

# Jezik novih medija

Stanko Crnobrnja,  
*Novi mediji i društvene mreže: pojmovnik*,  
 Centar za medije i komunikacije,  
 Fakultet za medije i komunikacije,  
 Beograd, 2014

Danica Čigoja<sup>1</sup>  
 Fakultet za medije i komunikacije,  
 Univerzitet Singidunum



doi:10.5937/comman1432109C

Svet digitalnih medija iz sekunde u sekundu donosi niz novina koje lako mogu da nas zastraše, ukoliko ne posedujemo dovoljno znanja o novim tehnologijama i medijima čiju pojavnost omogućavaju takve tehnologije. Poznavati medijsko okruženje na mreži znači razumeti tehnološke preduslove za postojanje novih medija, ali i tradicionalne medijske obrasce koji nastavljaju svoje bivstvovanje i u eri digitalizacije informacije. U tom smislu, neophodno je poznavati i specifičnu terminologiju novih medija. Stanko Crnobrnja, reditelj i profesor koji je tokom dosadašnjeg naučno-istraživačkog rada u žižu svog interesovanja postavljao televiziju, priređivanjem knjige *Novi mediji i društvene mreže: pojmovnik* pravi logičan sled u proučavanju masovnih komunikacija – istražuje upravo polje novih medija i jezik novog medijskog okruženja.

U knjizi posvećenoj jezičkom razumevanju novih medija autor je predstavio pregled najvažnijih pojmova koji čine digitalnu stvarnost. Sadržaj pojmovnika obuhvata terminologiju više oblasti koje su u savremenoj medijskoj praksi nerazlučivo povezane, a to su masovni mediji, digitalni marketing, informacione tehnologije. Sa više od pet stotina odrednica na jednom mestu autor objašnjava pojmove iz digitalnog sveta sa namerom da ovaj pojmovnik postane svojevrsni navigator u svetu specifičnog jezika. Cilj ove knjige je da korisnici novih medija

<sup>1</sup> Kontakt sa autorkom: danica.cigoja@fmk.edu.rs.

dobiju priručnik uz pomoć kojeg će upoznati digitalno okruženje. Kako autor ističe u predgovoru, pojmovnik je namenjen svim korisnicima medija, kako profesionalnim kreatorima medijskih sadržaja i teoretičarima medija, tako i učenicima, studentima i njihovim roditeljima.

Posredstvom globalizacije, jezik novih medija zasniva se na engleskom jeziku, mada su mnogi termini iz sajber sveta nepoznati čak i za savremeni engleski jezik, te ih je, na originalnom jeziku ili pri prevođenju, neophodno dodatno pojasniti. U ovoj knjizi, autor nije izvršio prevođenje stranih reči i izraza, kao što bi bio slučaj da je reč o rečniku, već je lako razumljivim stilom objasnio odabrane termine. Crnobrnja je većinom zadržao originalne izraze na engleskom jeziku, braneći tako unifikaciju digitalnog sveta, a objašnjenja su data na srpskom jeziku. Recimo, reč *chat* navedena je u originalnom obliku, a objašnjenja je kao pojam koji se odnosi na „bilo koju onlajn komunikaciju, ali najčešće označava komunikaciju jedan-na-jedan, zasnovanu na tekstualnim porukama”.

U pojmovniku su objašnjeni termini koji su i na srpskom govornom području odavno ušli u svakodnevni govor, poput naziva popularnih društvenih mreža *Twitter*, *Instagram*, *Facebook* i termina koji su karakteristični za ove mreže<sup>2</sup>, termina *blog* koji predstavlja platformu za objavljivanje autorskih sadržaja na webu, kao i pojma *bot* koji je u Srbiji postao popularan u jeku jedne od izbornih kampanja nakon sumnje da komentari na novinskim portalima nisu delo čitalaca, već da je reč o generičkim porukama koje su kreirane od strane političkih partija. Objasnjeni su i već rasprostranjeni pojmovi među domaćim korisnicima interneta: *content* (sadržaj), *copyright* (autorsko pravo), *bitcoin* (digitalna moneta).

Zanimljivo je da su brojni izrazi koji su navedeni u ovom pojmovniku odo-maćeni u srpskom jeziku, ali da značenje tih izraza nije jednoznačno. Recimo, pojam *hacker* za mnoge predstavlja osobu koja *ruši* sajtove i otkriva tajne podatke, ali Crnobrnja uz ovo objašnjenje navodi i druga određenja ovog pojma: „Prvo, odnosi se na osobu koja uživa u detaljnom istraživanju onih sistema koji mogu da budu programirani. (...) Drugo, pojam se odnosi na nekoga ko programira sa velikim entuzijazmom. (...) Treće, ovaj pojam označava osobu koja je uspešna u brzom programiranju. Četvrto, to je osoba koja je ekspert za brzo programiranje.”

Pored termina koji su često u upotrebi u digitalnom okruženju, autor objašnjava i pojmove koji su manje poznati prosečnom korisniku interneta, a to su

---

<sup>2</sup> Na primer: *share* – deliti sadržaj, *like* – oznaka za sadržaj koji se dopada korisniku, *wall* – zid na kojem se objavljuju sadržaji učesnika na mreži, *hashtag* – klasifikovanje tema.

izrazi koji se vezuju za informacione tehnologije i stručne prakse u medijskoj produkciji i digitalnom marketingu: *information architecture*, *hying*, *search engine optimization* i brojni drugi izrazi koji bi bez mogućnosti uvida u ovakav pojmovnik zahtevali temeljnije poznavanje navedenih oblasti radi razumevanja značenja navedenih termina. Upravo uloga pojmovnika koja se ogleda u približavanju značenja manje poznatih termina iz veoma složenih oblasti, ističe značaj postojanja ovakvog priručnika.

Autor je objasnio i niz termina koji se tiču sajtova i pretraživača na internetu, pa tako u pojmovniku čitaoci mogu da saznaju šta se krije iza popularnih naziva *Google*, *Reddit*, *Craigslist* i drugih. Osim toga, priređivač je posebnu pažnju posvetio terminima koji se tiču teorije medija i objasnio termine poput *media literacy* (medijska pismenost, proces razumevanja i upotrebe medija na proaktivni način), *transmission* (proces slanja i propagiranja analognog ili digitalnog informacionog signala putem fizički uspostavljenog transmissionog medija), *convergence* (konvergencija, tehnološki zbir prethodno odvojenih komunikacionih industrija) i druge.

Pored stručnih pojmova, pominjanje termina koji su odavno prihvaćeni i u ovdašnjem digitalnom žargonu upućuje na činjenicu da korisnici novih medija poznaju digitalnu terminologiju, te da su gotovo neodvojivi od iste. Međutim, Stanko Crnobrnja je prvi autor na našem području koji je sistematizovao sve relevantne termine u jednoj knjizi i tako pomogao istovetno razumevanje pojmova koji su u upotrebi. U tom smislu, ovaj pojmovnik predstavlja pionirski poduhvat u analizi jezika novih medija. Postoji prostor da kritika pronade manu ovoj knjizi u vidu nedostatka prevođenja originalnih izraza na srpski jezik, ali i u tom slučaju moguće je naći argumente autorovom zalaganju za zadržavanje prava da se ne bavi pukim prevođenjem. Već pomenuta globalizacija medijskog tržišta zahteva da korisnici interneta koriste engleski jezik i da prilagode sopstveni komunikacioni aparat okruženju u kome se odvija značajan deo svakodnevne komunikacije, a to je upravo internet.

