govor razlikuje se namjerno ili nenamjerno od ostatka društvene zajednice. U oblikovanju i opstanku žargona veliku ulogu imaju spol/rod, obrazovanje, životna dob, ali i prostorna pripadnost jer se žargoni

povezuju s urbanim sredinama koje identificiraju urbanolekti⁴. Žargoni nisu samo govori pojedinih zatvorenih društvenih grupa (zatvorenika, lopova, narkomana, navijača na stadionima), nego i otvorenih grupa kao što su one učeničke ili profesionalne (umjetnici, liječnici, profesori, mehaničari, pravnici itd...) (Halonja i Mihaljević 2012: 49).

Škiljan (1985: 147) navodi kako u zajednici koja upotrebljava jedan jezični sustav postoje različiti podsustavi (zbog društvenih i ekonomskih odrednica) koji će biti za druge sudionike društva barem djelomično nerazumljivi "podsustavi", a nazivaju se specijalnim jezicima. Jedan od tih tzv. podsustava jest i žargon. Žargoni su specijalni jezici nastali iz potrebe određene grupe govornika da komunicira specifičnim podskupom višejezičnog univerzuma koji je zanimljiv samo toj društvenoj grupi. Tako, primjerice, postoje tehnički, medicinski, pravni, sportski i drugi žargoni. Drugi podsustav čine takozvani tajni jezici (jezik kriminalaca i drugih rubnih društvenih grupa). Treći su podsustav *argoti* (primjerice, učenički, studentski, umjetnički...), a ti idiomi nastali su kao rezultat težnje neke društvene grupe da se identificira određenim jezičnim oznakama kojima se istodobno razlikuje od drugih grupa.

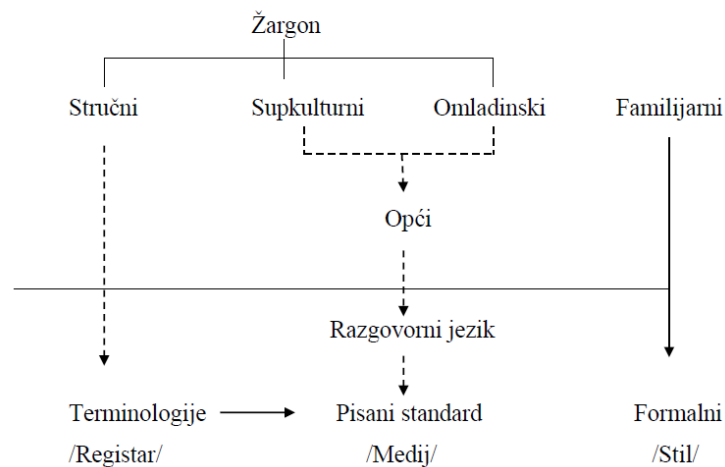
Žargon je jezik u malom, i zbog svojih specifičnosti i naglašene spontanosti, neformalne prirode i brzine kojom se mijenja. Žargonom se može nazvati svaka neslužbena i pretežno govorna inačica jezika koja služi za prepoznavanje i sporazumijevanje članova neke društvene grupe (određene po profesiji, društvenom statusu, uzrastu...) koje povezuje zajednički interes ili način života, a uz to može biti i prostorno omeđena. Žargon je obilježen posebnim jezičnim sredstvima, ponajprije leksičkim i frazeološkim, a iznimno i gramatičkim i fonetskim. Zbog toga je slabo razumljiv drugim govornicima istog jezika koji će ga zbog toga negativno vrednovati u opreci prema standardnom jeziku (Bugarski 2003: 5-9). Žargon je dio neobavezne komunikacije pojedine društvene grupe i obično se ostvaruje samo u govoru ili u privatnoj prepisci (u bilješkama, pismima, elektroničkim porukama, razgovoru na internetu itd.) (Frančić i sur. 2005: 242).

Bugarski (2003: 10) također predlaže osnovnu podjelu žargona na stručni, supkulturni i žargon mladih. Stručne žargone odlikuje pretjerana, šablonska, a često i pretenciozna upotreba stručnih naziva. Supkulturni i žargon mladih obiluju maštovitim i živopisnim, veoma kreativnim jezičnim obrascima.

⁴ Gradski idiomi koji su inače višeslojni i višeznačni. "[P]rodukt vertikalne stratifikacije gradskog idioma različiti [su] govori – društveni dijalekti (sociolekti) – od *argota* do funkcionalnih stilova" (Granić 1999: 274).

Nosić (2019: 11) pak žargon dijeli na govore zatvorenih i otvorenih društvenih grupa. Zatvorene društvene grupe čine zatvorenici, prostitutke, narkomani i dr., a otvorene društvene grupe čine učenici, studenti i pripadnici pojedinih profesija.

Pitanje je zašto su žargoni namjerno nerazumljivi izvan svoje grupe i zašto se najbrže mijenjaju. Bugarski (2003: 10-11) nalazi razlog u supkulturnim grupama na udaru zakona koje zbog zaštite od vanjskog utjecaja često mijenjaju svoj leksik jer neki žargonizmi izlaze iz svojih okvira i postaju dio općeg žargona u kojem će i duže trajati i eventualno prelaziti u druge sociolekte. Pojam *opći žargon* donekle je proturječan jer je žargonu svojstveno da bude poseban, a ne opći. Iako je taj termin potreban u današnje vrijeme zbog brze i široke komunikacije, ipak i otežava podjelu unutar cjelokupnog polja žargona pa umjesto oštih granica nailazimo na fine prijelaze, a različiti se žargoni povremeno stapaju (neki supkulturni žargoni istodobno su i žargoni mladih). Žargon u širem smislu, ako se ustalio u općoj upotrebi, može posredstvom razgovornog jezika utjecati na standardni jezik tako da se neki njegovi elementi standardiziraju (Slika 1.).



Slika 1. Podjela žargona i njihov utjecaj na standardni jezik
(Bugarski 2003: 10)

Može se zaključiti kako su žargonizmi prisutni u mnogim jezičnim situacijama u kojima nije nužna upotreba standardnog jezika. Stoga je upotreba žargonskih tvorbi u kontekstima gdje se to ne očekuje itekako uočljiva i šokantna (Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski 2010: 371).

Iako se žargon promatra i analizira u nekoliko različitih jezikoslovnih područja, ponajprije se veže uz leksikologiju jer se

[...] na leksičkome planu najčešće i opaža da je neka riječ žargonizam. Drugo područje koje se često povezuje sa žargonom je diskurs, posebice onaj govorni – u njemu se, naime, žargonske tvorbe koriste u mnogo većoj mjeri nego u drugim tipovima diskursa. Treće je područje fokusirano na funkcionalne stilove nekoga jezika i tu se žargon javlja kao jedna od vrlo uočljivih osobina razgovornoga stila. Nadalje, žargon je vrlo čest u medijima, a posebice u domeni oglašavanja gdje se sve češće rabi kao vrlo učinkovito sredstvo u tržišnome natjecanju. (*ibid.*)

U svakom slučaju, žargon je najvidljiviji u leksiku, neovisno o tome je li riječ o novotvorenici ili semantičkom pomaku.

4.1. Slang, argot, šatrovački jezik

Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski (*ibid.*) žargon vide kao širi pojam u odnosu na druge nazive poput *slanga*, *argota* ili šatre, za koje navode da se u hrvatskoj lingvistici često rabe naizmjenično.

Kao što je vidljivo iz prikazanog, u literaturi se shvaćanje žargona i njegovo definiranje razlikuju. Dodamo li tomu još definiranje i upotrebu bliskih pojmova poput *šatra*, *šatrovački*, *slang*, *argot*, vernakular, dolazimo do zaključka da je negdje pojam žargona nadređen, a prethodno navedene bliskoznačnice su mu subordinirane. Ipak, potrebno je definirati i pogledati definicije tih najčešćih pojmova. Tako Bugarski (2009: 156) navodi kako se pojam žargona odnosi na supkulturne varijetete (*slang*), ali i na žargonski upotrebljavane stručne oblasti.

Slang su riječi ili izrazi u svakodnevnoj upotrebi koji se u nekim svojim značenjima smatraju za neknjiževne, ali i riječi ili izrazi koje u nekim osobitim značenjima upotrebljava određena vrsta ljudi različitih struka i zanimanja (Jespersen 1970: 129). Jespersen *slang* promatra kao formu govora koja je potekla iz želje da se u jeziku oslobodimo općih mjesta koje nam zajednica nameće. Također, ističe kako "obični rječnici slenga obuhvaćaju ne samo ono što je sleng u pravom smislu već i riječi iz šatrovačkog jezika, pa i vulgarizme" (*ibid.*).

Poticaj za stvaranje *slanga* dolazi iz izvjesnog osjećanja intelektualne superiornosti. Neke riječi ili fraze izlizale su se u jeziku, postale suviše dobro poznate, dosadile su, pa zato tražimo novu riječ koja će zagolicati maštu i svojom novinom ispuniti našu želju za nečim zabavnijim ili ugodnijim. *Slang* je upravo izraz čovjekove sklonosti prema igri, neprestano stvaranje novog, drugačijeg.

Jespersen (1970: 130) napominje kako je *slang* jezična rasipnost, naziva ga sportom i navodi:

[...] on je sport i kao svaki drugi sport suštinski pripada omladini. On je (ili je bio) veći ljubimac mladića nego djevojaka. Ukratko bi se moga opisati kao borba protiv onog što je otrcano i dosadno. Ponekad ima pomalo prkosan karakter, a ponekad je sasvim poetski, jer u mnogim riječima sa prenesenim značenjem stvarno ima pjesničke mašte, koja može biti veoma osvježavajuća.

Kad se riječ u *slangu* previše ponavlja i upotrebljava, ona postaje dosadna. Zato, se *slang* stalno mora obnavljati i mnoge riječi, ma koliko bile poznate u nekom vremenu, ipak imaju kratak vijek (Jespersen 1970: 130).

Slang nastaje u nekom mjestu i u vrlo kratkom vremenu može pridobiti svačiju pozornost i naklonost. Nekad se neke riječi prošire u čitavoj govornoj zajednici na širem prostoru, a ponekad se zadrže samo u nekim mjestima kao lokalizmi. Također, treba znati i da su mnoge riječi prvotno nastale u *slangu*, ali su se vremenom toliko uobičajile da se više nitko i ne sjeća da su nekad bile dio *slanga*. Sve to pridonosi većem zanimanju za proučavanje *slanga*, ali isto tako i otežava razgraničenje *slanga* i drugih idioma (Jespersen 1970: 130-131). Jespersen (1970: 132-133) shvaća *slang* kao jezik zadirkivanja, naime, u njemu uvijek ima nešto humoristično, za njega je to svjež jezik, djetinji jezik.

Prema uzoru na strano nazivlje, govor društvene grupe koji se odvaja od dijalekta i udaljava od žargona, dakle ne samo od književnog već i neknjiževnog jezičnog sustava, nazivamo najčešće, prema engleskom, *slang* i, prema francuskom, *argot*. U lingvistici se javlja i izraz *šatrovački* koji, prema Sabljaku (2013), na najbolji način određuje govore različitih društvenih grupa.

Termin *argot* dolazi od francuske riječi *argot* koja je označavala 'tajni jezik lopova i skitnica i lualica'. *Argot*, dakle, predstavlja "tajni jezik deklariranih društvenih elemenata, lupeža, provalnika, džepara, probisvijeta, krijumčara, kockara, varalica, skitnica, itd. koji se trude da njihov jezik bude nerazumljiv za okolinu" (Melvinger 1984: 64). Iz ove definicije i samog podrijetla termina jasna je njegova diferencijacija od žargona.

No, Bugarski (2003: 12) navodi kako su *argot* i *slang* internacionalizmi koji se upotrebljavaju za pojedine žargone, osobito one s društvenog ruba, a ti su nazivi alternativni. Njima treba dodati i naziv *šatrovački jezik* koji je tradicionalan i zastario (ali se još upotrebljava) i asocira na tajne jezike, ponajprije na jezike romskih čerga. Također, postoji i naziv *frajerski* koji je nešto noviji od prethodnog, ali je već izašao iz mode (rijetko u upotrebi). Što se tiče semantičkih razlika u terminologiji, moguće je blago diferenciranje. Najveća je razlika između

stručnih i svih drugih žargona, što potvrđuje i praksa njihovih imenovanja pa se stručni naziva *jargon* u engleskom i francuskom jeziku, a svi ostali etiketiraju se kao *slang* odnosno *argot*, iako i u tom slučaju nerijetko ima nedosljednosti. Ipak, Bugarski predlaže da osnovni naziv za sve varijetete bude *žargon*, tako da se onda može govoriti o stručnom, ali i o šatrovačkom ili frajerskom žargonu. Isti pojam u užem značenju obično se odnosi na supkulturne i idiome (žargone) mladih.

Tvorbu *slanga* Jespersen (1970:131) istražuje u povijesti škola, odnosno internata, i to muških internata koji su odvojeni od ostalih te su tako imali priliku stvoriti svoj jezik koji je u suštini *slang*, a napisani su čak i rječnici takvih školskih idioma⁵. Oni riječi formiraju tako da se uzme početak riječi i na njega doda završetak, dok se slogovi iz sredine izostave ili proizvoljno iskrive riječi.

Način na koji *slang* stvara izraze jest i skraćivanje svakodnevnih riječi. Sklonost prema skraćenicama veća je u industrijaliziranom društvu s ubrzanim tempom života, nego u prošlosti ili u kulturi koja "ne žuri za novcem". Važno je znati kako je ponekad potrebno prilično predznanje da bi se skraćene riječi razumjele (Jespersen 1970: 137-138)

Slang nije isto što i žargon. Profesionalni žargon koristi određena grupa koja ima svoje tehničke izraze. Zanimljivo je da su neki tehnički termini prvotno bili *slang* i da ih ljudi u toj struci još uvijek osjećaju kao *slang*. Tako tipografi u Danskoj kažu *begravel* 'pogreb' i u Njemačkoj *eine Leiche* 'leš' kad se ispusti dio teksta između dviju riječi u skriptu (Jespersen 1970: 141).

Osim naziva *slang* i *argot*, upotrebljava se i naziv *šatrovački*. Šatrovački se definira kao govor ulice, govor deklasiranih društvenih grupa koji je na hijerarhijski nižoj stepenici od žargona (Kovačević 2001: 379).

Da je žargon kao pojam nadređen pojmu šatrovački, slaže se i Kuzmanović (1970: 129) te dodaje kako je šatrovački samo jedan od njegovih najekstremnijih oblika.

Antun Šoljan i Ivan Slamnig (1955: 82) objašnjavaju *šatrovački jezik* već na razini izraza i navode kako su šatrovačkim govorili Romi, "ljudi pod šatorima", a definiraju ga ovako: "Šatrovački je jezik kolokvijalnog tipa, za koji se smatra da se nalazi ispod razine standardnog govora školovanih ljudi i sastoji se ili od potpuno novih riječi ili od postojećih riječi koje se

⁵ Primjerice, R. G. K. Wrench, *Winchester Word-Book* iz 1891. ili u Danskoj E. Neegard, *Ordbog over skolesporget* pa *Herlufsholm* iz 1922.

upotrebljavaju u nekom specijalnom značenju" (Šoljan i Slamnig 1955: 83). Josip Hamm (1939/1940: 556) šatrovačke izraze naziva jezičnim karikaturama.

Kolika je zbrka u upotrebi "pravog" termina i kako se njihova percepcija i upotreba vremenom mijenjala, najbolje objašnjava Ivan Marković (2021: 148), koji ističe kako su početkom 20. stoljeća termin *žargon* rabili i obrazovani govornici.

Kad su htjeli istaknuti da je riječ o žargonu kriminalaca, rabili su termin šatrovački. Taj se termin poslije uzimao kao polazišni pri opisu drugih vrsta specifičnih žargona (usp. Hamm 1939– 1940), a potom se rabio za ono što mi zovemo slengom (usp. Šoljan – Slamnig 1955, Sabljak 1981). Njegova daljnja sudbina nije jednoznačna jer jedni će ga smatrati zastarjelim (usp. Bugarski 2006:15), jedni mu vraćaju prvobitno značenje tajnoga jezika zlikovaca i društvenih marginalaca koje otprilike odgovara e. terminu cant ili fr. terminu argot, uzetima vrlo relativno (usp. Samarđžija 2006:20), jedni će pak dan-danas u hrvatskome pod šatrovačkim razumijevati govorenje sa slengovskom metatezom (usp. npr. doma → mado, pivo → vopi, lud → udlu), karakterističnim rječogradnim postupkom, koji je Šahinović 1930-ih zvao kozaračkim (s. a.:15), kako nalazimo i kod Uhlika (1954:6).

Ipak, u jednom se svi slažu: žargon je kratkog vijeka i vezan je uz određene društvene grupe te je riječ o razgovornom jezičnom varijetetu koji je ispod razine stilski neutralnog jezika (Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski 2010: 373).

4.2. Stereotipi u/o žargonu

Stavovi o jeziku, a tako i o *slangu*, ovise o pojedincu i o samoj grupi, zajednici, i to o onima koje imaju određenu društvenu moć. Zapravo se iznose stavovi o grupi koja se služi tim jezikom ili *slangom*, a ne iznose se stavovi o samom jeziku ili *slangu*. Drugim riječima, idejama o društvu i kulturi iznose se ideje o jeziku. Zato je *slang* u početku označen kao negativan jer je ponajprije bio jezik marginaliziranih i stigmatiziranih grupa poput kriminalaca, Roma, skitnica i drugih. Društvo je na njih gledalo negativno, a taj se pogled odrazio i na njihov jezik (Mirošničenko 2014: 13).

Također, budući da je to jezik zatvorenijih grupa, te je većini bio nerazumljiv, bio je u suprotnosti s jezičnim normama. Tako su se počele razvijati razne predrasude. Sleng možda nema određeni prestiž, ali on ipak ne nestaje sve ove godine iz upotrebe. Sleng za one koji ga upotrebljavaju ima vrijednost i znak je zajedništva i grupne pripadnosti što je, možda, i bitnije od bilo kojeg negativnog stava, mišljenja. (ibid.)

Vjerojatno je i to bio razlog nezainteresiranosti istraživača za proučavanje žargona, no danas se situacija promijenila, čemu su uvelike pridonijeli novi mediji. Ali, jedno je ostalo isto, razlog nastanka i upotrebe žargona kao sredstva razlikovanja od druge društvene grupe, kao i

razbijanje ustaljenosti jednog svakodnevnog jezika te proširivanje komunikacijskih mogućnosti i jezična igra (Palinić 2019: 5).

A. Skelin navodi stav jednog autora da je sleng "konverzacija ludih". Sleng je osuđivan jer je smatran dvosmislenim, neodređenim i nestalnim te jer se smatra da ima štetan utjecaj na one koji ga koriste. Također, smatralo se da je sleng "govor lijernih".. Negativna mišljenja proizlaze iz toga što je sleng neformalan, nestandardan te vrlo otvoren i slobodan način komunikacije. Međutim, s vremenom su ta negativna mišljenja postajala pozitivnija te se sve manje sleng smatrao vulgarnim i neispravnim. Pisci su uvelike zaslužni za afirmaciju slenga jer su upravo oni bili ti koji su ga koristili u vrijeme kad se na sleng gledalo kao na nešto loše i pogrešno. Sleng je postajao sve prihvatljiviji u svakodnevnoj komunikaciji, ali još je trebalo vremena da se prihvati i u formalnom pisanju i komuniciranju. (Mirošničenko 2014: 13)

Nerijetko se i danas žargon mladih, zbog predrasude o njegovoj urbanizaciji koja je duboko ukorijenjena, naziva i urbanim žargonom mladih, pa tako Imamović i Mujagić (2017/2018: 3) urbani žargon mladih opisuju kao:

[...] spontan, kreativan, maštovit i šaljiv, pa se stoga u cjelini pozitivnije vrednuje od npr. stručnog žargona, kao ljekarskog ili pravnog, koji je nemaštovit i izlizan, uslijed čega se negativno ocjenjuje. Upravo zbog činjenice da "žargon oscilira od jezika struke do jezika ulice" (Andrić 1976, VII) [...]

Žargon kao sociolekt promatraju, naravno, i sociolingvisti, i to tako da ga promatraju kao govor mladih koji žive ponajprije u gradskim sredinama. Ipak, žargon se danas ne može smjestiti ni horizontalno (kao urbani govor), ni vertikalno (kao govor mladih). Također, druge interpretacije žargona (kao, primjerice, ona da je riječ o stilu), nisu u cijelosti prihvatljive, "[...] jer se žargon vrlo često teško može razlučiti od brojnih drugih nestandardnih varijeteta, prije svega razgovornoga jezika" (Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski 2010: 373).

A zašto je baš ta predrasuda o urbanom toliko ukorijenjena, objašnjava Skelin Horvat (2009: 46), ukazujući na povezanost žargona i urbanog života i na razlike između urbane i ruralne zajednice. Naime, ruralne sredine robuju različitim pravilima i normama ponašanja, a urbana je sredina često skeptična prema tradiciji i normama te se upravo zalaže za razbijanje uvriježenih obrazaca, što se na jedan način može postići upravo žargonom.

Poput predrasude o urbanom žargonu, postoji i predrasuda koju iznose neke starije studije, a ta je da je govor pun žargonizama karakterističan za delinkvente i ljude slabijeg obrazovanja.

Još su 1955. Antun Šoljan i Ivan Slamnig (1955: 82-85) odredili žargon kao jezik nižih klasa, kao vulgariziranje njegovanog jezika viših slojeva te kao jezik koji šokira starije ljude. Također opisuju i tko se to služi tim uličnim žargonom.

