



Između računalnoga nazivlja i žargona

Čest je problem pri stvaranju i normiranju hrvatskoga nazivlja, a posebno računalnoga i informatičkoga nazivlja, nerazumijevanje odnosa između žargona i nazivlja koje pripada standardnomu jeziku. Žargon je supstandarni specijalni govor pojedine društvene skupine ljudi povezanih statusno i strukovno, koji se tim govorom (namjerno ili nenamjerno) razlikuju od ostatka društvene zajednice. U njegovu oblikovanju i opstanku veliku ulogu imaju i spol, razina obrazovanja, životna dob, ali i prostorna pripadnost, pogotovo stoga što su žargoni povezani s urbanim sredinama koje se razlikuju svojim govorima. Tako žargonima pripadaju govori pojedinih zatvorenih društvenih skupina, npr. zatvorenika ili pripadnika navijačkih skupina, i otvorenih skupina poput učenika, studenata i pojedinih profesija, npr. liječnika, profesora, a u novije vrijeme i računalnih korisnika. Žargon je onima koji ne pripadaju skupini koja se njime služi često nerazumljiv, nejasan i zagonetan. Žargoni su hrvatskoga jezika obojeni izrazitim obilježjem kojega narječja (zagrebački, splitski žargon), elementima stranoga jezika – danas najviše engleskoga – i imaju mnogo novotvorenica. Nije isto govorimo li o znanstvenome nazivlju, pa tako i znanstvenome računalnom nazivlju, ili o žargonu. Znanstveno nazivlje pripada standardnomu hrvatskom jeziku, a žargon mu ne pripada. Riječi i sveze koje pripadaju znanstvenomu nazivlju nazivamo nazivima, a riječi ili sveze koje pripadaju žargonu žargonizmima. Znanstveno nazivlje treba normirati, žargon je slobodan i ne treba ga normirati. Pravila koja vrijede za znanstveno nazivlje, izražena i sažeta u terminološkim načelima, ne vrijede za žargon, a načini postanka žargona ne vrijede za nazivlje. Znanstveno nazivlje i žargon dva su suprotna pola govora o nekoj struci. Kako bismo pokazali taj odnos, prikazat ćemo putove rješavanja jednoga terminološkog problema iz područja informacijskih tehnologija te zatim bogatstvo računalnoga, točnije internetskoga, žargona povezanoga s Facebookom. Naglasimo da nazivlje treba normirati, a žargone samo zabilježiti i opisati.



Terminološki problem: Jesu li veliki podatci doista veliki?

Podatak je riječ koju često susrećemo u svakodnevnome životu, a i u području informacijskih tehnologija to je čest naziv. U englesko-hrvatskim informatičkim rječnicima engleska se riječ *data* prevodi množinskim oblikom *podatci*. U informatičkim se rječnicima spominju i podatci o podacima (engl. metadata), o čemu će biti riječi u jednome od sljedećih brojeva ovoga časopisa.

U posljednje se vrijeme sve češće susrećemo s nazivom *big data*, koji prema pravopisnim pravilima treba kurzivirati u hrvatskome tekstu, i pokušajem njegova prevođenja na hrvatski jezik. Stručnjaci iz područja informacijskih tehnologija velike podatke objašnjavaju kao posljedicu sveprisutnoga rasta digitalnih podataka iz različitih izvora. Veliki podatci zapravo su goleme količine strukturiranih ili nestrukturiranih podataka s kojima je vrlo teško ili gotovo nemoguće raditi s pomoću standardnih alata ili relacijskih baza podataka. O čemu je zapravo riječ? Pristupom internetu, slanjem digitalnih fotografija, gledanjem filmova i slušanjem internetskoga radija ili komunikacijom na društvenim mrežama masovno se proizvode podatci koji su lako iskoristivi, veliki i često u uporabi. Takvi su podatci svojstveni i mobilnoj telefoniji jer su mobilni telefoni također postali platforme za masovnu proizvodnju podataka. Uzmemo li u obzir i stotine tisuća meteoroloških i agronomskih osjetnika, komunikaciju RFID-om¹, milijune transakcija na mrežnim trgovinama..., dobit ćemo terabajte, eksabajte i zetabajte podataka.

