

*М-р Емилија Вељанова, генерален менаџер*  
Центар за едукација и преводи „ЕММА Едукација“  
[emilijaveljanova@gmail.com](mailto:emilijaveljanova@gmail.com)

## АНГЛИЗМИТЕ ВО СЕКОЈДНЕВНАТА КОМУНИКАЦИЈА КАЈ ТИНЕЈЦЕРИТЕ

### Апстракт

Англизмите секојдневно се користат кај младата популација ширум светот, па и кај нас. Тие непречено навлегуваат во македонскиот јазик, но не ја менуваат, обликуваат и збогатуваат само состојбата на нашиот јазик туку воопшто и целокупната комуникација како појава. Англизмите навлегуваат во сите пори на секојдневното комуницирање како последица на глобализацијата, технолошкиот напредок, интернетот, а во последниве години на пандемија, се споменува и дополнителното влијание на социјалните мрежи, кое едноставно се случува како резултат на немањето на друга опција за одржување на контактите меѓу младите во периодите на затвореност во домовите. Англизмите ги има во секоја сфера од живеењето, постојат термини што се дел од онлајн-учењето, облеката, исхраната, образованието и науката, културата и уметноста. Дополнително, англизмите влијаат и врз емоциите кај тинејџерите, односно врз свесноста или незнаењето за нивното значење и врз тоа што тие емоции предизвикуваат кај тинејџерите, колку и до кој степен настанува една несвесна асимилација со друга култура и со друга нација.

**Клучни зборови и изрази:** глобализација, англизми, тинејџери, интерперсонална комуникација



## ВОБЕД

Светот е масовна сцена што низ процесот на општествено забрзување секојдневно ги слика животните приказни на своите жители. Стремејќи се кон општествена благосостојба, светот ја создава глобализацијата преку подемот на глобалните пазари и големите трговски корпорации, моќните мас-медиуми и незапирливите комуникации и уште многу други аспекти со предзнакот глобален, секој со свои предности и недостатоци.

Денешницата го рedefинира начинот на којшто функционира човештвото. Технологијата зема поголем замав и многу брзо се надградува, а човекот некогаш и не успева да ги следи сите новитети, па се појавуваат низа прашања и проблеми за тоа колку е нешто добро или не е добро, кои се предностите и недостатоците, истовремено менувајќи ја комуникацијата меѓу луѓето, а со тоа и карактерот на луѓето и начините на коишто размислуваат и дејствуваат во општеството. Овој процес е сличен на глобализацијата, бидејќи „никој не може да биде за или против глобализација, но може да биде за или против нејзините различни аспекти, бидејќи во неа има многу предности, но и недостатоци“ (Giddens 2008). Тие аспекти се истите оние што го менуваат секојдневното функционирање на човекот, а за да се дознаат, треба подлабоко да се испита што сè влијае при интерперсоналната комуникација кај говорителите.

Едни од тие влијанија се и оние што настануваат во тинејџерската возраст, кога децата го доживуваат преминот кон возрасни и се оформуваат како личности, а во тој развој интерперсоналната комуникација игра важна улога. Јазикот во голема мера го формира и нивниот карактер, а употребата на технологијата при комуникацијата го видоизменува начинот на изразување и бидејќи социјалните мрежи претежно се на англиски јазик, децата ги преземаат термините, фразите и кратенките, како и кованиците, директно употребувајќи ги во секојдневниот говор, помешано со нивниот мајчин јазик. Следствено, и тинејџерите кај нас не се исклучок од овој светски феномен, како и во поглед на тоа какви промени настануваат во интерперсоналната комуникација кога овие млади луѓе користат англизми во секојдневниот говор и во писмената комуникација (текстинг).

## ТЕОРИСКА РАМКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

## Дефинирање поими

Глобализацијата е еден од најчесто употребуваните концепти, во чие дефинирање се кријат многу процеси што во целост го сменија функционирањето на човекот на крајот на минатиот и почетокот на овој век. Денес, глобализацијата ги менува постојните облици на културите, државите, јазиците, идентитетите и слично за да се „поврзе со забрзувањето на глобалните интеракции и процеси, каде што еволуцијата на светските системи на комуникација и транспорт ја зголемуваат брзината на ширење на идеите, стоките, информациите, капиталот и на луѓето“ (Хелд 2010: 351). Тоа е идеја што создава можност „секоја личност да биде во однос со целиот свет“ (Ог цитиран во Шолте 2008: 95), во т.н. мрежно општество „во коешто новиот простор на текови се обидува да го надмине стариот простор на места, водејќи го глобалното просторно поврзување на мега-градовите“ (Castells 2010: xiiiv).