Ljudi koji su brži na jeziku, koji se vole po prirodnom nagonu igrati riječima, koji žele oživjeti svoj jezik, istaknuti se, grubo narugati, reći neku intimnu riječ umjesto knjiške i otrcane, opisati svoje dobro i loše stanje bez patosa, koji jednostavno ne žele biti sentimentalni ili smiješni.

(Šoljan i Slamnig 1955: 84)

Kuzmanović (1970: 133) na žargon gleda kao na pobunu mladih protiv ustaljenih normi i konvencija. Palinić (2019: 7-8) osporava tu predrasudu i u svom istraživanju dolazi do zaključka kako upotreba žargona nije determinirana ni obrazovanjem, ni općom kulturom, kao ni klasnom pripadnošću ni rodom. Danas se žargonom služe gotovo svi mladi ljudi pa se može zaključiti kako je upotreba žargona uvjetovana dobi govornika i da mlađe dobne skupine (tinejdžeri i adolescenti) upotrebljavaju više žargonizmima nego odrasli i stariji. Palinić žargon shvaća kao generacijsku, a ne kao stalešku ili geografsku kategoriju jezika/govora. Također odbacuje i mišljenje da se žargon može držati kao rezultat područne raslojenosti leksika (poput dijalekata ili područnih varijeteta). "No zanimljivo je da se inventar žargonizama i žargonskih tvorbi katkada razlikuje od jednoga zagrebačkoga naselja do drugoga (npr. glagol *zbeksati se* 'rastužiti se' prvotno je nastao u Dugavama, pa mladež Remetinečkog gaja nije odmah shvatila njegovo značenje)" (Palinić 2019: 8).

Zanimljiva je i tvrdnja koju izriče Mirošničenko (2014: 8), ističući kako "šatrovačkim govorom mi iskazujemo svoje porijeklo, status i pripadnost, kao i simpatije i antipatije. Mnoge šatrovačke riječi govore o raznoj netrpeljivosti, kao što su religiozna, staleška, rasna...npr. *kmica* – crnac, *feget* – homoseksualac ili *Janez* – Slovenac."

Pitanje je zašto mladi uopće komuniciraju žargonom. Kad komuniciraju o nečemu što je ilegalno u izvanjezičnoj stvarnosti, primjerice, o drogi. "Daleko je sigurnije o tome komunicirati izmišljenim jezikom, pogotovo kad se o tome komunicira putem društvenih mreža gdje bi poruke mogle poslužiti kao eventualan dokaz ilegalnih radnji" (Palinić 2019: 10).

Mirošničenko (2014: 8) navodi tezu Anite Skelin Horvat (2009), prema uzoru na neke američke lingviste, da muškarci više koriste žargon/*slang*.

Ta teza potkrijepljena je činjenicom da u slengu prednjače pejorativni izrazi vezani uz žene, alkohol, sport, posao, politiku i sl. Puno je takvih primjera u rječniku, osobito vezanih za žene, kao npr. mačka, bomba, avion, za sport npr. klada – kladionica, tekma – utakmica ili nogoš – nogomet ili alkohol npr. alkos, kroner – alkoholičar ili betonirati se – pretjerati s alkoholom. Također, A. Skelin navodi da je razlog tomu i to što muškarci čine zatvorenije grupe, izbjegavaju riječi koje zvuče "ženski" ili "slabo" te slengom žele šokirati. Što se pejorativnih naziva tiče, češće se upotrebljavaju upravo iz razloga što se slengom radije izražava negativno nego pozitivno vrednovanje ljudi, ideja, predmeta, pojava.

4.3. Karakteristike i sudbine žargona

Prva, najčešće istaknuta osobina žargona jest ona vremenska, odnosno problem zastarijevanja koji se istražuje i u ovom radu. Ovisnost o vremenu, odnosno brzina promjene posebno je specifična za žargonski leksik. Zato Muhvić-Dimanovski (2002: 75) navodi kako upravo žargonizmi brže prestaju biti aktualni u jezičnoj upotrebi od drugih leksičkih elemenata.

Jedna od najčešćih sudbina žargonizama, o čemu će biti riječi u nastavku, jest da relativno brzo zastarijevaju i da su kratkog vijeka. U brojnim su slučajevima povezani s jednom generacijom, poznati su samo njoj i samo ih ta generacija upotrebljava u određenom razdoblju. Ti isti izrazi neće biti poznati nekoj drugoj generaciji (Muhvić-Dimanovski 2002: 75). Kuzmanović (1970: 135) navodi kako su sezonski i pomodni. Nova riječ isprva će biti zanimljiva i brzo prihvaćena, euforično će se upotrebljavati neko vrijeme, a zatim za nekoliko mjeseci, pred navalom novih riječi i izraza, može potpuno nestati i sljedeće godine eventualno će se spomenuti kao zastarjelica. Primjerice, žargonizam *marica* 'marihuana' danas u Zagrebu više nitko ne koristi, a još prije desetak godina bio je popularan i raširen (Palinić 2019: 5).

Karakterističnost vremenske određenosti žargonizama navodi i Nosić (2019: 16), ističući kako žargonizmi brzo nastaju, brzo zastarijevaju, a tek malobrojni odolijevaju vremenu i ostanu u aktivnoj upotrebi. Nadalje, ističe kako je zapisivanje žargonizama ujedno i čuvanje jezičnog svjedočanstva jednog vremena, jednog prostora i jedne mladosti.

Ovo posljednje dovodi nas i do druge osobine, tj. problema žargona, a odnosi se na činjenicu da se, prema ranijim istraživanjima, žargoni najčešće upotrebljavaju u usmenoj komunikaciji. Danas dolazi do pomaka u tom smislu jer su glavni govornici mladi koji, prema novijim istraživanjima, preferiraju pisanu komunikaciju.

Osim toga, treba istaknuti i nedovoljan korpus rječnika žargonizama. Zasigurno, samo sastavljanje takvih rječnika zahtjevno je i zbog široke rasprostranjenosti i zbog određivanja samog kriterija prema kojem će određeni žargonizam biti uvršten u rječnik. Zato je izbor žargonizama subjektivan i odražavat će, uz samo poznavanje žargona, i stav leksikografa prema svim dijelovima leksika koji ne pripadaju standardu (Muhvić-Dimanovski 2002: 77-78).

Jedna od osobina žargona jest i lokalna ograničenost, gdje samo na primjeru jedne prostorno male zemlje poput Hrvatske svaka urbana sredina ima neke svoje posebne značajke žargona i često pojedini izrazi nisu svima jednako razumljivi, jer na žargon mogu utjecati i regionalne jezične varijante (Muhvić-Dimanovski 2002: 78). Danas, opet zahvaljujući tehnologiji i medijima, komunikacija poprima šire razmjere od lokalne zajednice i određene

sredine, zato transfer žargonizama iz druge sredine nije rijetkost i pojedini žargonizmi proširili su se u sve ili gotovo sve domene, bez obzira na svoju početnu lokalnu ograničenost.

Već je više puta istaknuta vremenska odrednica žargona, a to najbolje opisuje istraživanje provedeno na osnovi rada *Dvije tri o govoru zagrebačkih srednjoškolaca* Josipa Hamma (1939/1940), koji daje popis od stotinjak riječi koje je autor zabilježio u zagrebačkim srednjim školama. Trideset godina kasnije taj je leksik analiziran i dokazano je da se 50% riječi više ne koristi, a 2003. godine ponovno je provedeno istraživanje koje je pokazalo da je čak 54% riječi s popisa potpuno nerazumljivo tadašnjoj populaciji, dok dalje koristi samo 21% navedenih riječi, ali u potpuno izmijenjenom značenju (Mirošničenko 2014: 18).

Sudbina riječi iz žargona svodi se na to da žargonizmi s vremenom postanu općeprihvaćeni te ih se više ne smatra žargonizmima (primjerice, *bok* kao 'pozdrav' više ne pripada žargonu već je općeprihvaćen) ili ostanu na razini jedne zatvorene skupine i vremenom nestaju (primjerice, žargon jedne generacije) (Mirošničenko 2014: 18).

Žargoni koji opstaju, odolijevaju vremenu i dosežu do standarda jer kao nekonvencionalni izrazi teže univerzalizaciji, tj. šire se izvan grupe i postaju dio općeg razgovornog leksika i standarda. To su žargonizmi koji su se toliko ustalili u standardu da više nismo ni svjesni njihova žargonskog podrijetla (*klinac*, *šalabahter* i dr.). S druge strane, postoje i žargonizmi koji su vezani za jednu generaciju i nepoznati su novijim, mlađim generacijama. Takvi žargonizmi žive toliko dugo koliko generaciji treba da ga preraste. U tu grupu prije svega spadaju pomodne stvari, trendovi poput glazbe, odjeće, mode općenito ili određenih životnih okolnosti koje se mijenjaju od generacije do generacije (Mirošničenko 2014: 18).

5. TVORBA ŽARGONIZAMA

Tri su najplodnija temeljna postupka u tvorbi žargonizama: skraćivanje riječi, sufiksacija i proširivanje riječi.

Izrazom skraćivanje obuhvaćeni su svi tvorbeni postupci kojima se postojeće riječi skraćuju "rezanjem" ili skraćivanje u kombinaciji sa sufiksacijom, zatim stapanje dvije riječi u jednu pri čemu se jedna ili obje riječi također skraćuju te univerbizacija, odnosno nastanak jedne riječi od višečlanog 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 domaćeg ili stranog podrijetla. (Mikić Čolić 2018: 236)

Bugarski (2003: 16-20) razlikuje žargonske i žargonizirane sufikse. Žargonizirani su sufiksi zapravo žargonski sufiksi koji su tek u tvorbi žargonizama postali plodni. Takvi su sufiksi: *-ak/-njak/ljak*, *-iška*, *-aroš*, *-os*, *-ancija* i slični.

Sufiksi kojima su u sufiksaloj tvorbi tvoreni primjeri u korpusu jesu *-ica/ice*, *-aroš* i *-uša* (Domorad 2019: 18), a Sabljak (2013: 10) navodi kako su česti sufiksi *-aš*, *-ač*, *-ić*, *-iška*, *-njak*, *-oš* (*mekač*, *limač*, *krimiće*, *dupliće*), a prepoznatljive su žargonske tvorbe one sa sufiksima *-ga* (*benga*), *-ks* (*džoks*, prema džoint), *-sa* (*čoksa*).

▪ Sufiks *-ica/-ice*

Sufiks *-ica* jedan je od najplodnijih imeničkih sufiksa, a njime se imenice tvore od imenskih, glagolskih, pridjevnih, brojevnih i priložnih osnova. Sufiksom *-ica* nastao je žargonizam *noktarica* 'osoba koja obavlja manikuru, odnosno higijensku i kozmetičku njegu ruku i noktiju'. Množinskim likom *-ice* tvore se umanjene pa je tako nastao i žargonizam *stopalice* 'kratke čarape koje pokrivaju samo stopalo' (Domorad 2019: 18-19).

▪ Sufiks *-aroš*

Sufiksom *-aroš* imenice se tvore od glagola i imenica. "Tim sufiksom završavaju izvedenice tvorene od osnovnih imenica koje ne završavaju na *-ar*, a ako završavaju, ne postoji semantička veza s izvedenicom na *-aroš*. Izvedenice sufiksom *-aroš* pokazuju snažnu stilsku obilježnost: *žicaroš*, *cinkaroš*, *cajkaroš*" (Domorad 2019: 19).

▪ Sufiks *-uša*

Sufiksom *-uša* imenice se izvode od imenica, pridjeva i glagola s različitim značenjima te je često riječ o stilski obilježenim imenicama, pridjevima i glagolima. Osobito su stilski obilježene novotvorenice.

Njime su u korpusu nastali žargonizmi: čmaruša ('ulizica'), šalteruša ('neljubazna i nesusretljiva službenica'), sponzoruša ('djevojka, odnosno žena koja je s nekim muškarcem u vezi zbog novca ili bogatstva'), posvuduša ('ženska osoba koja prisustvuje svakom društvenom događaju, a ne zna se točno što ona ondje trebala raditi'), ormaruša ('osoba koja skriva svoju homoseksualnu orijentaciju'), škoruša ('ženska osoba koja podržava predsjedničku kandidaturu Miroslava Škore'), pederuša ('muška torbica'). Sufiks - uša je ženski sufiks, a izvedenice uglavnom imaju pejorativno značenje ženske osobe (šalteruša, sponzoruša, posvuduša, škoruša), ali mogu se odnositi i na pripadnike obaju spolova (čmaruša, ormaruša). Iako se tvrdi da se imenice izvedene sufiksom -uša u pravilu izvode od glagolskih osnova, žargonizmi u korpusu tvoreni su od imenske osnove (sponzoruša, šalteruša, ormaruša, škoruša, čmaruša, pederuša) i priložne osnove (posvuduša). (Domorad 2019: 19)

Mikić Čolić (2018: 237) navodi kako je u prikupljenom korpusu za vlastito istraživanje najzastupljeniji postupak upravo skraćivanje, što je i očekivano jer se žargonom služe uglavnom mladi. Zanimljivo je da su žargonizmi kojima se oni služe nastali stapanjem. Dakle, stapanjem nastaju stopljenice koje su stekle popularnost u širokoj javnosti. Zanimljivo je da čak 5 do 10% novih riječi nastaje stapanjem, a inače je taj je postupak preuzet iz engleskog jezika (*ibid.*).

Prema strukturi, stopljenice se u hrvatskom jeziku mogu podijeliti u tri tipa:

1. stopljenice nastale od prvog dijela prve i drugog dijela druge riječi (*banka + automat > bankomat, čoksa + Božić > čoksić*)
2. stopljenice nastale uključivanjem jedne ili obje riječi u cijelosti u novu riječ, pri čemu može doći do glasovnog preklapanja (*rad + alkoholičar > radoholičar, web + seminar > webinar*)
3. stopljenice u kojima je dio jedne riječi umetnut u drugu riječ koja ostaje netaknuta (*štrumfastično, Krašotice, bananaccino, wellnesstinovo*) (Mikić Čolić 2018: 238)

Stapanje kao tvorbeni postupak naročito se koristi u marketingu i medijima, u reklamnom diskursu, jer tako gledatelji ili slušatelji brzo zapamte reklamirani proizvod. Jedan je strukturni tip stopljenica posebno izražen u marketingu. Riječ je o letrističkim postupcima, primjerice, (*sretan*) *Boschić* (*Bosch + Božić*), *CROmpiri*, *coolinarka* (Mikić Čolić 2018: 239).

Najplodniji su univerbizijski sufiksi: *-jak/njak, -ac, -ka*.

Jedan od najplodnijih postupaka svakako je metateza. Tako se u tvorbi novih žargonizama, uz metatezu, javlja i afiksacija. Naime, dodaju se različiti prefiksi i sufiksi, među kojima prednjače prefiks *jo-* i sufiks *-nj* (primjerice, *jočkidenj, jokinfanj i jogadronj* od *dečki – čkide, fakin – kinfa, droga – gadro*) (Jagačić 2019: 19).

Sabljak (2013: 10) navodi kako je razlog ovakve tvorbe žargonizma uz pomoć metateze i prefiksa i sufiksa kako bi članovi određene društvene grupe što duže očuvali svoju tajnost. To

objašnjava pomoću žargonizma *šorati* 'tući' od kojeg je metatezom nastao oblik *ratišo*, a s dodatkom prefiksa i sufiksa *goratišonj* (*ibid.*). Takvi novi žargonizmi dodatno osiguravaju tajnost komunikacije u zatvorenoj društvenoj grupi kojoj *outsideri* nemaju pristup i upravo je idiom, žargon kojim se oni služe, jedna od najvažnijih barijera koja to omogućava.

6. ISTRAŽIVANJE

Cilj istraživanja i ovog rada jest provjeriti u kratkom periodu (2014-2022) jesu li se dogodile značajnije promjene u govoru mladih, odnosno utvrditi prolaznost određenih žargonizama koji su u jednom trenutku obilježili govor mladih, kao i preispitati stavove mladih o promjenama u jeziku.

Polazište za ispitivanje bio je *Rječnik mladih* Ivane Mirošničenko iz 2014. godine koji bilježi 692 žargonizma. Za potrebe ovog istraživanja, samom anketiranju prethodilo je bilježenje žargonizama u vlastitoj komunikaciji, ali i na internetu te na raznim društvenim mrežama. Budući da se u radu žele pokazati i dokazati promjene u upotrebi žargonizama, izabrano je 45 žargonizma koja ili nisu zabilježena u današnjoj komunikaciji mladih ili imaju izmijenjeno značenje. Naglasak je na žargonizima vezanima uz modu (tzv. pomodnicama) te iz šatrovačkog jezika jer su nekad bili veoma učestali, a u današnje vrijeme gotovo se i ne upotrebljavaju na širem području Hrvatske.

Također, na nekoliko je primjera promatrana seksistička strana žargona.⁶

Anketiranje je provedeno 8. lipnja 2022. u obliku ankete *Google forms* te je u svega 24 sata anketirano 400 ispitanika iz cijele Hrvatske, nakon čega je radi kvalitetnije analize prikupljenih podataka zaustavljena provedba ankete.

Upitnik ima tri dijela. U prvom su dijelu su opći podaci ispitanika (dob, spol, razina završenog obrazovanja, županija prebivališta). U drugom dijelu nalazi se 45 žargonizama, a ispitanici trebaju označiti poznaju li i koriste li određeni žargonizam, a ako odgovore potvrdno, trebaju napisati njegovo značenje. Posljednji, treći dio ovog upitnika, nudi mogućnost izražavanja vlastitog stava o pitanjima: *Mislite li da se jezik mijenja i kako? Što mislite kada su prethodno navedene riječi (koje niste znali/ne koristite) bile u upotrebi?* Također je ostavljena i mogućnost davanja komentara na kraju anketnog upitnika.

⁶ Jay (1999) u svom radu piše o seksističkoj strani *slanga* koji je nastao (a i opstao) kako bi različite društvene grupe govorile o svojim vrijednostima i potrebama. Također, navodi kako se tvore ti uvredljivi termini. U svim društvenim grupama prvo se stvaraju etničke i rasističke klevete, a zatim one vezane uz obrazovni status, status moći/bogatstva, osobe devijantnog ponašanja i sl.

Košćak (2018: 13) također navodi kako su u žargonu prisutni seksistički elementi s brojnim agresivnim i uvredljivim izrazima za spolni odnos (*puknuti, roštiljati*), za žene (*jebulja, dromfulja, kramp, dupetara*), homoseksualce (*tetkica, gejša*), (intimne) dijelove tijela (*alat i batina* za penis, *gepek i getriba* za stražnjicu), čiji su govornici uglavnom muškog roda i pripadnici marginaliziranih društvenih grupa.

6.1. Analiza anketnog upitnika

Od 400 ispitanika, najveći postotak 53.8%, odnosno njih 215, pripada dobnoj skupini od 18 do 22 godine. Zatim, 26% ili 104 ispitanika pripadaju dobnoj skupini od 22 do 25 godina. Nešto manje, 10.5% ili 42 ispitanika, pripadaju dobnoj skupini od 25 do 30 godina te 9.8% ili 39 ispitanika pripada dobnoj skupini od 15 do 18 godina.

Što se tiče spola, 83.3% odnosno 333 je ženskog spola, a 16.8% ispitanika (67) pripada muškom spolu.

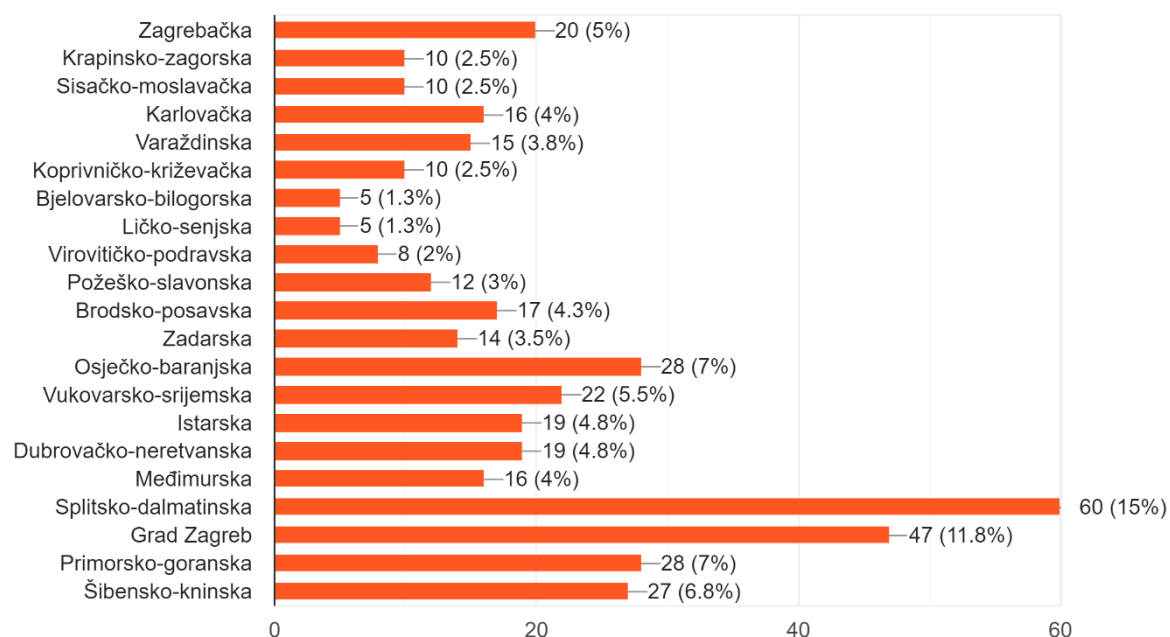
Najviše ispitanika od razine završenog obrazovanja navodi srednju školu, njih 252 ili 63%, zatim 21% (84 ispitanika) ima završen preddiplomski sveučilišni ili stručni studij, a 10.8% (43 ispitanika) ima završen diplomski studij. Najmanji broj ispitanika, njih 18 ili 4.5%, ima završenu osnovnu školu, dok po 1 ispitanik navodi završen poslijediplomski studij (0.2%) te se po 1 ispitanik izjašnjava kao maturant i student.⁷

Anketom je obuhvaćena cijela Republika Hrvatska (Slika 2.). Najveći broj ispitanika, njih 60 (15%), živi u Splitsko-dalmatinskoj županiji, 47 ispitanika (11.8%) u Gradu Zagrebu, po 28 ispitanika (7%) u Primorsko-goranskoj i Osječko-baranjskoj županiji, 27 ispitanika (6.8%) živi u Šibensko-kninskoj županiji, 22 (5,5%) u Vukovarsko-srijemskoj te 20 (5%) u Zagrebačkoj županiji. Zatim, 19 ispitanika (4.8%) živi u Istarskoj i Dubrovačko-neretvanskoj županiji te 17 ispitanika (4.3%) u Brodsko-posavskoj županiji. Nešto manje, po 16 ispitanika (4%) živi u Međimurskoj i Karlovačkoj županiji, 15 ispitanika (3.8%) živi u Varaždinskoj te 14 ispitanika (3.5%) u Zadarskoj županiji, a 12 (3%) u Požeško-slavonskoj županiji. Jednak broj ispitanika, njih 10 (2.5%) živi u Krapinsko-zagorskoj, Sisačko-moslavačkoj županiji te Koprivničko-križevačkoj županiji, 8 ispitanika (2%) živi u Virovitičko-podravskoj županiji, dok najmanji broj ispitanika, po 5 (1,3%) živi u Bjelovarsko-bilogorskoj i Ličko-senjskoj županiji.