Stručnjaci informacijskih tehnologija tvrde kako suvremene tijekom digitalnih podataka obilježuju tri temeljne odrednice: obujam, raznolikost te brzina njihova nastanka i protok. Dakle, veličina, odnosno obujam podataka samo je jedna od tih triju odrednica. S obzirom na to da velik broj stručnjaka informacijskih tehnologija smatra da nije samo riječ o golemim količinama podataka koji se proizvode diljem svijeta, nego i njihovoj raznolikosti, ti stručnjaci predlažu naziv *široki podatci* (engl. wide data) upravo stoga što je raznolikost jedan od glavnih uzroka njihove veličine. Tu ipak treba imati na umu da valja razlikovati terminološko značenje od tvorbenoga te da je značenje naziva određeno njegovom definicijom, a ne njegovim sastavnicama. Tvorbenim se sastavnicama ne može uvijek u cijelosti opisati značenje naziva pa ako brijači i briju i šišaju, ako se uspinjačom i uspinjemo i spuštamo, ako se u svlačionici i svlačimo i oblačimo te ako bjelina može označivati prazninu i na bijelome, ali i na crvenome ili zelenome papiru, i veliki podatci mogu usto što su veliki biti i raznoliki i mogu brzo nastajati.

Od stručnjaka s područja informacijskih tehnologija očekujemo da pronađu rješenja koja će omogućiti da se iz velike količine podataka brzo i pouzdano dobiju korisne

1 RFID je pokratak naziva *radiofrekventijska identifikacija* (engl. radio frequency identification). Riječ je o tehnologiji koja rabi radijsku frekvenciju za razmjenu informacija među prijenosnim uređajima / memorijama i poslužiteljskim računalima.

informacije, a jezikoslovci im pak mogu pomoći pri odabiru jezično najprihvatljivijega naziva za opisanu pojavu: *veliki podatci*, *golemi podatci*, *velika količina podataka* ili *široki podatci*. Svaki je od tih naziva prihvatljiviji od ukošeno pisanoga engleskog naziva *big data*, ali s jezičnoga je stajališta, uzimajući u obzir terminološka načela, najprihvatljiviji hrvatski naziv *veliki podatci*. Nadamo se da će taj naziv zamijeniti naziv *big data* te da naziv *big data* neće ostati samo još jedan *buzzword*² koji je na stranome jeziku privlačniji nego na hrvatskome.

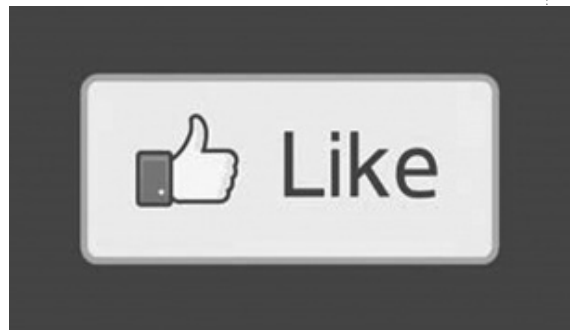
Žargoni: Fejsbučenje do zore

Facebook je internetska društvena mreža koju je 2004. godine osmislio Mark Zuckerberg. U svojim počecima Facebook je bio namijenjen samo studentima harvardskoga sveučilišta, koji su s pomoću njega mogli međusobno komunicirati i razmjenjivati informacije. Poslije su se mreži priključila mnoga druga sveučilišta, srednje škole i velike tvrtke diljem svijeta. Danas ta društvena mreža ima više od milijarde aktivnih korisnika. Facebook je ujedno i najpopularnije mjesto za objavljivanje fotografija. Korisnici na njega na dan dodaju više od 14 milijuna novih fotografija.