Јазикот е жива материја, изложена на најразлични влијанија, кои во определен период од нејзиното развивање и афирмирање доведуваат до важни општествени промени. Секоја доба низ историјата имала јазик на којшто луѓето тргувале, разменувае идеи, решавае прашања и проблеми, твореле, создавале, таканаречениот лингва франка. Денес, англискиот јазик се наметнува како највлијателен систем на знаци, како јазик што ќе доминира на светската сцена и којшто неминовно ќе се употребува во сите сфери од секојдневното живеење во целиот свет. Британската Империја можеби ги намали нејзините територијални граници, но во светски рамки го постави англискиот јазик како глобална лингва франка. „Британскиот политички империјализам го испратил англискиот јазик околу светот во XIX век, па станал јазик врз којшто сонцето никогаш нема да зајде“ (Quirk цитиран во Crystal 2003: 10).

„Англизмите се зборови што се навлезени од англискиот јазик. Влијанието на англискиот врз македонскиот јазик е подеднакво резултат и на потреба, и на помодност“ (Ефтимоска 2010: 299). Може да се каже дека проширувањето на лексиката е збогатување на еден јазик, но треба да се има предвид кои зборови го чинат тоа збогатување. Англизмите можат да се користат за да ги прошират синонимите, да имаме две решенија за една појава, тие англизми треба да придонесат за општествен развој и за културно богатство, но исто така треба и сите соговорници меѓу коишто се користат да ја разбираат пораката што ја испраќаат кон околината во однос на нивниот речник при интерперсоналната комуникација, бидејќи ако се изгуби примарната цел на комуникацијата, тогаш нивната употреба е само некаква мода.

Интерперсоналната комуникација се однесува на целокупниот процес на размена на идеи, информации и емоционални искуства што се споделуваат меѓу соговорниците. „Ја дефинираме како процес на пренос на пораката меѓу луѓето за да создаде и да одржи споделено значење“ (West and Turner 2012: 7). При интерперсонална

комуникација, постојат три клучни фактори што мораат да се имаат предвид, а тоа е дека претставува процес, дека имаме размена на порака, но најважното од сè е детектирањето на таа порака, односно значењето. Во срцевината на дефинирањето на поимот *интерперсонална комуникација* лежи значењето на пораката, како таа ќе се открие, што ќе влијае врз тоа откривање и дали пораката ќе биде еднакво сфатена од испраќачот и од примачот.

## МЕТОДОЛОГИЈА

Професијата многу често го насочува човекот да истражува и да се занимава со прашања и проблеми што произлегуваат од секојдневното работење. Предметот на ова истражување е токму една таква идеја, родена при постојано следење на развојот на комуникацијата кај учениците по англиски јазик. Зборовите од англискиот јазик што тинејџерите постојано ги слушаат и ги користат на социјалните мрежи и во секојдневното комуницирање со сите личности во нивните животи, свесно или не, во целост имаат влијание врз нивната интерперсонална комуникација. Она што се истражуваше е какво значење имаат тие зборови за тинејџерите, но за да се добие една целосна слика, прво ја откривме нивната читателска навика, начинот на којшто се информираат за секојдневните случувања во земјава и во светот, на кој јазик ги восприемаат тие податоци. Се поставија прашања за тоа со кого најчесто користат англизми при комуникацијата, дали во директен контакт или преку социјалните мрежи. Основната цел е да се образложи и да се истражи релацијата меѓу тинејџерите, англизмите и нивното влијание во секојдневното комуницирање не само од јазичен туку и од емоционален аспект, преку употреба на соодветни техники за докажување на научно-методолошките и практичните цели.

Главното истражувачко прашање е „На каков начин употребата на англиските зборови во македонскиот јазик влијае врз интерперсоналната комуникација меѓу тинејџерите?“ Од него произлегуваат следните дополнителни прашања:

1. Дали за тинејџерите е полесно и побрзо да се употреби англиски збор наместо македонски?
2. Дали англизмите се употребуваат само меѓу врсниците за да се издвојат од другите и да се разбираат меѓусебно или ги повлекуваат сите личности од секојдневието?

Според методолошкиот пристап, станува збор за емпириско истражување, кое е разгледано и од квантитативен, но пред сè од квалитативен аспект. За прибирање на податоците беше изготвен **анкетен прашалник**. Следната методолошка техника е **етнографскиот метод**, со којшто се стекнуваат квалитативни податоци при длабинско и темелно набљудување на однесувањето или интеракцијата на една група или категорија на луѓе.