⁷ Napomena: iako se većina maturanata izjašnjava kao da su završili srednju školu jer je školska godina za njih prošla, gimnazija službeno završava položenim testovima državne mature. Stoga taj broj o završenoj srednjoj školi treba promatrati u tom kontekstu.

Županija u kojoj živite?

400 responses



Slika 2. Prikaz rasprostranjenosti ispitanika prema županijama

Nakon općih pitanja slijedi popis žargonizama.

Akrap⁸ je prvi žargonizam čije se značenje ispituje. Čak 373 ispitanika (93.3%) navode kako ne poznaju ili ne koriste ovaj žargonizam (Slika 3.), 6 ih navodi značenje 'ružna osoba', a jednak broj ispitanika (njih 6) navodi značenje 'škorpion'. Od ostalih odgovora, po 2 ispitanika navode značenja 'rugoba, ružan čovjek, ružan, nešto ružno, star/starac'. Ostali odgovori koje navodi po 1 ispitanik jesu 'spodoba, mršavo i ružno biće koje noću plaši ljude...' Svakako, zanimljivo je isticanje tko je ružan: u više se primjera navodi čovjek ili osoba, a samo u jednom slučaju riječ je o ružnoj ženi. Mirošničenko (2014: 25) navodi kako je *akrap* upravo 'ružna žena'⁹.

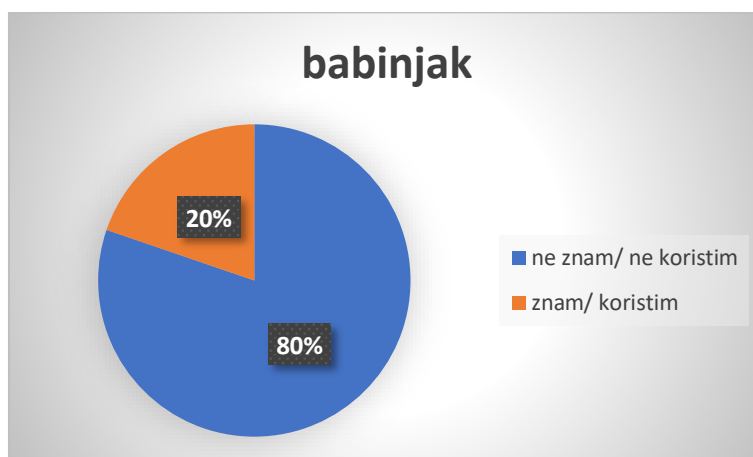
⁸ Značenje: 'izrazito ružna osoba' (ob. žena), npr. *Ko bi nju pogledao, ona je totalni akrap*. Mjesto: Zagreb. Dobna skupina: 40 naviše. Sinonim: *krampus* (<https://zargonaut.com/akrap>)

⁹ Ono što je zanimljivo jest da Družić (2016: 43, 59) definira *akrap* kao 'ružna djevojka, žena, ženska odn. muškarac; nakaza; grdoba', a navodi i kako je to žargonizam iz Osijeka, a sinonimski par u Zagrebu bi bio *gabor*.



Slika 3. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *akrap*

Babinjak je žargonizam za koji 321 ispitanik (80.3%) navodi kako ga ne poznaje ili ne koristi (Slika 4.). Ispitanici u najviše slučajeva navode kako je to 'skup/sijelo/okupljanje žena (koje tračaju/ogovaraju)' ili 'žensko druženje'. U svega nekoliko slučajeva odgovori su rodno neutralni pa navode kako je to 'druženje, tračanje, loš party'. Mirošničenko (2014: 25) navodi kako je *babinjak* 'ženski izlazak'¹⁰. Ostali su odgovori: 'pličak na plaži, starije ženske, puno žena, zla starica, grupa ljudi koja trača, cure ili dečki na okupu...'

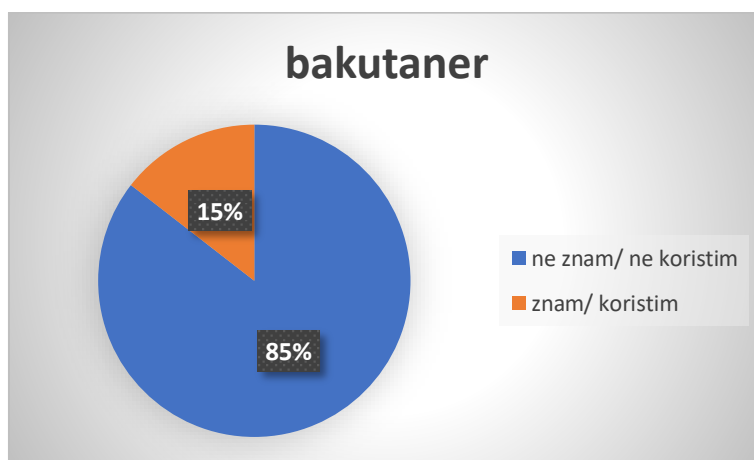


Slika 4. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *babinjak*

Bakutaner je žargonizam za koji 342 (85.5%) ispitanika navode kako ne znaju njegovo značenje ili ga ne koriste (Slika 5.), 24 ispitanika navode značenje 'baka', 6 ispitanika 'baba', 9

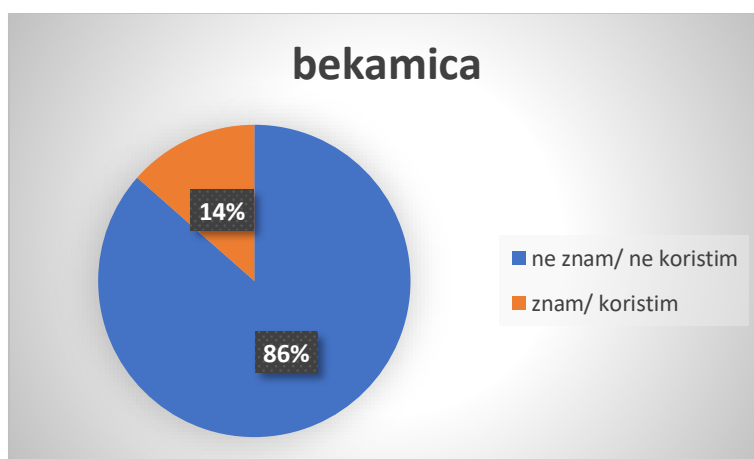
¹⁰ <https://zargonaut.com/babinjak> navodi isto značenje, a kao mjesto upotrebe navodi Zagreb te dobnu skupinu od 25 godine i više.

'starija žena/baka' te 4 'starija osoba'. Ostali su odgovori: 'stara baba/babetina/starija gospođa, bakica/starica, baka od milja...'. Mirošničenko (2014: 25) navodi kako je *bakutaner* 'starija žena'¹¹.



Slika 5. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *bakutaner*

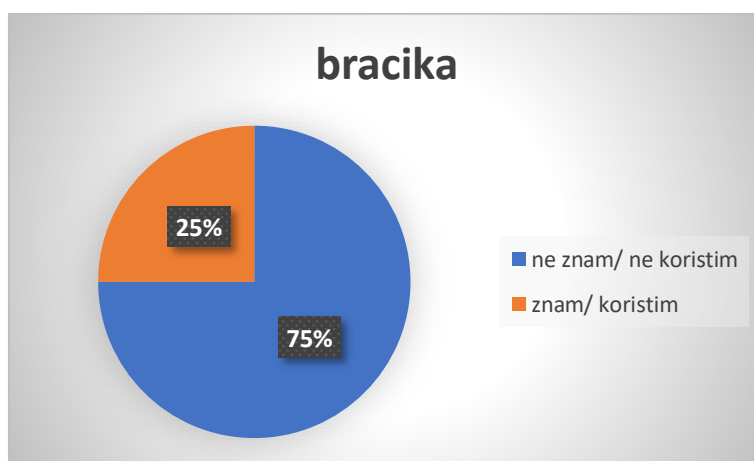
Bekamica je žargonizam za koji 346 ispitanika (86.5%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 6.). Najviše ispitanika, njih 31, odgovorilo je kako je to 'frizura', 18 ispitanika imenovalo je nogometaša Davida Beckhama koji je proslavio ovu vrstu frizure i po kojem je frizura i dobila ime, a odgovori su: 'kapa, muška frizura/vrsta frizure...'. Mirošničenko (2014: 26) navodi kako je *bekamica* 'frizura u stilu Davida Beckhama'.



Slika 6. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *bekamica*

¹¹ Isto značenje bilježi i Družić (2013: 61) i navodi *bakutaner* kao tipičan osječki žargon. Ipak, u ovom istraživanju značenje 'baka/baba/starija žena', ali i ostala navedena koriste ispitanici iz cijele Hrvatske pa možemo govoriti kako više nije riječ o tipičnom osječkom žargonizmu.

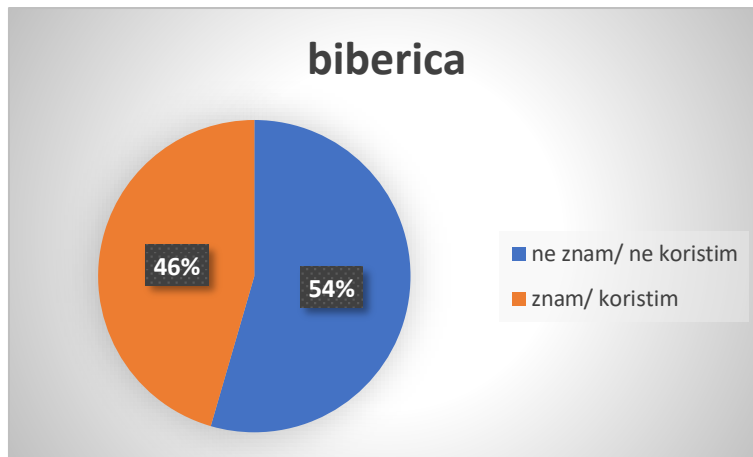
Bracika je žargonizam za koji 300 ispitanika (75%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga uopće ne koristi (Slika 7.), 67 ispitanika navodi kako je to drugi izraz za 'brata', a ukupno 17 ispitanika navodi značenje 'dobar prijatelj, brat'. Nekoliko ih poznaje taj žargonizam, ali ipak više upotrebljavaju druge izraze sa značenjem 'brat/prijatelj/brat od milja'. Primjerice, 'lega/bracek/bajo/lik/bratić'. Zanimljivo je kako se u dva slučaja kao značenje navodi 'sestra'. Mirošničenko (2014: 27) također navodi dvojako značenje 'brat i blizak prijatelj'¹².



Slika 7. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *bracika*

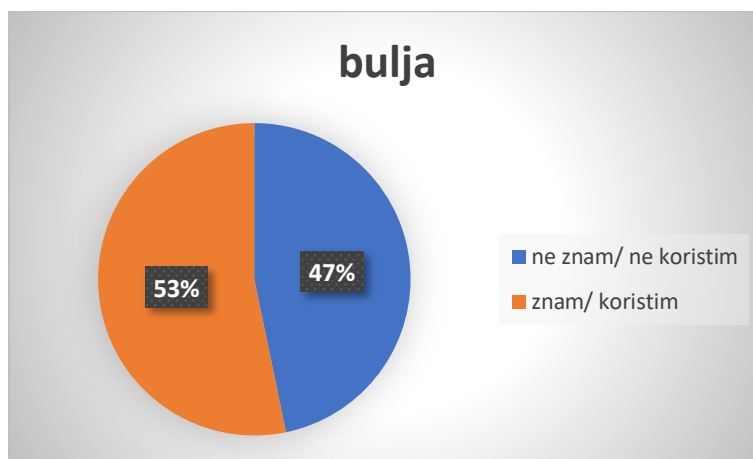
Biberica je žargonizam za koji 218 ispitanika (54.5%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 8.), 103 ispitanika navode kako je to 'vrsta frizure', a 62 navode i osobu zbog koje je ta frizura postala popularna, Justina Biebera. Neki ispitanici navode kako su to 'obožavatelji/fanovi Justina Biebera' (3 ispitanika), a za 8 ispitanika to je 'posudica za papar/biber'. Mirošničenko (2014: 26) kaže da je to 'frizura u stilu Justina Biebera'. Zanimljivo je što je nekoliko ispitanika navelo kako je 'frizura nekad bila popularna, a sada više nije' i obilježila je vrijeme od 2010. do 2013.

¹² Družić (2016: 43) navodi isto značenje, ali ističe kako je to riječ iz osječkog žargona, a sinonimski par u zagrebačkom bi bio *buraz*, *burki*, *burke*. Ipak, ovo istraživanje pokazalo je kako se žargonizam u značenju 'brat' koristi u cijeloj Hrvatskoj tako da ne možemo govoriti o tipičnom primjeru osječkog žargonizma. Širenje žargona možemo promatrati već kod Nosić (2019: 12), koja isti žargonizam bilježi u Slavonskom Brodu.



Slika 8. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *biberica*

Bulja je žargonizam za koji 187 ispitanika (46.8%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 9.), za 144 ispitanika to je 'stražnjica', a za 41 ispitanika 'glava'. Nekolicina, njih 10, navodi da ima dvojako značenje, 'i stražnjica i glava', a za 8 ispitanika to je 'lice', a od ostalih samo u jednom slučaju to su 'glava žarulje, pogled, usta' I Mirošničenko (2014: 28) navodi dvojako značenje, 'glava i stražnjica'¹³.

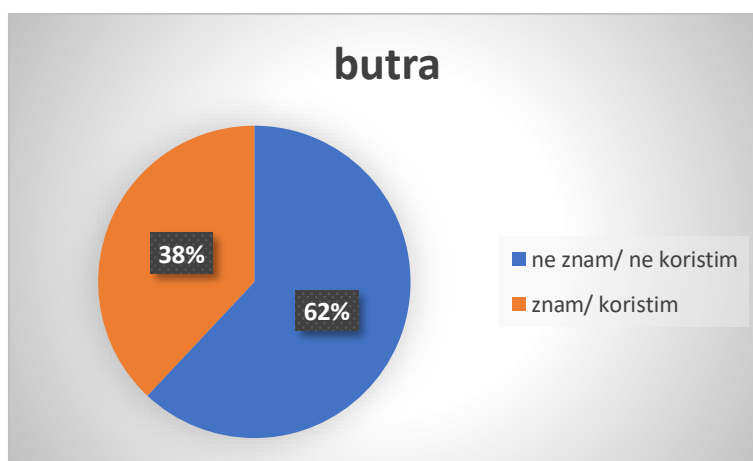


Slika 9. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *bulja*

Butra je žargonizam za koji 248 ispitanika (62%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 10.), za 104 ispitanika to je 'cura/djevojka/žena', a 20 ispitanika još

¹³ Družić (2016: 43, 63) navodi kako je *bulja* osječki žargonizam, a sinonimski par u zagrebačkom bi bio *prda*, također navodi značenje 'glava' (lok. Zagreb); 'zadnjica, stražnjica' (lok. Osijek); 'djevojka'. Inače, u ovom istraživanju pokazalo se kako se žargonizam *bulja* proširio ne samo u Osijeku već u cijeloj Hrvatskoj te kako ga ipak većina ispitanika koristi u značenju 'stražnjica'.

naglašava kako je riječ o 'zgodnoj, mladoj curi/ženi' i navodi sinonime *treba* i *riba*. Također, 6 ih navodi kako je to 'kartica/karta za autobus/tramvaj', a za 3 ispitanika to je 'karta pokaz za autobus/tramvaj' (naglašavaju da se žargonizam tako tumači u Osijeku). Osim već navedenih značenja, 4 ispitanika navode značenje 'trava', a od ostalih odgovora zanimljivi su oni s negativnim značenjem: 'neka ženska (može se na engleskom reći bit*h), flundra, pogrdno ženska osoba, cura (uglavnom random), seljanka' Također, u 3 slučaja navodi se značenje 'stražnjica'. Mirošničenko (2014: 28) navodi značenje 'djevojka' (bez dodatnog opisa)¹⁴.

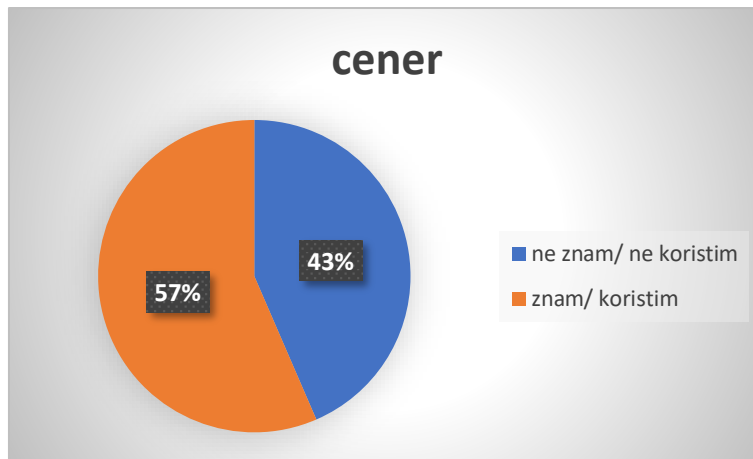


Slika 10. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *butra*

Cener je žargonizam za koji 174 ispitanika (43.5%) navode kako ne znaju njegovo značenje ili ga ne koriste (Slika 11.), 82 ispitanika koriste ovaj žargonizam u značenju 'deset', a njih 78 navodi značenje '10 kuna'. U značenju 'novac', ovaj žargonizam upotrebljava 18 ispitanika, a 5 ispitanika u značenju '100'. Ipak, 3 ispitanika navode značenje '100 kuna'. Treba spomenuti i 4 ispitanika koja navode značenje '10 maraka', kao i 3 ispitanika za koje je to 'sitniš'. Ostali odgovori su: 'kovanice' (2 ispitanika), '10 eura' (2 ispitanika), 'osoba koja je čista desetka, karta, mjera za novac, lipa, valuta...'. Mirošničenko (2014: 28) navodi da je *cener* '10 kuna'¹⁵.