Komunikacija Facebookom donijela je niz žargonizama koje su smislili njegovi korisnici i njima se svakodnevno služe. Zanimljivo je da su se hrvatski korisnici Facebooka pokazali veoma kreativnima u stvaranju žargonizama.

Internetski žargonizmi u hrvatskome jeziku najčešće nastaju preuzimanjem riječi iz stranoga, obično engleskoga jezika, uporabom domaćih riječi u novome značenju i hrvatskom tvorbom. Tako je i sa žargonizmima koji su nastali na Facebooku.

Jedan od najpoznatijih i najupotrebljavanijih žargonizama povezanih s Facebookom prilagođenica je *lajkati* u značenju 'svidati se'. *Lajkati* se mogu slike, poveznice, statusi i sl. Facebook je kraćenjem prilagođenice *Fejsbuk* postao Fejs. Povezano s time, nastali su žargonizmi *fejsbučiti* u značenju kompulzivnoga bavljenja Facebookom te *fejsbukizam*, što označuje riječ ili svezu nastalu na Facebooku. *Fejser* je, naravno, korisnik Facebooka. Osobe koji su žestoki protivnici Facebooka i sličnih društvenih mreža nazivaju se *antifejsbukovcima* (2011. godine



2 Engl. riječ *buzzword* označuje riječ ili svezu autoritetnoga ili tehničkoga prizvuka svojstvenu nekoj profesiji, koja služi da bi zadivila publiku i dodala težinu određenomu nazivu – o tome će također biti riječi u jednome od idućih brojeva.

pokrenuta je nova društvena mreža Unthink, koja nije nimalo slična Facebooku i ostalim društvenim mrežama kao što su Google+ ili Twitter. Ona je zamišljena tako da njezini korisnici imaju potpun nadzor nad svojim podacima, a oglašivači ne mogu dobiti nijednu informaciju o korisnicima ako korisnici to ne dopuste).

Korisnici Facebooka napravili su i vrlo zanimljivu podjelu profila, pa tako imamo hijene, korisnike koji nikada ništa ne komentiraju, a komuniciraju samo osjećajnicima (emotikonima ili emotivima, engl. smiley). Zatim su tu špijuni koji su prisutni, ali ne ostavljaju tragove, ne pišu statute, nikada ne komentiraju tuđe objave i nikada ništa ne lajkaju, ali redovito sve čitaju. Pijetlovi smatraju da je njihova dužnost da svim prijateljima s Facebooka redovito požele dobro jutro. Gospodična popularna ili gospodin popularni imaju gotovo popunjen profil, opasno se bliže brojci od nekoliko tisuća prijatelja, a sve to bez ikakva konkretnoga razloga. Igrači satima s prijateljima igraju mrežne igre te o njima raspravljaju. Emotivci mrze svoj život i sve povezano s njim, pa su svi njihovi statusi obojeni mračnim tonovima. Promotori šalju pozivnice za različite događaje ili objavljuju poveznice sa svojih mrežnih stranica. Lopovi redovito krađu tuđe statute predstavljajući ih kao svoje. Kraljice drame (engl. drama queen) nadaju se da će nedorečenim objavama s katastrofičnim uvodom privući pozornost te da će ih drugi korisnici pitati što im se to dogodilo i što nije u redu. Na kraju su tu i lajkeri koji gotovo nikada ništa ne komentiraju, no redovito lajkaju.

S obzirom na sadržaje statusa koje pišu, na Fejsu možemo susresti blogere, filozofe, gundala, hvalisavce, indigo-mudrace, komičare, status-reportere (standardnojezično: dojavljivače statusa), samožaljive emotivce, spikere i zbunjivače. Zafrendajte nekoga od njih (standardnim hrvatskim jezikom rečeno: pozovite koga od njih na druženje). Možda steknete prijatelje za cijeli život.