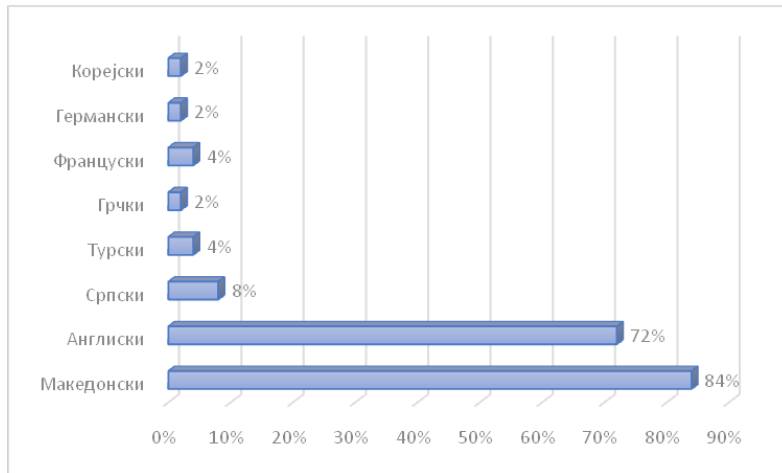
## Примерок

Анкетното истражување се спроведуваше во просториите на Центарот за едукација и преводи „ЕММА Едукација“ во Скопје, во просториите во Битола, како и во основните училишта при општина Могила. При спроведување на прашалникот, за сите малолетни деца беше потпишана изјава за согласност од родителите. Испитаниците, вкупно 50, се на возраст од 13 до 19 години и го изучуваат англискиот јазик во основните и средните училишта, а дополнително посетуваат и курсеви по англиски јазик. Во однос на етнографскиот дневник, односно квалитативното истражување, впишани се англизми што се дел од реченици искажани пред, по и во текот на часовите секој работен ден, ставени во записник според работниот дневник само за оние слушатели на курсевите по англиски јазик во „ЕММА Едукација“.

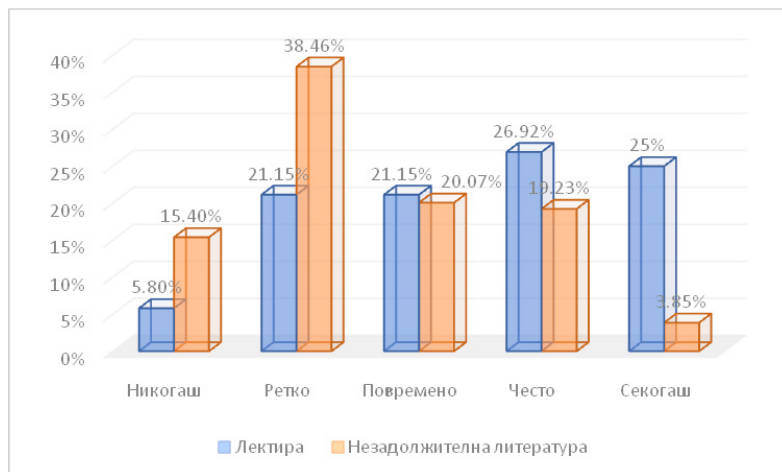
## РЕЗУЛТАТИ

Според податоците за информираност, навика за читање, како и доминантност на употреба на јазик што тинејдерите го користат во однос на информирањето, но и при интерперсонална комуникација, тие одговориле дека го користат интернетот, односно социјалните мрежи како „Инстаграм“, „Твитер“, „Тикток“ или поретко „Фејсбук“, бидејќи и самите истакнуваат дека „младите се на 'Инстаграм', а старите на 'Фејсбук'“. Телевизија следат поретко, само минимален дел виделе или слушнале нешто на телевизија, додека, пак, списанијата и радиото како медиуми воопшто не се присутни во нивните животи. Списанија не ни купуваат, ниту, пак, би разгледале некое списание доколку се во чекалница или во некаков вид превоз, бидејќи мобилните телефони им се постојано при рака, дури некои и не излегуваат од дома без полначи за мобилен или, како што ги нарекуваат тинејдерите – *чарџери*, за да не се случи да останат без батерија. Што се однесува на радиото како медиум, не го распознаваат. Нема ни кога да слушаат радио, наутро прво проверуваат социјални мрежи и електронска пошта на мобилен, потоа се движат или учат, доколку се на некој настан или на некое случување, слушаат музика, но не радиопрограми или информативни емисии. Не обрнуваат внимание на радиото ни кога се во автомобил со нивните родители, бидејќи голем дел од нив повторно ќе бидат на телефон, со слушалки, слушајќи ги нивните омилените песни или ќе читаат некоја книга.