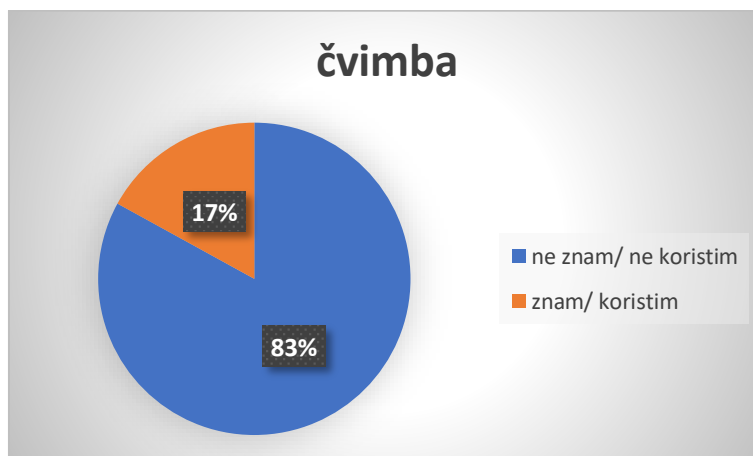
¹⁴ Družić (2016: 43) navodi kako je riječ o osječkom žargonizmu, a sinonimi u zagrebačkom bi bili žargonizmi *komad*, *mačka*, *riba*, *treba*. Za značenje napominje da je riječ o inverziji žargonizma *treba* 'djevojka, žena'. Kao i prethodni žargonizam, pokazuje rasprostranjenost širom Hrvatske, a ne samo u jednoj regiji. Također, još su 2003. korisnici jednog foruma raspravljali je li *butra* karakteristična samo za osječki žargon ili i šire (<https://www.forum.hr/showthread.php?t=21433&page=5>)

¹⁵ Isto značenje navodi i Družić (2016: 23, 63), koja ovaj žargonizam etiketira kao tipičan osječki *slang*, dok internetski rječnik hrvatskog urbanog i stručnog žargona – *Zargonaut* kao mjesto njegove upotrebe navodi Zagreb, kao i činjenicu da ga koriste dobne skupine od 20 i više godina. (<https://zargonaut.com/cener>)



Slika 11. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *cener*

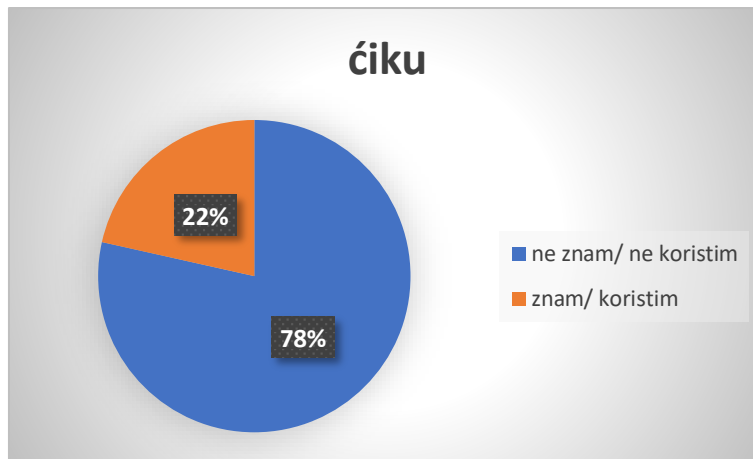
Čvimba je žargonizam koji 332 ispitanika (83%) ne poznaju ili ga ne koriste (Slika 12.), a 61 ispitanik navodi značenje 'prišt/bubuljica'. Među ostalim, navode se značenja 'čir, stomak, čvoruga/čvruga/kvruga'. Mirošničenko (2014: 29) također navodi značenje 'prištić ili bubuljica'¹⁶.



Slika 12. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *čvimba*

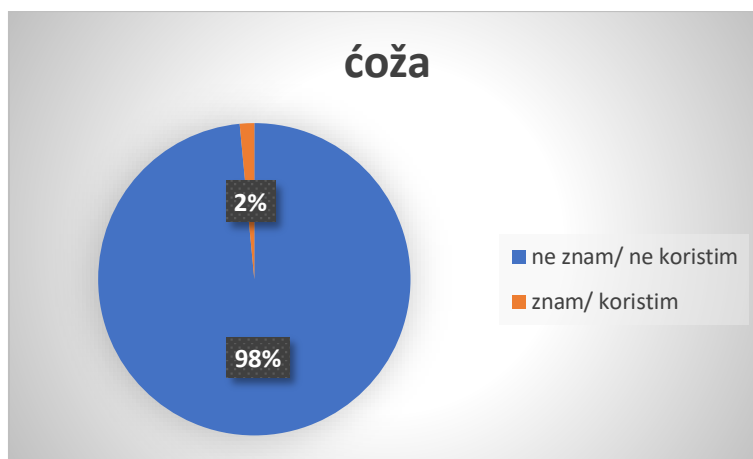
Čiku je jedan od šatrovačkih žargonizama sa značenjem 'kući' (Mirošničenko (2014: 29). Isto značenje potvrđuje i 50 ispitanika. Ipak, njih 314 (78.5 %) ne koristi taj žargonizam ili ne zna njegovo značenje (Slika 13). Treba dodati da 13 ispitanika navodi značenje 'cigareta', a 4 navode značenje 'opušak/ostatak cigarete', dok je za 6 ispitanika to 'stari čovjek'.

¹⁶ Isto značenje navodi i Družić (2016: 24, 65) te ističe kako je tipičan primjer osječkog žargonizma. Ovo istraživanje pokazuje kako se i proširio, osobito u sjevernoj Hrvatskoj, a nešto je manje poznat u Dalmaciji.



Slika 13. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *ćiku*

Ćoža je žargonizam za koji čak 394 ispitanika (98.5%) ne navode značenje jer ga ne znaju ili ne koriste (Slika 14.). Samo ga 2 ispitanika koriste u značenju '*pizza capricciosa*', a zanimljivo je da su to ispitanici iz Osječko-baranjske i Vukovarsko-srijemske županije¹⁷. Ostali navode značenja: 'kutak/ćošak, zatvor, opanci'. Mirošničenko (2014: 29) navodi kako je to skraćeni naziv za *pizzu capriccosu*.

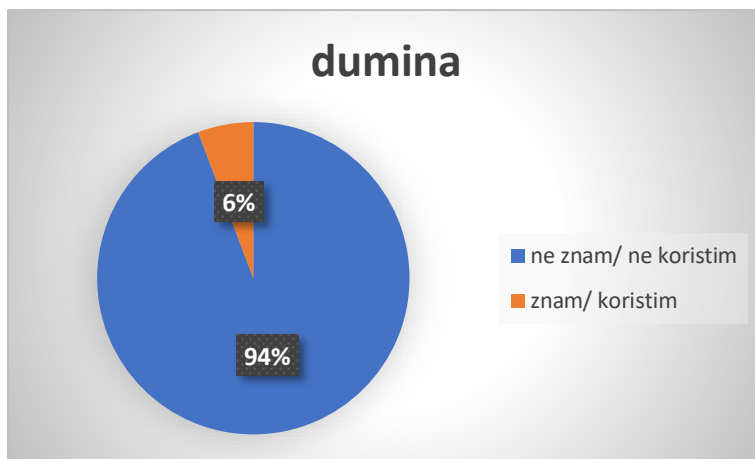


Slika 14. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *ćoža*

Dumina je regionalni žargonizam u značenju 'štos, fora' (u Osijeku), kako navodi Mirošničenko (2014: 31). Stoga se kroz prizmu ovog žargonizma promatra i širenje žargonizma u moguće susjedne županije, ali i cijelom Hrvatskom. Tako 377 ispitanika (94.3%) navodi kako ne zna ili ne koristi žargonizam *dumina* (Slika 15.), a za 6 je ispitanika to 'fora'. Svih je 6

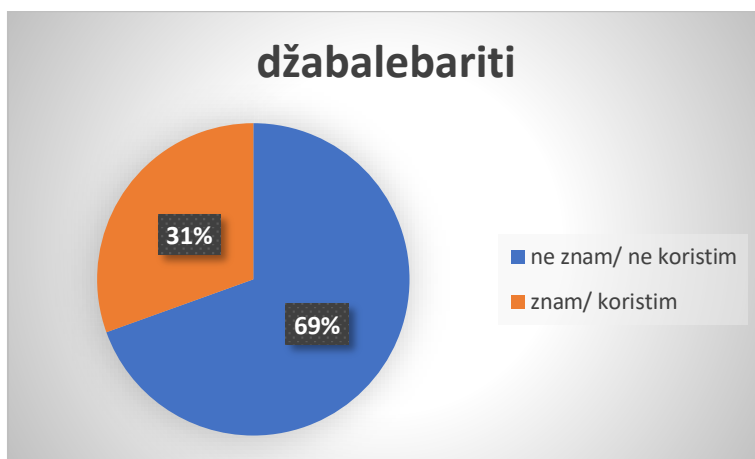
¹⁷ *Žargonaut* navodi kao isključivo osječki žargonizam, stoga ne čude ovi rezultati. (<https://zargonaut.com/coza>)

ispitanika iz Osječko-baranjske županije i dolaze iz različitih dobnih skupina, a podjednak je broj i muških i ženskih ispitanika. Stoga možemo zaključiti kako se žargonizam nije proširio, štoviše i u svojoj regiji ima sve manje ispitanika koji ga prepoznaju/koriste. Treba spomenuti i kako su 3 ispitanika navela značenje 'glupan', a 2 ispitanika značenje 'glupost'.



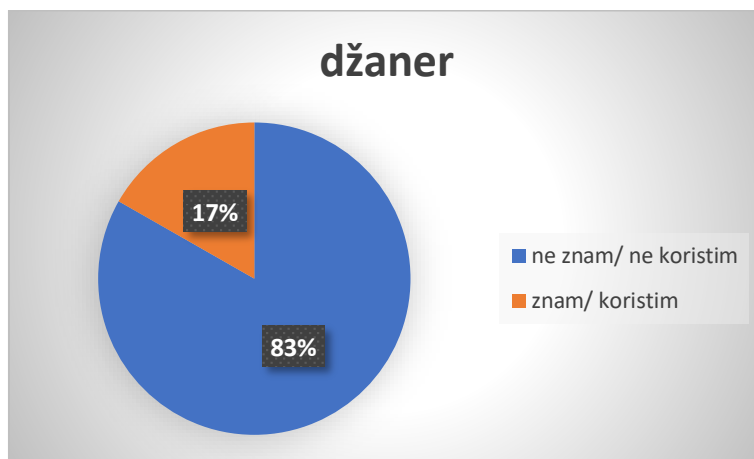
Slika 15. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *dumina*

Džabalebariti je žargonizam kojem 278 ispitanika (69.5%) ne zna značenje ili ga ne koristi (Slika 16.). Mirošničenko (2014: 31) navodi značenje 'ne raditi ništa', što potvrđuje i 113 ispitanika, nudeći i druge žargonizme ili fraze s istim značenjem 'dangubiti/krasti Bogu dane/mlatiti praznu slamu/zgubidaniti/živit na tuđoj grbači...', a 3 ispitanika koriste ovaj žargonizam u značenju 'prolaziti bez plaćanja/živjeti na tuđoj grbači/besplatno se krpati'.



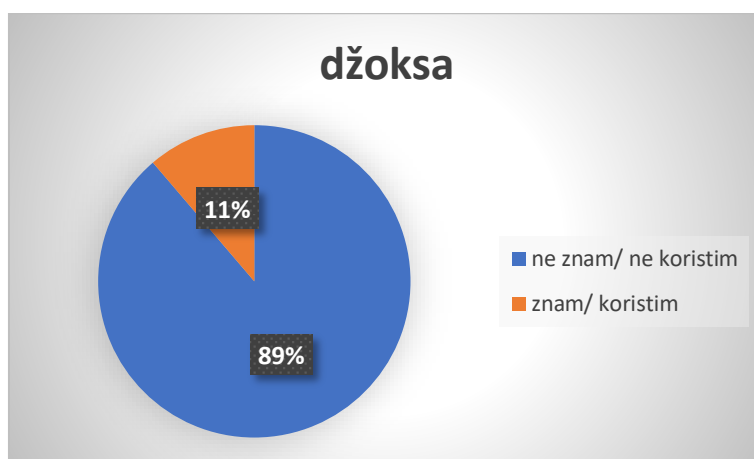
Slika 16. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *džabalebariti*

Džaner je žargonizam koji 333 ispitanika (83.3%) ne koristi ili ne zna njegovo značenje (Slika 17.). U značenju 'narkoman/ovisnik/drogeraš' ovaj žargonizam koristi 46 ispitanika. Tomu možemo pridodati i značenje 'osoba koja puši (marihuanu)', kako je napisalo 7 ispitanika. Razlika u tumačenju značenja iščitava se u odnosu prema konzumaciji i društvu ili osobi koja konzumira drogu/opojna sredstva. Ostali odgovori navode značenja: 'klošar, škrtac, trgovac, manijak...'. Mirošničenko (2014: 31) navodi značenje 'narkoman'.



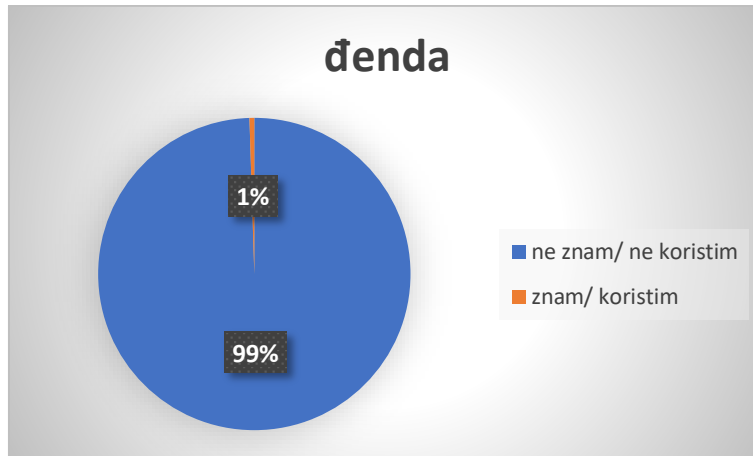
Slika 17. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *džaner*

Džoksa je žargonizam kojem 355 ispitanika (88.8%) ne zna značenje ili ga ne koristi (Slika 18.), 38 ispitanika navodi značenje 'joint/džoint/marihuana', a ostali odgovori su: 'zatvor, šala, narkoman...'. Mirošničenko (2014: 31) navodi značenje 'džoint'.



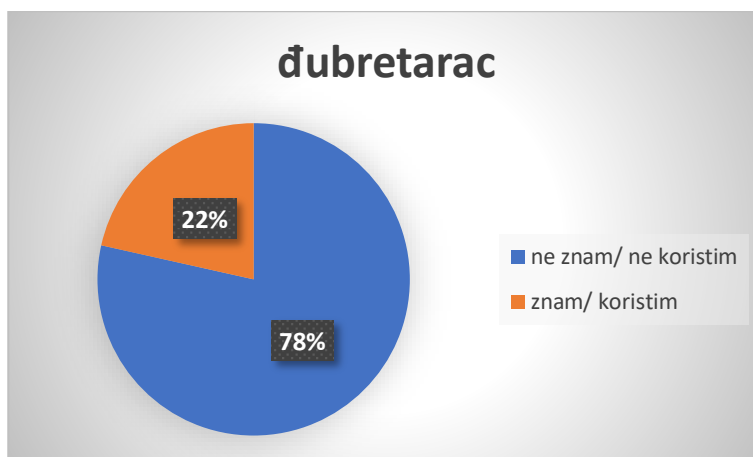
Slika 18. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *džoksa*

Đenda je žargonizam za koji čak 398 ispitanika (99.5%) navodi kako ne zna značenje ili ga ne koristi (Slika 19.), a 2 ispitanika navode kako je to 'izraz za dobiti nešto na polog, bez plaćanja i besplatno'. Mirošničenko (2014: 31) za značenje ovog žargonizma navodi 'pogodak'.



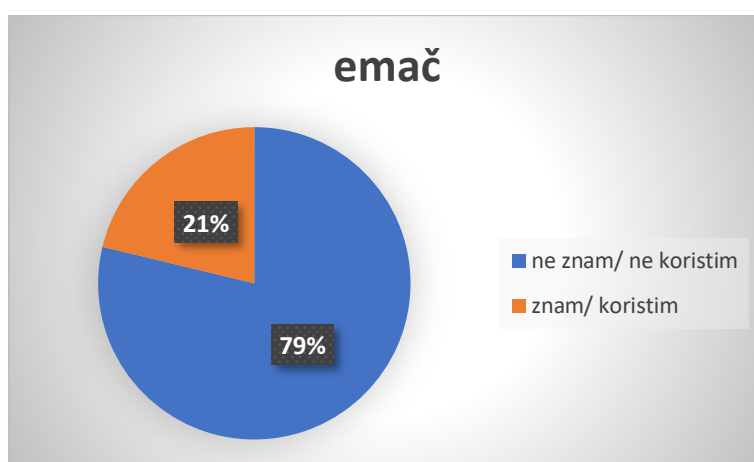
Slika 19. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *đenda*

Đubretarac je žargonizam koji je vezan uz modu (tzv. pomodnica), stoga je očekivati kako ga većina ispitanika neće poznavati. Zato nije za neuobičajeno kako se 314 ispitanika (78.5%) izjasnilo da ne zna značenje ili ne koristi ovaj žargonizam (Slika 20.). Mirošničenko (2014: 31) pojašnjava kako je značenje ovog žargonizma "kaput srednje duljine s kapuljačom s dugmetima u obliku roga". Svega 12 ispitanika navodi značenje 'kaput', dok su ostali odgovori uglavnom vezani uz 'odvoz smeća/komunalni radnik/smećar' i sl.



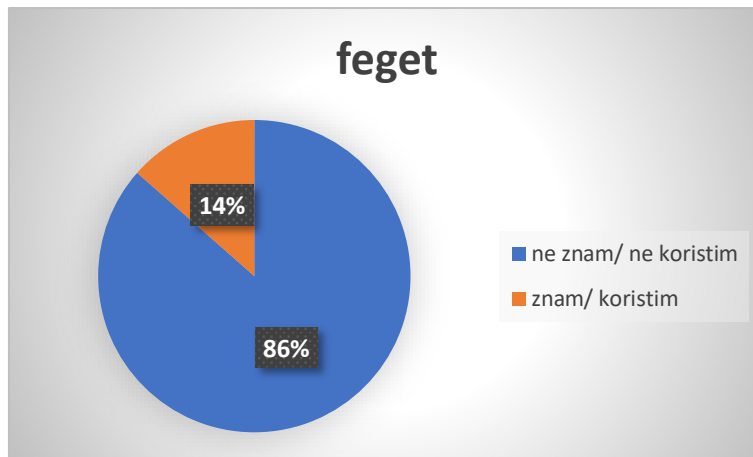
Slika 20. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *đubretarac*

Emač je žargonizam za koji se 315 ispitanika (78.8 %) izjašnjava kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 21.), 80 ispitanika odgovorilo je kako je to žargonizam pripadnika *emo supkulture* te su nabrajali neke njezine značajke (crna odjeća, frizura sa šiškama, glazba, osjetljivost, emocionalnost...). Mirošničenko (2014: 32) kao značenje ovog žargonizma navodi 'preosjetljiva osoba', a žargonizam *emo* tumači kako pripadnost *emo supkulturi*. Simpatični su odgovori ispitanika koji pripadaju najstarijoj dobnoj skupini. Nerijetko su se prisjetili svojih faza tijekom odrastanja (*emo supkultura – ja 2012 na tokio hotel koncertu; emo osoba – nekad davno ja i depresivna glazba*). Svakako, treba spomenuti i 2 odgovora koja *emač* tumače kao 'emoji/smajlic' i 'izraz za osobu koja je izrazito emotivna'.



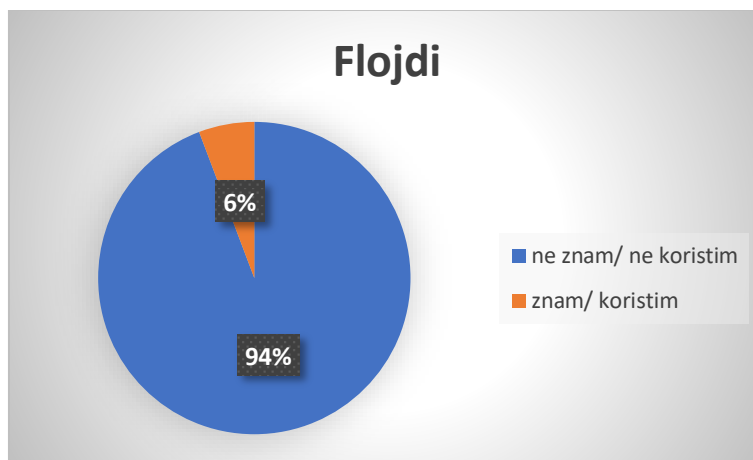
Slika 21. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *emač*

Feget je žargonizam za koji se 346 ispitanika (86.5%) izjasnilo kako ne zna značenje ili ne koristi ovaj žargonizam u svom govoru (Slika 22.). Mirošničenko (2014: 32) kao značenje ovog žargonizma navodi 'pogrdni naziv za homoseksualca'. To prepoznaju gotovi svi ispitanici (50), ali nerijetko (njih 17) odgovaraju drugim žargonizmom *peder* ili *derpe*. Ostali ispitanici, (njih 13) odgovaraju da je značenje ovog žargonizma 'homoseksualac', a samo 3 ispitanika uz to još napominju da je riječ o nazivu iz uvrede; 16 ispitanika kao značenje navodi 'gej/gay', od kojih 5 napominje kako je to žargonizam uvredljiva sadržaja; 3 su ispitanika prepoznali kako je riječ nastala prema engleskoj riječi *faggot*, a 1 je primijetio kako je to 'pogrdni naziv temeljen na spolnoj orijentaciji'.



Slika 22. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *feget*

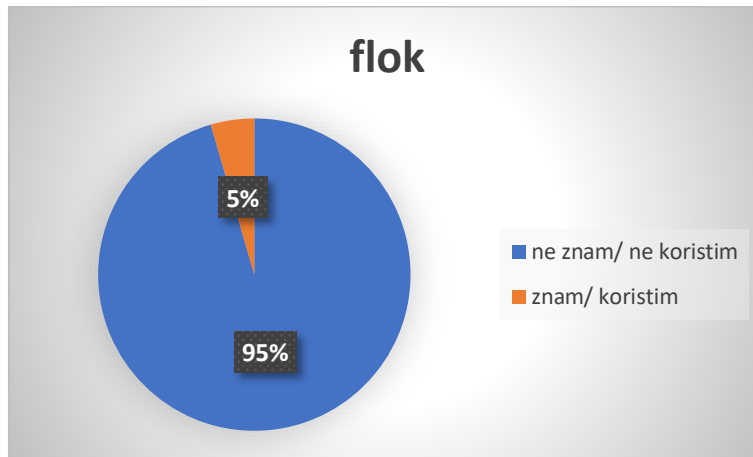
Flojdi je žargonizam za koji 377 ispitanika (94.3%) navodi kako ne zna značenje ili ga ne koristi u govoru (Slika 23.). Mirošničenko (2014: 33) kao značenje navodi 'skraćeno za *rock* skupinu Pink Floyd', što navode i ispitanici, njih 21. Izuzev spomenutog, 2 ispitanika žargonizam *Flojdi* ne povezuju s bendom, već s njihovim obožavateljima.



Slika 23. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *flojdi*

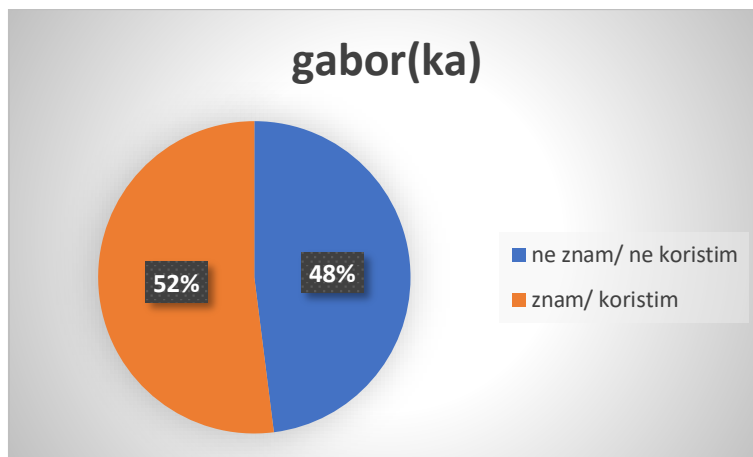
Flok je žargonizam za koji se 382 ispitanika (95.5%) izjašnjavaju kako ga ne znaju ili ne koriste u razgovoru (Slika 24.). Mirošničenko (2014: 33) navodi značenje 'kartonski filter koji se koristi za pravljenje džointa', koje inače potvrđuju samo 3 ispitanika. Jednak broj

ispitanika (3) navodi općenito značenje 'filter', a 4 ispitanika navode značenje 'jedro/vrsta jedra'.¹⁸



Slika 24. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *flok*

Gabor(ka) je žargonizam čije značenje ne znaju ili ga ne koriste 192 ispitanika (48%) (Slika 25.). Mirošničenko (2014: 34) navodi značenje 'izrazito ružna osoba'¹⁹. Ispitanici, njih 196, navodi značenje 'ružna osoba/ružna žena'²⁰. Zanimljivo je da nekolicina navodi kako je najčešće riječ o fizičkoj ružnoći, i to žene; 5 ispitanika navodi i žargonizme koji bi bili sinonimi: *rugoba*, *grdoba*, *gabber*.



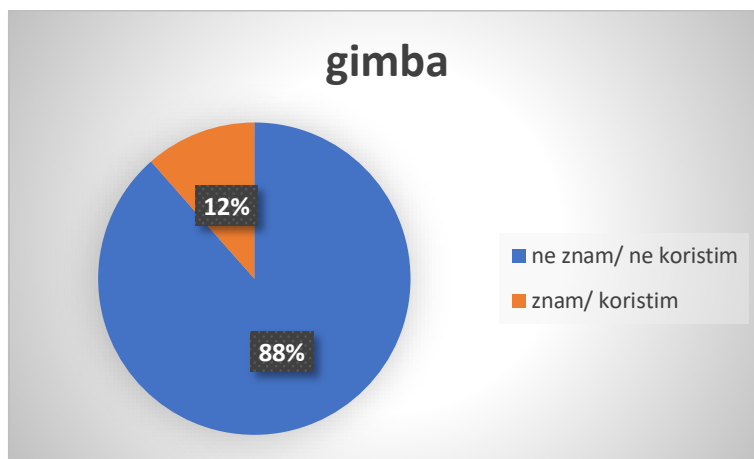
Slika 25. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *gabor(ka)*

¹⁸ *Flok* je vrsta trokutnog jedra (<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=28922>), a zanimljivo je što su 4 ispitanika, koja ga koriste i tako opisuju, iz Dalmacije.

¹⁹ Isto značenje potvrđuju i Vidović (1990: 63) te Družić (2016: 59). Ipak, autori se ne slažu u tome gdje smjestiti ovaj žargonizam. Kao što je već rečeno u primjeru *akrap*, autorica označava žargonizam kao zagrebački, a isti je žargonizam pronašao i Vidović, proučavajući splitski žargon mladih 1990.

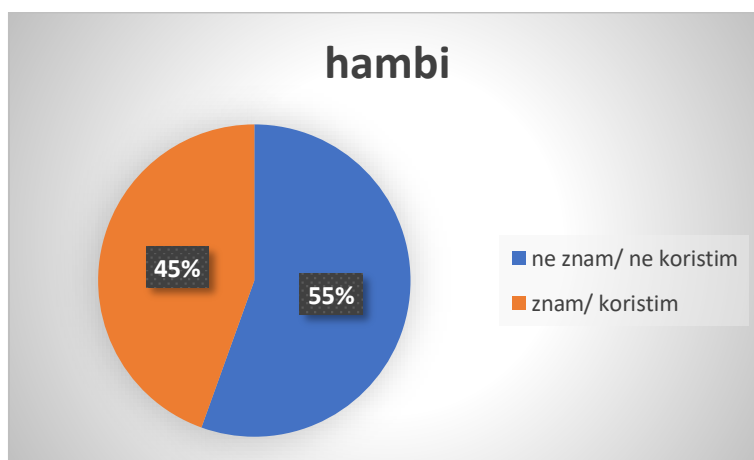
²⁰ Ipak, mnogo veći broj ispitanika navodi značenje 'ružna žena'.

Gimba je žargonizam za koji se 354 ispitanika (88.5%) izjašnjavaju kako ne znaju njegovo značenje ili ga ne koriste (Slika 26.). Mirošničenko (2014: 35) navodi značenje 'gimnazija', što potvrđuju i 43 ispitanika, dok 2 ispitanika navode značenje 'gibanje/kretnja'. Zanimljivo je da se ovaj žargonizam uglavnom koristio u kajkavskom i sjevernijem štokavskom govornom području. Potvrda je i ovo istraživanje jer ga nisu prepoznali ispitanici iz dalmatinskih čakavskih i južnijih štokavskih područja.



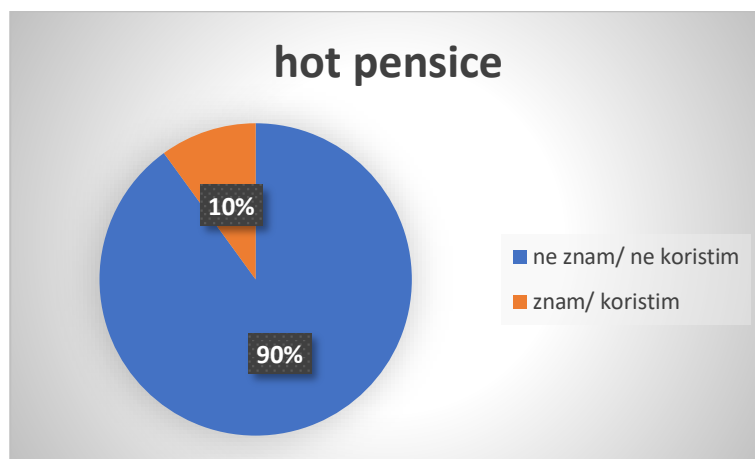
Slika 26. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *gimba*

Hambi je žargonizam za koji 222 ispitanika (55.5%) tvrde da ne znaju značenje ili ne koriste ovaj žargonizam u svom govoru (Slika 27.). Mirošničenko (2014: 35) uz ovaj žargonizam navodi i sinonim *hambić* u značenju 'hamburger', što potvrđuju i ispitanici, njih 173, navodeći uz to i značenja 'pecivo/pecivo za hamburger/umak za hamburger'.



Slika 27. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *hambi*

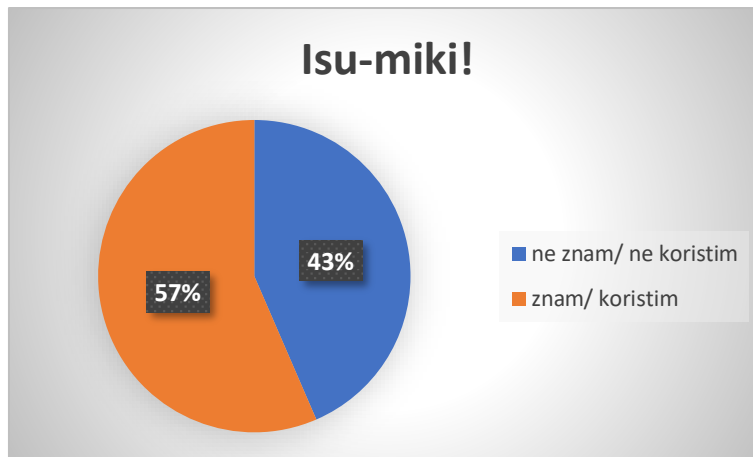
Hot pensice je žargonizam za koji 360 ispitanika (90%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 29). I. Mirošničenko (2014: 36) pojašnjava značenje kao 'izrazito kratke ženske hlače'. Ispitanici (njih 20) najčešće kažu da su to 'kratke hlače'. Za dio ispitanika (9) to su 'vruće hlače/hlačice (ženske)', a ostali odgovori su: 'zgodna osoba, uske pantalone, uske *jeans*, cipele, dobre hlače, hlače u kojima si zgodan, zgodne cure...'



Slika 28. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *hot pensice*

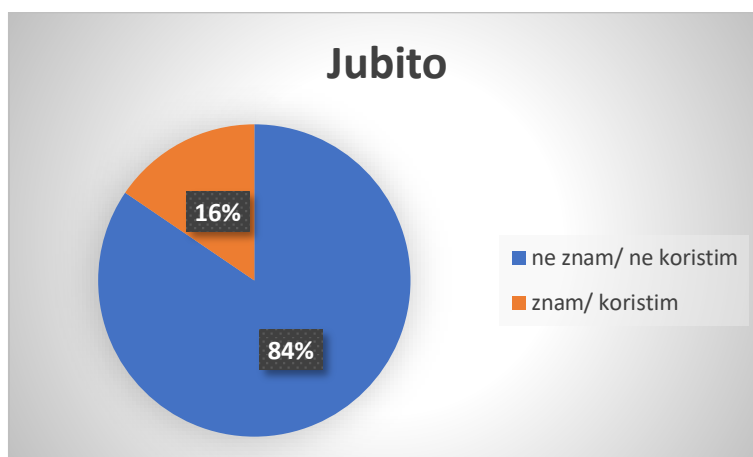
Isu-miki! je žargonizam koji je na neki način netipičan, naime, ovaj uzvik postao je popularan zbog lika iz televizijske serije čiji je to bio zaštitni znak. To su naveli i neki ispitanici. Ipak, 174 ispitanika (43.5%) navode kako ne znaju njegovo značenje ili ga ne koriste (Slika 29.). Mirošničenko (2014: 36) ga izjednačava s uzvikom *Isss!*, za koji pojašnjava kako je to 'uzvik čuđenja, iznenađenja, potječe od *Isuse*'. Ispitanici su uglavnom složni da se radi o uzviku²¹, ali uzvik ima različite funkcije: od čuđenja, zabrinutosti, iznenađenja (ugodnog i neugodnog) do nevjerice. Navode i sinonime: *OMG/omg, Isuse, Opa!, ajme meni, Bože sačuvaj, O Bože, Jao meni*. Neki su pak ispitanici bili detaljni u opisu ovog žargonizma te su prepoznali (nekad) popularne serije i glumca: 'uzrečica koja nema baš neko značenje/popularizirao ju je Rene Bitorajac/poštapalica iz serije/izraz čuđenja iz Bitangi i princeza/uzvik glumca bitorajca/izraz iznenađenja (rene iz bitanga i princeza)/uzvik uzbuđenja, populariziran u Našoj maloju klinici'. Stoga, ovaj žargonizam možemo promatrati kao trendovski, pomodni izraz koji je kao žargonizam glumca iz televizijske serije postao i žargonizam publike i kao takav još uvijek iskazuje cijeli vrtlog emocija.

²¹ Neki ispitanici navode kako je riječ o frazi ili poštapalici.



Slika 29. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *Isu-miki!*

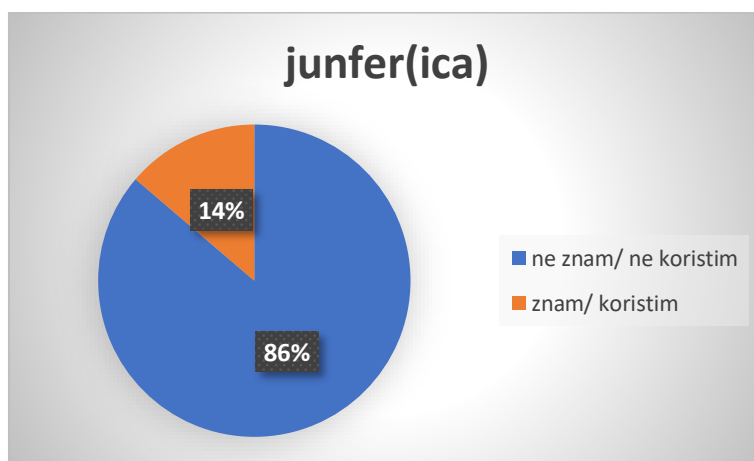
Jubito je žargonizam koji je također trendovski, što su neki ispitanici i prepoznali. Koliko se trend održao ili nije, govori podatak da 338 ispitanika (84.5%) ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 30), 59 ispitanika navelo je značenje '*Youtube/yt*', kao što je i Mirošničenko (2014: 37) u svom radu. Nekolicina je uz ovo značenje navela i kako se žargonizam pojavio ili što im predstavlja: '*YouTube* kako bi to rekao bivši ministar Ivice Kirin/ bumerski naziv za *YouTube*/ruganje na izgovor jednog političara/ posprdni izraz za *Youtube*...!'



Slika 30. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *Jubito*

Junfer(ica) je žargonizam za koji 345 ispitanika (86.3%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 31.). Mirošničenko (2014: 37) navodi značenje '*djevac/djevica*',

što također navode i ispitanici (njih 47)²², dok 4 ispitanika navode značenje iz sportskog žargona, točnije, nogometnog: 'izraz u nogometu kad lopta prođe između nogu/kada nekom šutnemo loptu kroz noge/kroz noge/lopta kroz noge'. Zanimljivo je kako, u skladu sa stereotipima, očekujemo da će nogometni žargon upotrebljavati muškarci. Iako je mali broj ispitanika ovaj žargonizam promatrao u nogometnom žargonu, žene su pokazale kako poznaju i koriste ovaj žargonizam i u nogometnom žargonu (svi navedeni odgovori od osoba su ženskog spola). Treba istaknuti kako je 1 ispitanik napisao i podrijetlo žargonizma: '*Jungfrau*, njemački izraz za djevicu'.

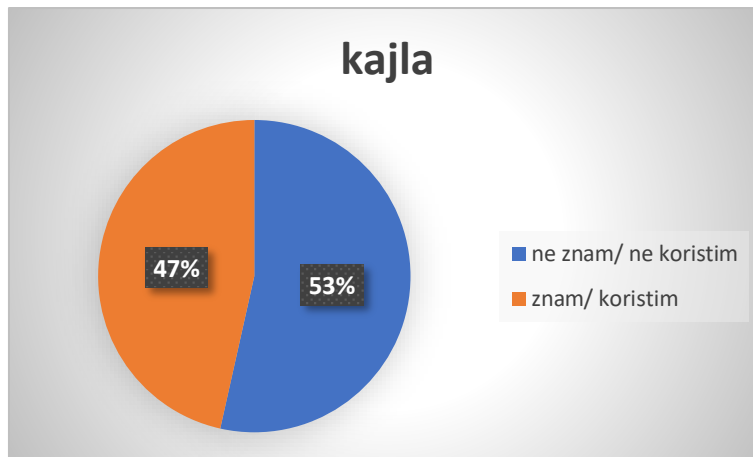


Slika 31. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *junfer(ica)*

Kajla je žargonizam za koji se 214 osoba (53.5%) izjašnjava kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi. (Slika 32.). Mirošničenko (2014: 37) navodi značenje 'podmetnuti, napakostiti kome', kao i mali broj ispitanika, njih 15. Većina ispitanika (115) odgovara kako žargonizam ima značenje 'lanac/lančić/zlatni lanac/ogrlica'. Značenje 'jedinica' (kao ocjena u školi) navodi 12 ispitanika. Značenje 'potporanj/klin/daska za potporu' navodi 24 ispitanika²³.

²² Žargonizam *gabor(ka)* ispitanici su identificirali u značenju 'ružna žena'. Ovdje je situacija drugačija jer se osim ženskog spola prepoznaje i muški spol te je 10 ispitanika navelo značenje 'djevica', 4 ispitanika navela su pak značenje 'djevica', a najveći je broj ispitanika odgovorio 'djevica/ica'.

²³ Značenje 'klin' navodi i Stojić (2008: 365), kao njemačku posuđenicu koja se rabi u žargonu struke.



Slika 32. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *kajla*

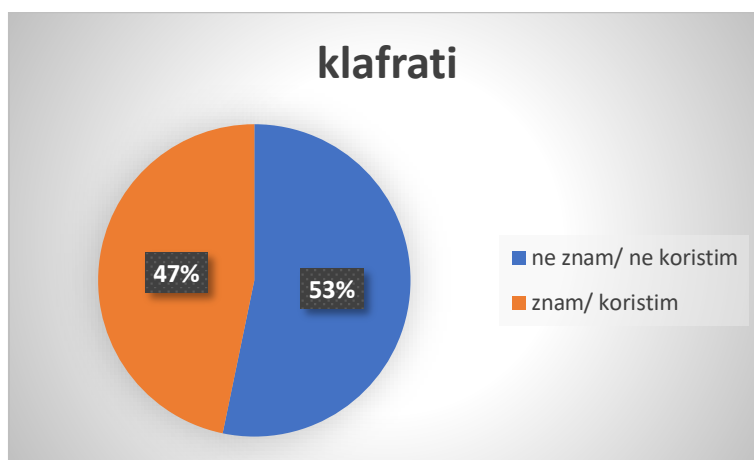
Kaprice je tzv. pomodnica. Stoga je zanimljivo koliko je zapravo poznata. Mirošničenko (2014: 37) navodi značenje 'ženske hlače dužine malo ispod koljena'. Ispitanici, njih 289 (72.3%) ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 33.), dok su ostali uglavnom prepoznali da je riječ o hlačama, ne naglašavajući dužinu hlača (22 ispitanika). Ostali su naglasili dužinu kao '¼ hlača/hlače do/ispod koljena/ni kratke ni duge hlače/hlače iznad gležnja' (ukupno 76 ispitanika), a 3 ispitanika navode značenje 'inat/inatiti se/učiniti iz inata'.



Slika 33. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *kaprice*

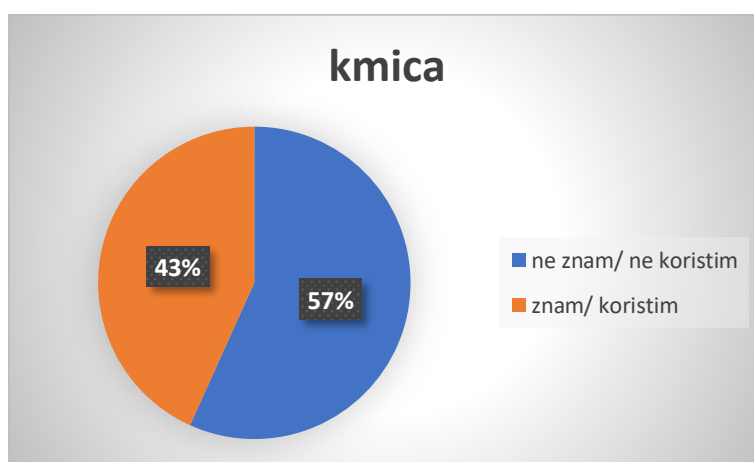
Klafrati je žargonizam za koji 213 ispitanika (53.5%) navodi kako ne zna njegovo značenje ili ga ne upotrebljava (Slika 34.). Mirošničenko (2014: 37) navodi značenje

'dugometražni razgovor'²⁴. Ispitanici najčešće navode značenje 'pričati', njih 99. Ostali odgovori odnose na 'puno pričati' ili 'previše pričati nebitne stvari' (ukupno 75 ispitanika).



Slika 34. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *klafrati*

Kmica je žargonizam za koji je 227 ispitanika (56.8%) reklo da ne zna njegovo značenje ili ga ne upotrebljava (Slika 35). Mirošničenko (2014: 38) navodi značenje 'crnac', što potvrđuje 21 ispitanik u ovom istraživanju. Ipak, većina je (82) odgovorila da žargonizam ima značenje 'mrak/tama/noć', 6 ih je navelo uvredljivo značenje 'svinja/debela osoba', a 5 'prijatelj(ica)'. Prvi je put u ovom istraživanju 7 ispitanika napisalo da koristi ovaj žargonizam, ali ne zna ga definirati ili ne zna što znači. Također, za nekolicinu znači uvredu ili je 'ekvivalent za *nigga*'.²⁵

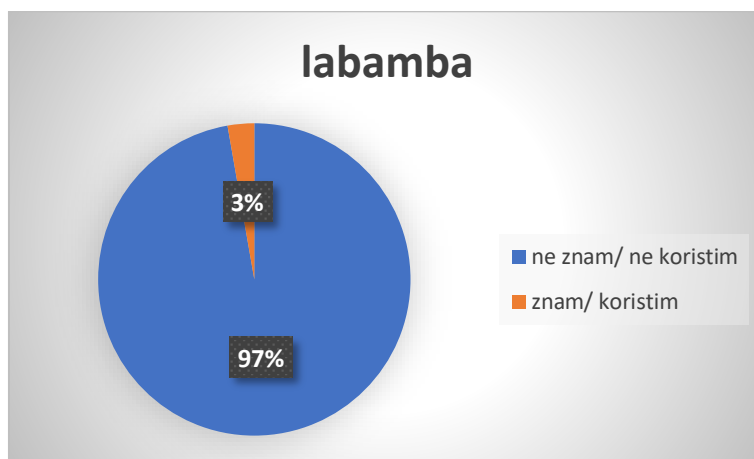


Slika 35. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *kmica*

²⁴ Družić (2016: 12, 71) navodi značenja 'govoriti/brbljati/blebetati/previše pričati' te ističe kako je riječ o tipičnom zagrebačkom žargonizmu.

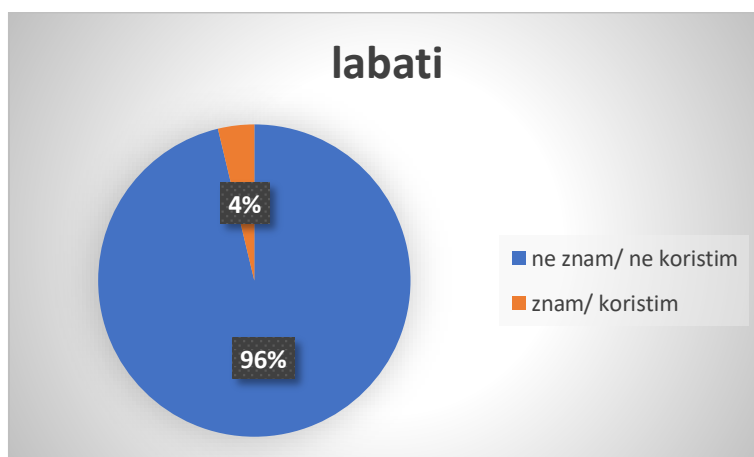
²⁵ Čurković (2011) navodi da je to prevedenica iz engleskog jezika, *nigger*, tabu-riječ s pogrđnim značenjem.

Labamba je žargonizam čije značenje ne zna ili ga ne koristi 389 ispitanika (97.3%) (Slika. 36.). Mirošničenko (2014: 39) pojašnjava značenje kao 'druženje, zabava s prijateljima uz velike količine alkohola koja završava mamurlukom dan poslije'. Ispitanici koji su ipak odgovorili da poznaju i koriste ovaj žargonizam, njih 11, uglavnom su pisali da je riječ o 'pjesmi i kolaču' (7 ispitanika), dok su ostali odgovori: 'zgodna žena, kafić, opušteno, slobodno vrijeme'.



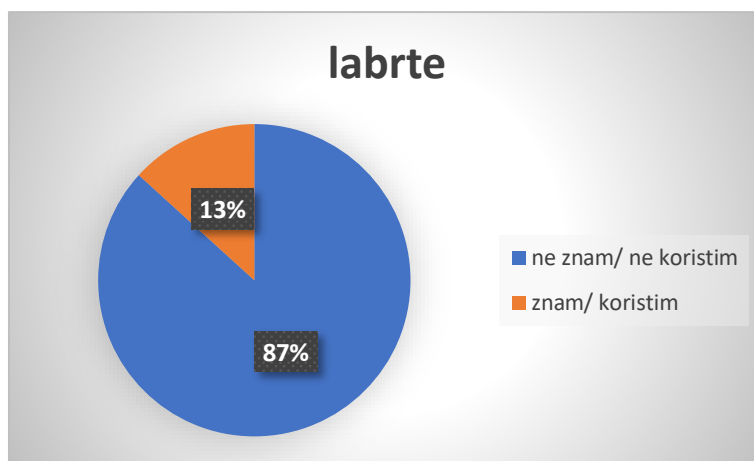
Slika 36. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *labamba*

Labati je žargonizam za koji je 385 ispitanika (96.3%) navelo kako ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 37.). Mirošničenko (2014: 39) navodi kako ima isto značenje kao i žargonizam *cugati* 'piti alkohol', što je napisao samo 1 ispitanik. Ostali navode značenje 'jesti' (10 ispitanika), uz nekoliko napomena da je riječ o 'zadovoljnom ili prekomjernom jedenju' te značenje 'pričati' (3 ispitanika).



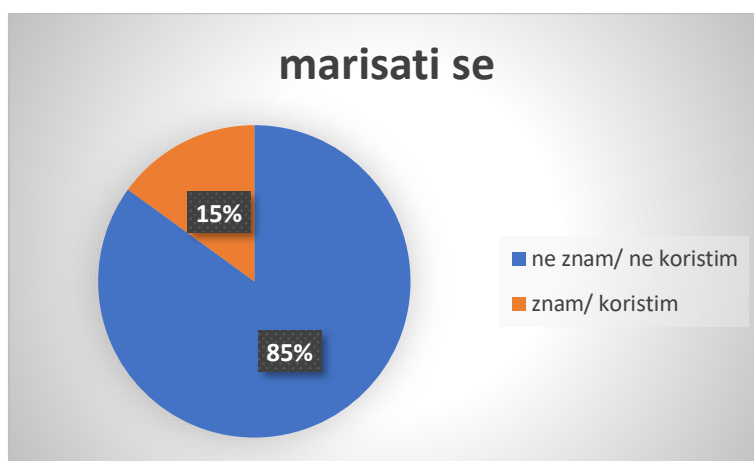
Slika 37. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *labati*

Labrte je žargonizam koji 347 ispitanika (86.8%) ne koristi ili ne zna njegovo značenje (Slika 38.). Mirošničenko (2014: 39) navodi značenje 'pogrdno za usta'. Većina ispitanika (48) koja poznaje i koristi ovaj žargonizam navela je značenje 'usta/usne', ali nema napomene da je to uvreda, tek 2 ispitanika navode i drugi žargonizam s istim značenjem, *gubice*.



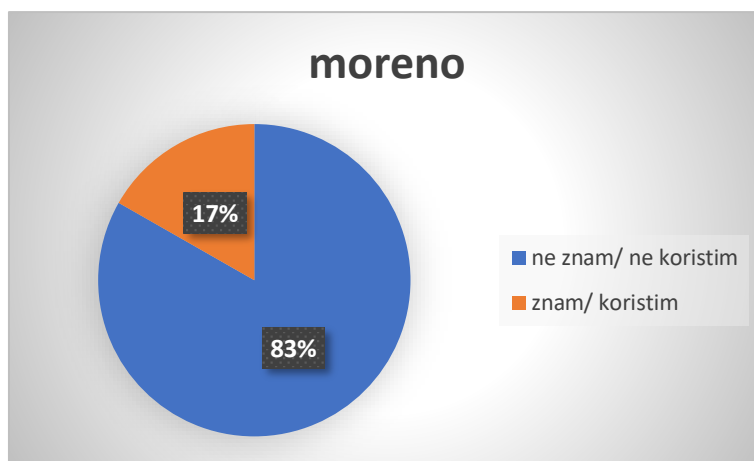
Slika 38. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *labrte*

Marisati se kao žargonizam ne koristi ili ne zna njegovo značenje 340 ispitanika (85%) (Slika 39.). Mirošničenko (2014: 19) ovaj žargonizam navodi kao primjer sličnog izraza i kod Roma i u šatrovačkom sa značenjem 'tući se'. To značenje navodi i 41 ispitanik, a 9 ispitanika koristi/poznaje ovaj žargonizam u značenju 'namirisati se'. Ostali odgovori bili su: 'voditi ljubav' (4 ispitanika) i 'jesti' (4 ispitanika).



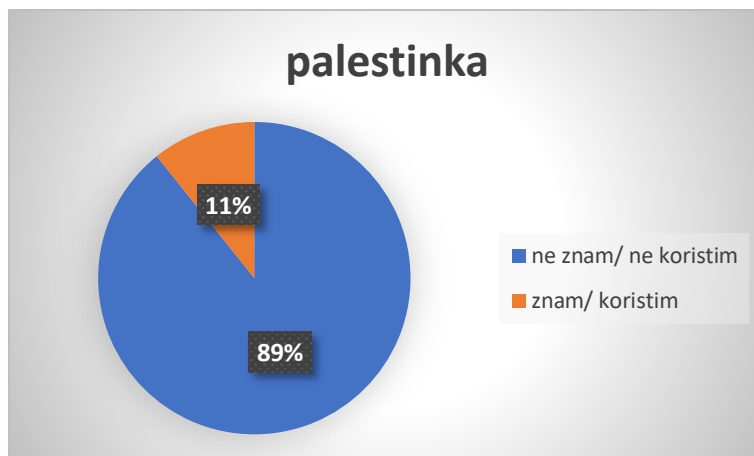
Slika 39. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *marisati se*

Moreno je žargonizam koji 333 ispitanika (83.3%) ne koristi ili ne zna njegovo značenje (Slika 40.). Mirošničenko (2014: 41) navodi značenje 'more'. Ukupno 62 ispitanika navodi značenje 'more', samo 1 ispitanik naveo je kako je to 'more iz milja', a 4 ispitanika navela su značenje 'crn/crnokos/taman'.



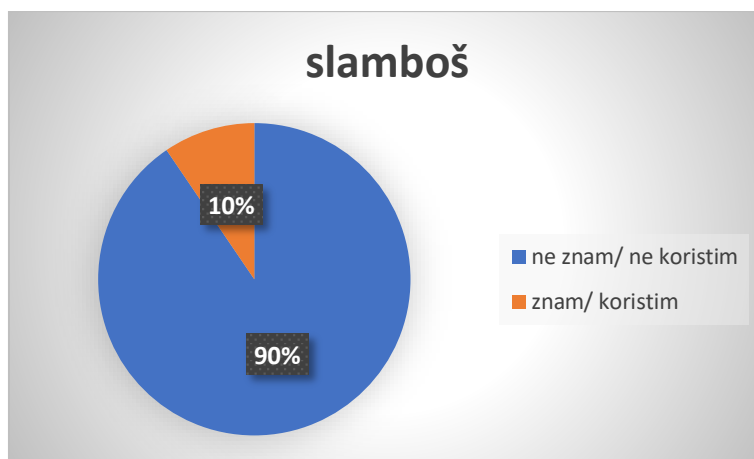
Slika 40. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *moreno*

Palestinka je još jedan žargonizam vezan uz modu, odnosno modni dodatak – marama. Mirošničenko (2014: 44) pojašnjava značenje kao 'marama koja se u našoj kulturi obično nosi oko vrata kao modni detalj; dizajn je podrijetlom iz arapskog svijeta gdje se nosi na glavi'. Ukupno 357 ispitanika (89.3%) ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 41.). Najviše ispitanika navodi značenje 'marama/šal', njih 35. Neki ispitanici bili su detaljniji u svojim odgovorima pa su opisali maramu ili se prisjetili kad je kao modni dodatak bila posebno popularna. Takvi odgovori su: *Ajmee ona marama šta je bila popularna 2010ih/marama koja je bila popularna 2010./marama slična onima koje nose palestinci, ima crne pruge i rese, bila je popularna prije 15ak godina/marama na kockice, najčešće crno-bijele boje...* Ostali odgovori (5 ispitanika) navodi značenje 'žena iz Palestine' te po jedan odgovor 'frizura, plastika, vrsta sandala'.



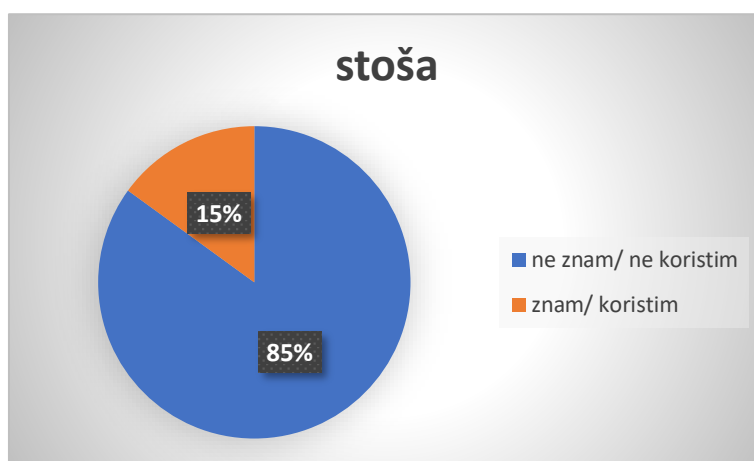
Slika 41. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *palestinka*

Slamboš je još jedan regionalni žargonizam sa značenjem 'sladoled', kako navodi Mirošničenko (2014: 48). Ovaj žargonizam koristio se u Osijeku, ali u istraživanju se otkrilo da se pomalo ipak proširio i u druge dijelove Hrvatske. Značenje 'sladoled' prepoznalo je 36 ispitanika, a ponuđeni su i drugi žargonizmi s istim značenjem (*slaja*, *sladoš*). Ipak, 362 ispitanika (90.5%) ne poznaje ovaj žargonizam ili ga ne koristi (Slika 42.).



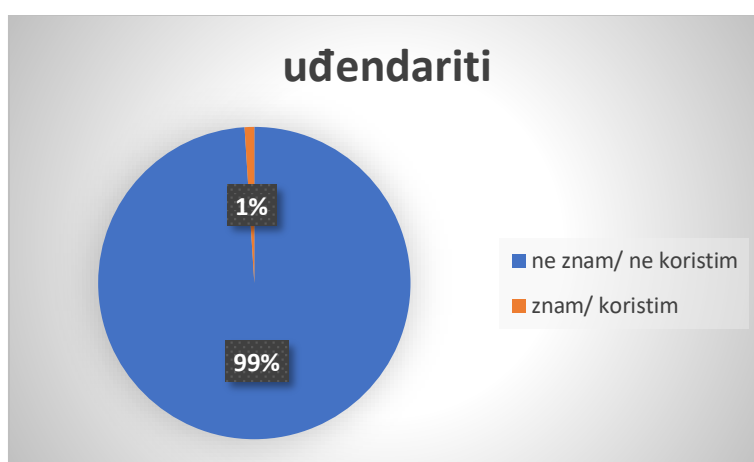
Slika 42. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *slamboš*

Stoša je žargonizam kojem 340 ispitanika (85%) ne zna značenje ili ga ne koristi (Slika 43.). Mirošničenko (2014: 49) navodi značenje 'cigarete Filter 160, Tvornice duhana Rovinj (nekada Tvornice duhana Zagreb)'. Od 60 ispitanika, njih 37 navodi značenje 'cigare(te)'. Nekolicina je bila detaljnija te su odgovorili: 'filter 160/(jeftine) cigare/jugoslavenski jeftini duhan/stoš i drina', a za 12 ispitanika znače 'sto/stotka/sto kuna' i sl.



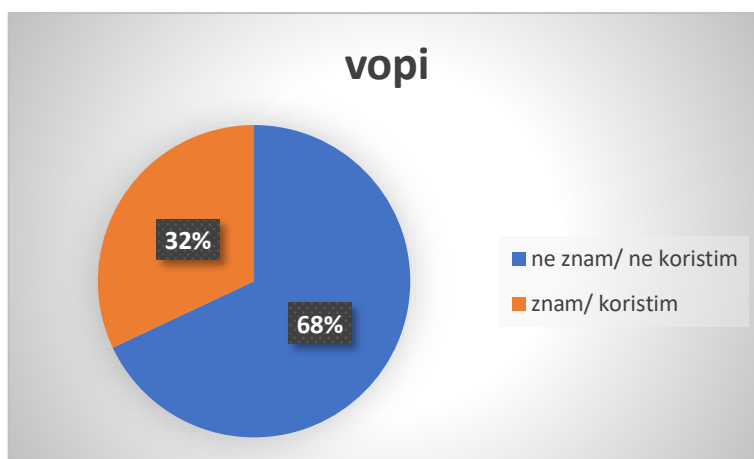
Slika 43. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *stoša*

Uđendariti je žargonizam koji 396 ispitanika (99%) ne poznaje ili ga ne koristi (Slika 44.). Mirošničenko (2014: 51) navodi značenje 'pogoditi', kao i 1 ispitanik. Ostali su odgovori: 'dogovoriti, ukrasti, izvući nešto bez plaćanja'.



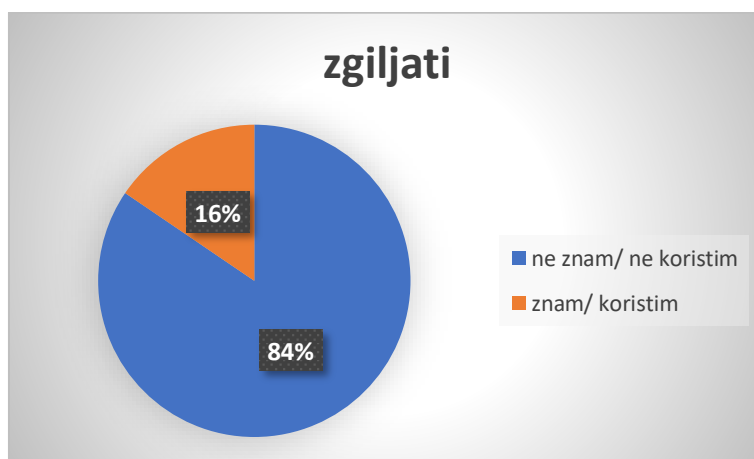
Slika 44. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *uđendariti*

Vopi je možda i najpoznatiji i najrašireniji primjer šatrovačkog žargona zbog čega je ovaj žargonizam, uz ostale, predmet ovog istraživanja. Mirošničenko (2014: 52) navodi kako je nastao kao inverzija riječi *pivo*, pa je to značenje i navelo 127 ispitanika, a 272 ispitanika (67.8%) ne zna njegovo značenje ili ga ne koristi (Slika 45).



Slika 45. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *vopi*

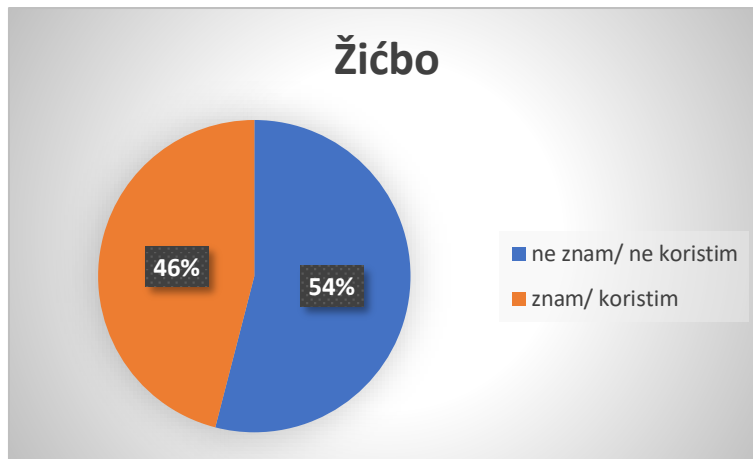
Zgiljati je žargonizam koji 338 ispitanika (84.5%) ne koristi ili ne zna njegovo značenje (Slika 46.), za 54 ispitanika ima značenje 'pobjeći', što navodi Mirošničenko (2014: 53). Podrijetlo ovog žargonizma jest Zagreb s okolicom²⁶, a to potvrđuje i ovo istraživanje jer je velika većina odgovora upravo iz Grada Zagreba ili Zagrebačke županije, tek nekoliko iz okolnih županija.



Slika 46. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *zgiljati*

Žičbo je posljednji žargonizam u ovom nizu i kao žargonizam *vopi* tipičan je primjer šatrovačkog žargona koji se prošio. Koliko se danas proširio i koliko se (ne) koristi, najbolje svjedoči podatak da ga 215 ispitanika (53.8%) ne poznaje ili ga ne koristi (Slika 47.), a 183 ispitanika koristi ga u značenju riječi 'Božić'.

²⁶ <https://zargonaut.com/zgiljati>



Slika 47. Grafički prikaz poznavanja žargonizma *Žićbo*

Posljednji dio istraživanja nudio je mogućnost ispitanicima da sami iskažu svoje stavove o jeziku, o promjenama u jeziku ili o navedenim žargonizmima. U tu svrhu dobili su poticajna pitanja: *Mislite li da se jezik mijenja i kako? Što mislite kada su prethodno navedene riječi (koje niste znali/ne koristite) bile u upotrebi?*

Ovaj dio anketnog upitnika nije bio obavezan, ali ipak je svoje odgovore dao značajan broj ispitanika (276).

Nerijetko, ispitanici su svojim odgovorima naveli generacijske promjene u jeziku koje su posljedica razlika između generacija, što upravo potvrđuju i dva odgovora:

- *Jezik se mijenja utoliko što svaka nova generacija donosi svoje riječi i inkorporira ih u jezik, barem u onaj razgovorni. S odrastanjem svake generacije neke riječi se manje učestalo upotrebljavaju, a neke se mijenjaju ili čak prilagođavaju, odnosno prilagođavaju ih nove generacije. Mnoge od ovih riječi bile su u upotrebi dok su naši roditelji ili čak bake i djedovi bili mladi.*
- *Jezik se mijenja svakim generacijskim jazom – što je veća razlika između kulture mlađih i starijih, jezik postaje sve veća prepreka. Navedene su riječi bile u uporabi proteklih dvadeset i trideset godina. Dosta njih je poznato na prvu, ali značenje je zamagljeno upravo zbog oslabljene upotrebe koja je posljedicom generacijskog jaza.*

Također, upečatljivo je kako ispitanici promatraju utjecaj engleskog jezika na hrvatski jezik i ističu svoj stav o tome koji je često negativan, odnosno svjesni su velikog utjecaja koji engleski ima na druge jezike, pa tako i na hrvatski, ali i sve veće upotrebe engleskih riječi iako

postoje hrvatske za određene pojmove. Uz engleski jezik, ispitanici često navode i medije i društvene mreže kao odgovorne za velike jezične promjene te tehnološki napredak. Više o tome u njihovim sljedećim stavovima:

- *Jezik se uvijek mijenja jer se prilagođava društvu. To je najbolje vidljivo u zadnjih cca 20 godina jer su uvedene nove riječi (npr. selfie) i nove skraćenice zbog interneta, razvoja tehnologija i društvenih mreža te je većina sadržaja koju konzumiramo na engleskom jeziku... Mijenja se i to negativno pod utjecajem globalizacijskog engleskog, migracijskog njemačkog i specifične balkanske jezične situacije gdje još uvijek nije sigurno jedan ili više jezika. Ovakve izrazi su vjerojatno korišteni u generaciji iznad nas (60-e, 70-e), a moguće je da se ne koriste od 90-ih kad je razvoj tehnologije procvjetao.*
- *Mijenja se itekako. Veliki utjecaj danas imaju društvene mreže i engleski jezik. Mlađe generacije miješaju engleske riječi pa čak i rečenice s hrvatskim jezikom. Riječi koje nisam znala mislim da su bile u upotrebi prije 30ak 40ak godina.*
- *Da, mislim da se puno mijenja, pogotovo danas kada jako puno ljudi koristi engleske riječi dok razgovaraju, ponekad čak i cijelu rečenicu izgovore na engleski. Ne znam kada su te riječi bile u upotrebi, možda su neke i danas.*
- *Jezik se mijenja, uvodi se puno engleskih izraza u svakodnevni razgovor kao skraćenice za nešto ili da zvuči bolje "trendi" ili "razumljivo" sto se htjelo reći. Ne znam kada su se koristile.*
- *Mislim da se mijenja, najviše pod utjecajem engleskoga jezika te pojednostavljivanjem razgovora putem društvenih mreža.*

Znakovito je da samo 5 ispitanika smatra da se jezik ne mijenja. Ali samo je 1 ispitanik obrazložio svoj odgovor:

- *Jezik, kao standardni hrvatski jezik se ne mijenja, mijenja se žargon. Kroz određeni vremenski period (par godina) uočljive su promjene u okolini u bilo kojem smislu (tehnološki napredak, ekomonske promjene itd.) stoga se paralelno s navedenim i sam žargon prilagođava odnosno mijenja. Pretpostavljam da se riječi koje su mi nepoznate nisu koristile tako jako davno već unazad 10-30 godina.*

Osim navedenog, svakako je zanimljiva činjenica da većina ispitanika u komentaru koji im je ponuđen sa samom kraju ovog upitnika navela kako nije znala mnoge žargonizme jer ne pripadaju njihovom govornom području, a ne zato što su zastarjeli ili su se nekad koristili, a danas se ne koriste ili je to rijetko. Mnogi su iskazali i svoju zbunjenost jezikom te uočenim razlikama između standardnog jezika i žargona, o kojima prije nisu razmišljali, naime, nisu ih uopće osvijestili.

Tablica 1. Poredak nepoznavanja ili nekorisćenja žargonizama
(od nižeg prema višem %)

ŽARGONIZAM	% nepoznavanja/ nekorisćenja
<i>Isu-miki!</i>	43.5 %
<i>cener</i>	43.5 %
<i>bulja</i>	46.8%
<i>gabor(ka)</i>	48%
<i>klafрати</i>	53.3%
<i>kajla</i>	53.5%
<i>Žićbo</i>	53.8%
<i>biberica</i>	54.5%
<i>hambi</i>	55.5%
<i>kmica</i>	56.8%
<i>butra</i>	62%
<i>vopi</i>	67.8%
<i>džabalebariti</i>	69.5%
<i>kaprice</i>	72.3%
<i>bracika</i>	75%
<i>đubretarac</i>	78.5%
<i>ćiku</i>	78.5%
<i>emač</i>	78.8%
<i>babinjak</i>	80.3%
<i>čvimba</i>	83%
<i>moreno</i>	83.3%
<i>džaner</i>	83.3%
<i>zgiljati</i>	84.5%

<i>Jubito</i>	84.5%
<i>stoša</i>	85%
<i>marisati se</i>	85%
<i>bakutaner</i>	85.5%
<i>junfer(ica)</i>	86.3%
<i>feget</i>	86.5%
<i>bekamica</i>	86.5%
<i>labrte</i>	86.8%
<i>gimba</i>	88.5%
<i>džoksa</i>	88.8%
<i>palestinka</i>	89.3%
<i>hot pensice</i>	90%
<i>slamboš</i>	90.5%
<i>akrap</i>	93.3%
<i>Flojdi</i>	94.3%
<i>dumina</i>	94.3%
<i>flok</i>	95.5%
<i>labati</i>	96.3%
<i>labamba</i>	97.3%
<i>čoža</i>	98.5%
<i>uđendariti</i>	99%
<i>đenda</i>	99.5 %

6.2. Rezultati istraživanja

Sam prikaz nepoznavanja i nekorisćenja navedenih žargonizama pokazuje koliko se jezik mijenja. Svega četiri žargonizma imaju postotak nepoznavanja i nekorisćenja manji od 50%, a to su žargonizmi *cener* i *Isu-miki!* sa 43.5%, *bulja* sa 46.8% te *gabor(ka)* sa 48%. S druge strane, od 45 žargonizama čak njih 11 ima najviši postotak (90% i više) nepoznavanja ili nekorisćenja (*hot pensice*, *slamboš*, *akrap*, *dumina*, *Flojdi*, *flok*, *labati*, *labamba*, *čoža*, *uđendariti*, *đenda*). Očekivano, najviši postotak nepoznavanja i nekorisćenja imaju mjesni i regionalni žargonizmi koji se nisu uspjeli proširiti izvan svojih granica, kao i primjeri tzv. pomodnica. Što se tiče šatrovačkog žargona, iako su samo dva tako obilježena u ovom istraživanju pa se iz toga ne može izvući opći zaključak, činjenica je da više nije trendovski jer

sve manje ispitanika prepoznaje i koristi čak i najtipičnije i nekad najpopularnije žargonizme kao što su *vopi* i *Žićbo*.

Od ostalih zanimljivosti treba istaknuti promjene koje su se dogodile u značenju određenih žargonizama u većem broju ispitanika. Tako žargonizam *butra* poprima dodatno značenje, odnosno opis. Naime, 19.2% navodi da je to 'zgodna/mlada žena'. Isti žargonizam pokazuje i posebnost i jezičnu raznolikost Hrvatske jer u Osijeku i okolici označava 'pokaz/kartu za autobus ili tramvaj'.

Novo značenje, i to regionalnog karaktera, pokazuje i žargonizam *flok* jer 22.2% ispitanika redom iz dalmatinskih županija navodi novo značenje 'jedro/vrsta jedra', što se može promatrati i kao stručni naziv (tehnički termin) jer se isti naziv upotrebljava i u jedrenju.

Stručnu diferencijaciju potvrđuje i primjer žargonizma *kajla* koji označava 'potporanj/klin/dasku za potporu'. Isti žargonizam promijenio je značenje u razgovornom stilu mladih jer je većina ispitanika (61.8%) dodala novo značenje 'lančić/lanac/ogrlica' i sl.

O posebnosti određene društvene grupe, iste/slične dobi i razgovornog stila, svjedoči žargonizam *junfer* koji je u najvećoj mjeri zadržao svoje značenje, ali ipak određena grupa koristi ovaj žargonizam u novom značenju. Riječ je o nogometnom žargonu u kojem dobiva značenje 'prolazak lopte kroz noge'.

Novo značenje u istoj govornoj zajednici možda je dobio i žargonizam *labati* koji koristi/poznaje 10 ispitanika u novom značenju 'jesti'. Mali je to broj ispitanika kao potvrda novog značenja, ali oni čine 66.6% onih koji poznaju i koriste taj žargonizam.

Na samom kraju, treba reći kako je ovo istraživanje pokazalo brzinu promjena u jeziku mladih u svega osam godina, osobito kod žargonizama vezanih uz modu, tzv. pomodnica (što se i moglo očekivati jer se i moda brzo mijenja), ali i potvrdilo kako neki mjesni i regionalni žargonizmi nisu izašli izvan svojih geografskih granica, a neki od njih rijetko se ili gotovo uopće više ne koriste. Razlozi su razni, od prevelikog utjecaja engleskog jezika i medija do sveprisutnih društvenih mreža. Da su se izabrali tzv. univerzalni žargonizmi koje koristi većina mladih ili pripadnici određenih društvenih grupa neovisno o tome gdje su smještene, u kojem prostoru, zasigurno bi njihova prepoznatljivost bila veća, no uvijek trebamo imati na umu da žargonizmi, posebno oni iz *slanga* i *argota*, sami po sebi kratko traju, brzo se mijenjaju zbog izvanlingvističkih razloga, pogotovo kad se nekim slučajem prošire izvan granica društvene grupe koja se njima služi. Upravo je to razlog njihova zastarijevanja i stvaranja nekih novih

riječi čije će značenje, barem neko vrijeme, biti nepoznato svima drugima te će komunikacija biti ograničena samo na članove te, za javnost, zatvorene zajednice.

Neki frazemi [...] kao što su nije bed, totalno kul, baš je fora dio su svakodnevnog diskursa mladih, a razumljivi su drugim dobnim skupinama. Međutim, zahvaljujući internetu, mladi upotrebljavaju i frazeme koji su slabo razumljivi široj populaciji. Takvi su npr. epic fail, a posebno frazemi iz internetskog žargona kao što je hashtag (u govorenom diskursu), fejspalmati, hajpan, rolazati ili fotobombati.

(Granić i Polić 2020: 77)

Što se tiče istraživanja, velik broj ispitanika (400) pokazuje da su zainteresirani za jezik i pitanja o jeziku i promjenama koje se događaju, a kojima i oni sami svjedoče jer neke žargonizme uopće ne prepoznaju niti koriste u svakodnevnoj komunikaciji, čak ni s pripadnicima iste dobne skupine. U svakom slučaju, kao govornici, korisni su informanti koji daju zanimljive odgovore, kao i svoja promišljanja o jeziku te iskazuju i svoje stavove o jeziku i njegovim različitim idiomima.

7. MEDIJI I ENGLSKI JEZIK

Velik broj ispitanika u svojim promišljanjima o jeziku i promjenama u jeziku istaknuo je ulogu medija i engleskog jezika. Mediji su u etimološkom smislu riječi ponajprije posrednici poruka čiji je izvor jedna, a cilj druga domena javne komunikacije (Granić 2006: 268).

Medijima se prenose informacije, ali i demokratizira kultura, ma što to značilo. Prožimanje medija i kultura traje do dana današnjega: na različitim razinama, različitim intenzitetom. [...] Mediji prenose poruke, ali oni su i transfer kulture, svjetonazora, politike; mediji su puno više od sredstva, oni stvaraju kulturu, a kultura (posebice ona tehnička) stvara medije koji izgrađuju nove i drugačije svjetove (globalni mediji izgradili su i globalnu kulturu). (ibid.)

Mediji utječu na svakodnevni život, ali mediji utječu i na komunikaciju, na jezik.

Od početka trećeg tisućljeća došlo je do brzog širenja računalnih medija, informacijske i komunikacijske tehnologije, posebice razvojem Web 2.0 alata i stalnog dodavanja novih usluga. Medijizacijom svakodnevnog života nastala je tzv. računalno posredovana komunikacija (CMC) koja je prema Crystalu (2006) dovela do društvene i jezične revolucije. Dostignuća na svim znanstvenim i stručnim područjima neminovno utječu i na jezik koji je također podložan promjenama te kao takav nastoji pronaći način kako nove promjene uklopiti u već postojeći jezični sustav (Ferčec, 2006). Računalno posredovana komunikacija (komunikacija novim medijima) danas pokriva veliki prostor, a čovjek je u mogućnosti odati istu poruku istodobno velikom broju ljudi. Razvoj i širenje novih medija utjecao je, dakle, na organizaciju međuljudskih odnosa, doveo do novih načina komunikacije i uveo promjene u sam jezik te stvorio nove medijske diskurse (Granić, 2006). (Filipan-Žignić i Turk Sakač 2016: 463)

Novi elektronski medij koji je globalnog i interaktivnog karaktera, a povezan je s engleskim jezikom kao globalnim jezikom, naziva se *Netspeak*. *Netspeak* ima vlastita razlikovna obilježja u svim svojim pojavnostima (Hadžiahmetović-Jurida 2007: 210). *Netspeak* kao jezik karakterističan za različite internetske usluge, a koji sadrži i elemente govora, možemo pronaći u raznim tekstovima u novim medijima (*Facebook*, *SMS* i sl.). Ti tekstovi "sadrže elemente usmenoga govora tipičnog za slobodan stil usmene komunikacije, tj. razgovorni stil. Takve je tekstove Storrer (2001) nazvala 'otipkanim razgovorom'" (Filipan-Žignić i Turk Sakač 2016: 464).

Sveprisutnost engleskog jezika u hrvatskoj jezičnoj praksi, osim negativnih stavova, bilježi i one pozitivne. "Ako je 'bogata jezična kupka', kako kaže Chomsky, poželjna za usvajanje jezika", onda je ta sveprisutnost poželjna a [...] izloženost engleskom dovodi do pojave usvajanja dijela jezika nesvjesno" (Mihaljević Djigunović i sur. 2006: 445).

Odrastajući uz nove tehnologije, mladi sve bolje vladaju engleskim jezikom, i to na svim razinama: uz razvijenu sposobnost slušanja i razumijevanja imaju sjajan izgovor, bogat leksik i strukturu, dobro se snalaze u slobodnoj komunikaciji (Damić Bohač 2006: 175-176).

Komunikacija novim medijima dovela je do nejasnih granica između pisanog i usmenog jezika. [...] Osim komunikacije internetom, i komunikacija mobilnim telefonom danas je postala nezaobilaznim dijelom svakodnevice, posebice mladih. Ta činjenica nikako ne čudi jer je itekako poznato da suvremeni mobilni telefoni nude brojne mogućnosti. Stoga je neosporna činjenica da mladi danas nikud ne idu bez mobilnog telefona. Preko mobitela odašilju SMS (Short Message Service) poruke, pretražuju internet ili odlaze na Facebook te odatle šalju poruke ili uređuju svoje statuse i sl.

(Filipan-Žignić i Turk Sakač 2016: 463-464)

Online-komunikacija dovela je do promjena na svim jezičnim razinama. Na pravopisnoj razini dolazi najviše do nekorištenja ili nepravilne upotrebe interpunkcijskih znakova, pisanja samo velikim, samo malim ili miješanim slovima, kao i pisanje riječi zajedno ili odvojeno.

Na grafostilističkoj razini javljaju se emotikoni i *emojiji* kojima su skloniji mlađi korisnici, ali u posljednje vrijeme i svi ostali jer njihovom upotrebom maksimalno skraćuju komunikaciju i pisanom obliku dodaju auditivne i vizualne znakove (uzvike, prozodiju, geste i mimiku). Na morfološkoj razini nema većih odstupanja, osim u slučaju tvorbe kratica koje se javljaju kao akronimi, strane i domaće, slogovne kratice te složene kratice (Filipan-Žignić i Turk Sakač 2016: 465)

Što se tiče semantičke razine, prisutne su teme iz svakodnevnog života (ljubav, škola, obitelj, društvo u cjelini, prijateljstvo, slobodno vrijeme, izlazak, odmor, rođendani, sport, kućni ljubimci, politika) (*ibid.*).

Leksičku razinu obilježava korištenje anglizama i pseudoanglizama. Mladi koriste i engleski *slang* u komunikaciji na hrvatskom jeziku, "biraju 'neprimjerene' jezične elemente baš zato što ih društveni autoriteti ne prihvaćaju" (Granić i Polić 2020: 76), ali zato su oni važni elementi njihova identiteta.

Mladi od 12 do 30 godina starosti su najčešći korisnici anglizama. Istraživanja su pokazala da gotovo 90 posto kratica koje se koriste u porukama jesu engleskog podrijetla. Osim anglizama, u SMS porukama učestala je uporaba i dijalektizama, ali i vulgarizama. (ibid.).

Glavno obilježje jezika novih medija, naročito na različitim platformama i društvenim mrežama (*Facebook, Twitter, WhatsApp...*) jest brzina i jezična ekonomičnost koja podrazumijeva hibridizaciju jezičnih oblika, kršenje norme, upotrebu kratica, emotikona i *emojija*, grafičko-stilističkih sredstava, različitih varijeteta, neologizama i anglizama.

Engleski je danas sveprisutan upravo zahvaljujući medijima, ponajprije onim popularnim medijima kao što su film, televizija, glazba i, dakako, internet prije svega. Razvoj interneta i mobilnih telekomunikacijskih sustava promijenio je ne samo način nego i intenzitet komuniciranja, osobito među mladima. Elektronički mediji tako su prerasli ulogu komunikacijskog sredstva pretvorivši ga u generator globalnog stila jezičnog ponašanja s globalnim jezikom – engleskim. U konverzaciji, ne samo mladih, posuđivanje i miješanje (*code-mixing*) i/ili prebacivanja kodova (*code-switching*) česte su pojave.

Ponajviše zahvaljujući internetu, možemo govoriti o pojavi globalnih tinejdžera. Tinejdžersko doba jest doba prijelaza, ispitivanja granica, znatiželje i istraživanja svijeta koje se ogleda i u jezičnom stvaralaštvu. Jezično ponašanje ima važnu simboličku funkciju, posebno važnu u konstrukciji identiteta pa "obilno korištenje engleskih riječi i frazeoloških sveza u jeziku mladih također je semiotički čin" (Nikolić-Hoyt 2006: 499).

Ako se neka riječ (žargonizam) pojavi u tiskanim i elektronskim medijima, to će svakako pridonijeti njezinu širenju. Radio i televizija mediji su široko dostupni gotovo svim društvenim slojevima pa će se riječ ili izraz upotrijebljen u tim medijima vrlo brzo proširiti među različitim društvenim grupama, bez obzira na dob, rod ili socioekonomski položaj. Internet, koji danas ima status globalnog medija i koji, zahvaljujući suvremenim tehnologijama, dopire do najdaljeg kuta svijeta, nije više samo medij i komunikacijski kanal mlađe populacije nego svih. Time je i njegov utjecaj mnogo veći i značajniji pa će sve izgovoreno ili napisano *online* vrlo brzo postati svojina svih sudionika u internetskom prostoru.

Dok s jedne strane uporaba žargonizama u novinarskim tekstovima može pridonijeti živosti, zanimljivosti i modernosti samoga teksta, s druge strane takve riječi mogu otežati komunikaciju. Naime žargonizmi su često višeznačni i može ih se različito tumačiti ovisno o govorniku i njegovim stavovima, iskustvu, obrazovanju, u nekim slučajevima poznavanju stranih jezika (ako je žargonizam ujedno i posuđenica), te o samom društvenom kontekstu u kojem je riječ upotrijebljena. Tu se, dakako, može govoriti i o generacijskim razlikama vezanima uz uporabu, a onda i razumijevanje, žargonskih izraza. (Skelin Horvat i Muhvić-Dimanovski 2010: 390)

Što se tiče diskursa mladih, treba reći da "društvo mlade promatra iz perspektive vlastitih normi i obrazaca, koja pretpostavlja predrasude i stereotipe. Često se u medijima mlade optužuje da 'uništavaju' standardni jezik, posebno u internetskoj komunikaciji i na komunikacijskim platformama" (Granić i Polić 2020: 75), no zapravo je riječ o stvaranju i rekonstrukciji jednog novog varijeteta, jednog novog sociolekta koji ima sva obilježja zajednice koja se njime služi i kojim ista ta zajednica konstruira vlastiti identitet.

8. ZAKLJUČAK

Cilj je ovog rada pokazati promjene u govoru mladih, slikovito rečeno, pokazati koliko je govor "ostario" u samo nekoliko godina. U fokusu istraživanja upravo je žargon kao specifičan govor mladih koji, kao i oni sami, doživljava najveće promjene.

Potvrđuju se teorijske postavke kako danas, u modernom dobu, zahvaljujući količini i brzini informacija i njihovim poniranjem u sve sfere života, i jezik i govor doživljavaju nagle i brze promjene na svim razinama, premda su one u leksiku najčešće i najuočljivije, pogotovo kad su posljedica aloglotskog utjecaja, naravno, engleskog kao globalnog jezika.

Kad je riječ o upotrebi žargonizama, primjetne su generacijske razlike samih ispitanika jer neki ispitanici uopće ne poznaju niti koriste neke žargonizme koji su donedavno bili prisutni u svakodnevnoj jezičnoj praksi. U vrlo kratkom periodu od osam godina, razlike postaju toliko očite jer su neki popularni izrazi/žargonizmi kao *Isu-miki!*, *emač* i sl. pali u zaborav i među onima koji su ih nekad upotrebljavali. Tome su uvelike pridonijeli mediji, suvremena tehnologija i, naravno, globalizacija, ali i očekivane promjene s obzirom na to da je riječ o žargonu kao specifičnom sociolektu koji obilježava određenu društvenu grupu.

Premda postoje terminološke nepodudarnosti u definiranju *žargona*, u ovom smo se radu ograničili na žargon kao govor mladih. Dakako da ta odrednica, dobna struktura, nije dostatna jer mladi, vidjeli smo i u ovom istraživanju, dolaze iz različitih sredina (ovdje hrvatskih županija), različitog su spola/roda i stupnja obrazovanja. Budući da je riječ o ispitanicima u dobi od 15 do 30 godina, u anketi nema pitanja koje se odnosi na njihov društveni status, premda i među mladima ima značajnih socioekonomskih razlika pa su neki povlašteni i privilegirani, neki čak i stigmatizirani. Takvi su onda i pripadajući im idiomi kojima se identificiraju kao članovi (*insideri*) ili ne-članovi (*outsideri*) neke govorne zajednice.

Uz to, istraživanje je pokazalo da su neki žargonizmi lokalno ili regionalno određeni, a neki su od njih prešli geografske granice i postali svojina šire zajednice, ponajprije zahvaljujući *online*-komunikaciji, posebno tekstnim porukama na raznim platformama i aplikacijama.

Osim što su neki žargonizmi bili potpuno neprozirni za određene ispitanike, iz njihovih odgovora uočava se i semantički pomak žargonizma na razini denotativnog značenja.

Što se tiče stavova o jeziku, odnosno o žargonu, poznato je da na njih utječu različiti izvanlingvistički čimbenici, no činjenica je da velik utjecaj imaju pripadnici dominantnih društvenih grupa. Žargon je prvotno imao negativan predznak jer je bio jezik manjih, zatvorenih

i marginaliziranih grupa te je stoga bio nerazumljiv drugima, odnosno dominantnim društvenim grupama. Takav se stav vremenom promijenio jer je žargon prilično utjecao na urbanolekt, pa su neki žargonizmi postali i pomodni, ali ipak i danas postoje određene predrasude i stereotipi o žargonu i njegovim govornicima, naročito u sredinama gdje su govornici standarda i nestandardnih idioma (a žargon je samo jedan od njih) klasno, a ne samo i jezično podijeljeni (kao u svakoj diglosiji).

Sažetak

GOVOR MLADIH: ŽARGON NAŠ SVAGDAŠNJI

Pripadnost generaciji, uz sve ostale parametre, očituje se i u jeziku i govoru, koji mogu dovesti i do generacijskog jaza u komunikaciji. To je posebno vidljivo u komunikaciji mladih i starijih. Mladi, naime, u svakodnevnom govoru upotrebljavaju veći broj vulgarizama i psovki, kolokvijalnih i dijalekatskih riječi te slengovskih izraza. U ovom radu naglasak je na vremenskoj odrednici – govor mladih proučava se upravo u promjenama u jeziku i govoru, u žargonu. Govor mladih segment je i razgovornog funkcionalnog stila. S obzirom na njegovu dostupnost, spontanost i veliku kreativnost i dinamičnost, prikupljanje podataka ne predstavlja nikakav problem u samom istraživanju, naprotiv. Mladi i na taj način iskazuju svoju slobodu i pripadnost društvenoj grupi, upravo žargonom koji koriste u svakodnevnoj komunikaciji. Samo definiranje žargona predstavlja određeni problem u terminološkom smislu jer postoji i profesionalni žargon kao jezik struke, ali, najšire gledajući, žargon kao vrsta sociolekta uvijek i obilježava određenu društvenu grupu. U literaturi je prisutan i problem nastanka i omeđenosti žargona, što dovodi i do problema definiranja i upotrebe bliskih pojmova kao što su šatra, šatrovački, sleng, argot, vernakular. Stavovi o jeziku podložni su promjenama, pa tako i stavovi o žargonu. Svi su ti stavovi, dakako, iracionalni, ali na njih u znatnoj mjeri utječu pripadnici dominantnih grupa s društvenom moći, što znači da je žargon – ponajprije kao jezik zatvorenih i marginaliziranih grupa – dobio negativan predznak za sve outsiders, za sve one koji ga ne razumiju ili imaju određenih poteškoća u njegovu denotiranju. S vremenom se taj stav mijenja, ali i dalje postoje određene predrasude o žargonu i njegovim govornicima. Žargonizmi kao dio leksika ovisni su o vremenu i brzini promjena. Provedena anketa u ovom istraživanju upravo ispituje promjene u žargonu. Odabrani žargonizmi ne ukazuju samo na promjene značenja nego i na diferenciranje unutar različitih društvenih grupa, ali i na njihov nestanak jer se mijenja društveni kontekst njihove upotrebe. Brojni ispitanici prepoznali su brzinu promjena u jeziku i govoru mladih i istaknuli prije svega veliku ulogu medija i suvremenih tehnologija, ali, i ne manje važno, i značajnu ulogu engleskog jezika. Naime, engleski kao lingua franca sve više utječe na sve jezike i njihove vertikalne i horizontalne idiome, pa onda, posve očekivano, i na govor mladih čiji su kreatori i sami nositelji tih promjena.

Ključne riječi: govor mladih, žargon, žargonizmi, mediji, engleski jezik

Summary

YOUTH SPEECH: OUR EVERYDAY JARGON

Belonging to a generation, along with all other parameters, is also manifested in language and speech, which can lead to a generation gap in communication. This is particularly evident in communication between the young and the elderly. Namely, young people use a greater number of vulgarisms and swear words, colloquial and dialectal words and slang expressions in their daily speech. In this paper, the focus is on the temporal determinant – the speech of young people is studied precisely in changes in language and speech, in jargon. Youth speech is also a segment of functional conversational style. Considering its availability, spontaneity and great creativity and dynamism, data collection does not represent any problem in the research itself. In this way, young people also express their freedom and belonging to a social group, precisely with the jargon they use in everyday communication. Defining jargon presents a certain problem in the terminological sense, because there is also professional jargon as the language of the profession, but, broadly speaking, jargon as a type of sociolect always marks a certain social group. In literature, there is also the problem of creation and delimitation of jargon, which leads to the problem of defining and using close terms such as slang, argot, vernacular. Attitudes about language are subject to change, and so are attitudes about jargon. All these attitudes are irrational, of course, but they are significantly influenced by members of dominant groups with social power, which means that jargon – primarily as the language of closed and marginalized groups – has acquired a negative connotation for all outsiders, for all those who do not use it or have certain difficulties in its denotation. Over time, this attitude is changing, but there are still some prejudices against jargon and its speakers. Jargonisms as part of the lexicon are dependent on time and speed of changes. The survey in this study examines changes in jargon. The selected jargonisms show not only changes in meaning, but also differentiation within different social groups, but also their disappearance because the social context of their use changes. Numerous interviewees recognized the speed of changes in the language and speech of young people and emphasized first of all the great role of the media and modern technologies, but also, the significant role of English. Indeed, English as a lingua franca is increasingly influencing all languages and their vertical and horizontal idioms, and then, quite expectedly, also the language of young people, whose creators are the carriers of these changes.

Keywords: *youth speech, jargon, jargonisms, media, English*

LITERATURA

Anonimus 2003. *Jezikoslovlje*.

Dostupno na: <https://www.forum.hr/showthread.php?t=21433&page=5>, pristupljeno: srpanj 2022.

Anonimus 2011a. *Akrap*. Dostupno na: <https://zargonaut.com/akrap>, pristupljeno: srpanj 2022.

Anonimus 2011b. *Bab(i)njak*. Dostupno na: <https://zargonaut.com/babinjak>, pristupljeno: srpanj 2022.

Anonimus 2011c. *Cener*. Dostupno na: <https://zargonaut.com/cener>, pristupljeno: srpanj 2022.

Anonimus 2011d. *Ćoza*. Dostupno na: <https://zargonaut.com/coza>, pristupljeno: srpanj 2022.

Anonimus 2011e. *Zgiljati*. Dostupno na: <https://zargonaut.com/zgiljati>, pristupljeno: srpanj 2022.

Babić, Stjepan (2003). Zagreb film festival – potpuna sramota hrvatske kulture. *Jezik* 50(5), 197-199.

Bijelić, Angelina (2009). Razgovorni stil. *Hrvatistika*, 3(3), 57-66.

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

Bugarski, Ranko (2009). *Evropa u jeziku*. Beograd: Biblioteka XX vek.

Ćurković, Dijana (2011). Kalk kao odraz hip-hop kulture u tekstovima Dječaka. Dostupno na: <https://www.bib.irb.hr/563086/download/563086.KalkDjecaci.pdf>, pristupljeno: rujan 2022.

Damić Bohač, Darja (2006). Engleski ili francuski? A zašto ne oboje? U: Granić, Jagoda (ur.). *Jezik i mediji – jedan jezik : više svjetova*. Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 175-182.

Domorad, Bernardica (2019). *Tvorba žargonizama u hrvatskom jeziku*. Diplomski rad, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Osijek, 40 str.

Družić, Nika (2016). *Osječki i zagrebački žargoni – usporedba*. Diplomski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera. Osijek, 87 str.

Filipan-Žignić, Blaženka i Turk Sakač, Marija (2016). Utjecaj novih medija na jezik mladih u pisanim radovima. *Slavistična revija* 64(4), 463-474.

Frančić, Anđela; Hudeček, Lana i Mihaljević, Milica (2005). *Normativnost i višefunkcionalnost u hrvatskome standardnom jeziku*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.

Granić, Jagoda (1999). Gradski idiomi i eksplicitna norma. U: Badurina, Lada i sur. (ur.). *Teorija i mogućnosti primjene pragmalingvistike*. Zagreb-Rijeka: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 271-277.

- Granić, Jagoda (2006). Novi "razrađeni" mediji i "ograničeni" kodovi. U: Granić, Jagoda (ur.). *Jezik i mediji – jedan jezik : više svjetova*. Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 267-278.
- Granić, Jagoda (ur.) (2006). *Jezik i mediji – jedan jezik : više svjetova*. Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.
- Granić, Jagoda i Polić, Iva (2020). Jezični stereotipi: medijska (de)konstrukcija društvene zbilje. U: Kołodziej, Agnieszka; Tyszkowska-Kasprzak, Elżbieta i Ślawska, Magdalena (ur.). *Słowiańszczyzna dawniej i dziś – język, literatura, kultura. Monografia ze studiów slawistycznych IV*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT, 71-79.
- Hadžiahmetović-Jurida, Sanel (2007). Netspeak: neka leksička razlikovna obilježja. *Jezikoslovlje* 8 (2), 193-210.
- Halonja, Antun; Mihaljević, Milica (2012). *Od računalnoga žargona do računalnoga nazivlja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada-Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/324561858_Urbani_zargon_mladih. pristupljeno: srpanj 2022.
- Hamm, Josip (1939/1940). Dvije-tri o govoru zagrebačkih srednjoškolaca. *Nastavni vjesnik* 48(4), 549-564.
- Hrvatska enciklopedija. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021. *Jedro*. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=28922>, pristupljeno: srpanj 2022.
- Imamović, Feđa i Mujagić, Mersina (2017/2018). Urbani žargon mladih. *Post Scriptum* 6/7, 143-154.
- Jagačić, Iva (2019). *Sociolekti u hrvatskom suvremenom filmu*. Diplomski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Rijeci. Rijeka, 61 str.
- Jespersen, Otto (1970). *Čovječanstvo, narod i pojedinac sa lingvističkog stanovišta*. Sarajevo: Zavod za izdavanje udžbenika Sarajevo.
- Jay, Timothy (1999). *Why we curse: A Neuro- Psycho- Social Theory Of Speech*. Philadelphia, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Katnić-Bakaršić, Marina (1999). *Lingvistička stilistika*. Budimpešta: Open Society Institute.
- Košćak, Nikola (2018). *Šrajbenzi spiku, stilovi hrvatske žargonske i žargonizirane proze 1990-ih i 2000-ih*, Zagreb, stilistika.org; Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za kroatistiku-Katedra za stilistiku.
- Kovačević, Barbara (2001). Hrvatski žargon ili hrvatski žargoni? *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 27(1), 378-383.

- Kuzmanović, Mladen (1970). Kreativnost žargonske tvorbe. *Umjetnost riječi* 1/2, 129-135.
- Leburić, Anči; Relja, Renata i Božić, Tina (2007). *Disko generacija: sociološka istraživanja noćne zabave mladih*. Split: Filozofski fakultet Sveučilišta u Splitu.
- Marković, Ivan (2021). O hrvatskome šatrovačkome jeziku 1912. *Filologija* 76, 145-174.
- Melvinger, Jasna (1984). *Leksikologija*. Osijek: Pedagoški fakultet.
- Mićanović, Krešimir (2008). *Hrvatski s naglaskom: standard i jezični varijeteti*. Zagreb: Disput.
- Mihaljević Djigunović, Jelena; Cergol, Kristina i Li, Qingmin (2006). Utjecaj medija na nenamjerno usvajanje engleskog vokabulara. U: Granić, Jagoda (ur.). *Jezik i mediji – jedan jezik : više svjetova*. Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 445-452.
- Mikić Čolić, Ana (2018). Tvorbeni postupci u žargonu: jezična kreativnost i/ili posuđivanje. U: Mlikota, Jadranka (ur.). *Od norme do uporabe 1*. Osijek: Filozofski fakultet; Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 232-252.
- Mirošničenko, Ivana (2014). *Rječnik mladih*. Diplomski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Osijek, 56 str.
- Muhvić-Dimanovski, Vesna (2002). Žargonizmi u dvojezičnom rječniku. *Filologija* 38/39, 75-82.
- Nikolić-Hoyt, Anja (2006). Uloga popularnih i novih medija u jeziku globalnih tinejdžera. U: Granić, Jagoda (ur.). *Jezik i mediji – jedan jezik : više svjetova*. Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 495-502.
- Nosić, Vesna (2019). Žargonizmi učenika Gimnazije "Matija Mesić". *Hrvatski jezik* 6(4), 11-16.
- Palinić, Lea (2019). *Žargon zagrebačke mladeži i komunikacija putem alata za Instant Messaging*. Diplomski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb, 38 str.
- Prprović, Jelena (2013). *Hrvatski jezik kajkavske i štokavske stilizacije*. Diplomski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Osijek, 68 str.
- Sabljak, Tomislav (2013). *Rječnik hrvatskoga žargona*. Zagreb: Profil.
- Silić, Josip (1997). Razgovorni stil hrvatskoga standardnog jezika, *Kolo* 4, 483-495.
- Silić, Josip (2006). *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Zagreb: Disput.
- Skelin Horvat, Anita (2009). *Hrvatski sleng kao odraz identiteta mladih*. Doktorski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb, 385 str.
- Skelin Horvat, Anita (2017). *O jeziku i identitetima hrvatskih adolescenata*. Zagreb: Srednja Europa.

- Skelin Horvat, Anita i Muhvić-Dimanovski, Vesna (2010). Država u banani i mrak sniženja – žargonizmi u svakodnevnom jeziku. U: Mildner, Vesna i Liker, Marko (ur.). *Proizvodnja i percepcija govora: profesoru Damiru Horgi povodom njegovog sedamdesetog rođendana*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Odsjek za fonetiku; Odjel za fonetiku Hrvatskoga filološkog društva; FF press, 371-395.
- Stojić, Aneta (2008). Njemačke posuđenice i hrvatski ekvivalenti. *Rasprave: Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 34(1), 357-369.
- Stolac, Diana (2003). Podstil razgovornoga jezika: govor mladih. U: Lukač, Stjepan (ur.). *Hrvatski književni jezik: zbornik radova: međunarodni znanstveni skup povodom 500. obljetnice nastanka Judite Marka Marulića (1450.-1524.)*. Budimpešta: Hrvatska samouprava Budimpešte, 191-199.
- Škiljan, Dubravko (1985). *Pogled u lingvistiku*. Zagreb: Školska knjiga.
- Šoljan, Antun i Slamnig, Ivan (1955). O šatrovačkom. *Krugovi* 1, 82-86.
- Tončić, Dijana (2015). *Razgovorni stil Hrvatskoga standardnog jezika u govoru i pismu*. Diplomski rad. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli. Pula, 44 str.
- Vidović, Radovan (1990). Rječnik žargona splitskih mlađih naraštaja. *Čakavska rič* XVIII(1), 51-87.

GOVOR MLADIH: ŽARGON NAŠ SVAGDAŠNJI

Poštovani,

ovo istraživanje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada.

Cilj istraživanja je otkriti promjene u jeziku mladih tijekom godina.

Upitnik je namijenjen osobama od 15 do 30 godina.

Istraživanje je u potpunosti anonimno, a podaci dobiveni u ovom istraživanju analizirat će se na grupnoj razini te će se koristiti isključivo u znanstveno-istraživačke svrhe.

Ukoliko imate pitanja, komentara ili Vas zanimaju rezultati slobodno se javite na e-mail adresu:

mprpa@ffst.hr

Unaprijed hvala na Vašem sudjelovanju!

Maja Prpa

* Required

1. **Kojoj dobnoj skupini pripadate? ***

Mark only one oval.

15 – 18 god.

18 – 22 god.

22 – 25 god.

25 – 30 god.

2. **Spol? ***

Mark only one oval.

muški

ženski

Other: _____

3. **Razina završenog obrazovanja? ***

Mark only one oval.

- završena osnovna škola
- završena srednja škola
- završen preddiplomski ili stručni studij
- završen diplomski studij
- Other: _____

4. **Županija u kojoj živite? ***

Check all that apply.

- Zagrebačka
- Krapinsko-zagorska
- Sisačko-moslavačka
- Karlovačka
- Varaždinska
- Koprivničko-križevačka
- Bjelovarsko-bilogorska
- Ličko-senjska
- Virovitičko-podravska
- Požeško-slavonska
- Brodsko-posavska
- Zadarska
- Osječko-baranjska
- Vukovarsko-srijemska
- Istarska
- Dubrovačko-neretvanska
- Međimurska
- Primorsko-goranska
- Šibensko-kninska
- Grad Zagreb
- Splitsko-dalmatinska

Žargonizmi

U sljedećoj grupi zadataka potrebno je označiti koristite li u svom govoru navedenu riječ (žargonizam) te ukoliko koristite napisati koje ima značenje. Riječi su u kanonskom obliku (nominativ jedine za imenice, infinitiv za glagole), iznimno u najtipičnijem obliku - npr. povratni glagol.

5. **akrap** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

6. **babinjak** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

7. **bakutaner** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

8. **bekamica** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

9. **bracika** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

10. **bilberica ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

11. **bulja ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

12. **butra ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

13. **cener ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

14. **čvimba ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

15. **čiku** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

16. **čoža** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

17. **dumina** *

imenica!

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

18. **džabalebariti** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

19. **džaner** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

20. **džoksa** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

21. **đenda** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

22. **đubretarac** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

23. **emač** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

24. **feget** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

25. **Flojdi** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

26. **flek** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

27. **gabor(ka)** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

28. **gimba** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

29. **hambi** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

30. **hot pensice** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

31. **Isu-miki!** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

32. **Jubito** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

33. **junfer(ica)** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

34. **kajla** *

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

35. **kaprice ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

36. **klafrati ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

37. **kmica ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

38. **labamba ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

39. **labati ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

40. **labrte ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

41. **marisati se ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

42. **moreno ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

43. **palestinka ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

44. **slamboš ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

45. **stoša ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

46. **uđendariti ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

47. **vopi ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

48. **zgiljati ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

49. **Žićbo ***

Mark only one oval.

ne znam/ne koristim

Other: _____

za kraj...

50. **Mislite li da se jezik mijenja i kako? Što mislite kada su prethodno navedene riječi (koje niste znali/ne koristite) bile u upotrebi?**

51. **komentari?**

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

IZJAVA O POHRANI ZAVRŠNOG / DIPLOMSKOG RADA U DIGITALNI
REPOZITORIJ FILOZOFSKOG FAKULTETA U SPLITU

STUDENT/ICA	Maja Prpa
NASLOV RADA	GOVOR MLADIH: ŽARGON NAŠ SVAGDAŠNJI
VRSTA RADA	Diplomski rad
ZNANSTVENO PODRUČJE	Humanističke znanosti
ZNANSTVENO POLJE	Filologija
MENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje)	izv. prof. dr. sc. Jagoda Granić
KOMENTOR/ICA (ime, prezime, zvanje)	/
ČLANOVI POVJERENSTVA (ime, prezime, zvanje)	1. doc. dr. sc. Nataša Stojan 2. izv. prof. dr. sc. Jagoda Granić 3. doc. dr. sc. Eni Buljubašić

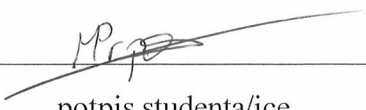
Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/ica predanog završnog/diplomskog rada (zaokružiti odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uredenog rada. Slažem se da taj rad, koji će biti trajno pohranjen u Digitalnom repozitoriju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Splitu i javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama *Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju*, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15, 131/17), bude (zaokružiti odgovarajuće):

- a.) u otvorenom pristupu
- b.) rad dostupan studentima i djelatnicima Filozofskog fakulteta u Splitu
- c.) rad dostupan široj javnosti, ali nakon proteka 6/12/24 mjeseci (zaokružiti odgovarajući broj mjeseci)

U slučaju potrebe dodatnog ograničavanja pristupa Vašem ocjenskom radu, podnosi se obrazloženi zahtjev nadležnom tijelu u ustanovi.

Split, 24. 11. 2022.

mjesto, datum



potpis studenta/ice

SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja **Maja Prpa** _____, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja magistra/magistrice _____ **hrvatskog jezika i književnosti i povijesti** _____, izjavljujem da je ovaj diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga diplomskoga rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 24. 11. 2022.

Potpis