На сликата во продолжение преку графички приказ се наведени сите јазици што тинејдерите ги користат за да се информираат, за да учат и да читаат литература, односно сите јазици што им се дел од формалниот и од неформалниот процес на образование и приватен живот.

**Слика 1:** Јазик на којшто вообичаено се читаат/слушаат информациите

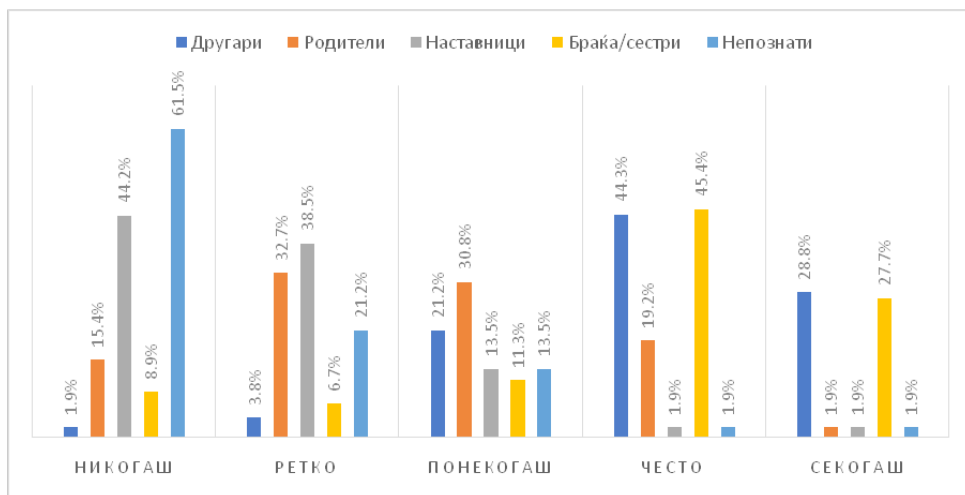
По ова прашање, македонскиот јазик доминира, поголем дел од тинејџерите информациите прво ги добиваат на мајчин јазик, а потоа следува англискиот. Треба да се истакне дека особено е висок процентот на употреба на англискиот јазик во секојдневното восприемање на информации. Во средношколските денови, тинејџерите посетуваат курсеви по странски јазици, па се обидуваат да најдат дополнителни извори за контакт со јазикот на земјата каде што планираат да живеат во иднина, додека, пак, тие за англискиот јазик изјавија дека на социјалните мрежи секојдневно читаат сè на англиски. Во продолжение се гледа дека употребата на англискиот јазик котира високо и при нивната читателска навика.

**Слика 2:** Читање на лектури и незадолжителна литература

Во однос на нивната читателска навика, може да се каже дека половина од испитаниците читаат лектури, а другата половина речиси и да не читаат, што значи дека лектирите не се составен дел од животот на секој ученик, иако 76% од испитаниците се одлични ученици, а тоа упатува на фактот колку тинејџерите се изложени на македонски јазик во стандардна форма – особено малку. За жал, незадолжителната литература е ретко застапена кај тинејџерите. Најчесто немаат време да читаат белетристика или доколку читаат нешто, изборот би бил книгата да биде на англиски јазик, така што повторно имаме отсуство на македонскиот јазик преку литературата кај децата. Покрај читањето и информираноста на испитаниците, следува употребата на англизмите во секојдневната комуникација. Англизмите се употребуваат дома, во парк, во училиште, каде што тинејџерите остваруваат директна и непосредна комуникација, но важно е и колку ги употребуваат на социјалните мрежи, како и со кого најчесто употребуваат англизми, дали се тоа нивните другари, родители, наставници, браќа/сестри или, пак, непознати лица.

Тинејџерите најмногу ги користат англизмите со своите врстници, било да се тоа другарите, пријателите или браќата и сестрите. Според одговорите на испитаниците прикажани на сликата подолу, родителите се на некоја граница во однос на тоа колку тинејџерите со нив користат англизми при директен контакт, „бидејќи тие изрази ги користат како жаргон меѓу нив и сметаат дека родителите нема да ги сфатат“ (фразата е преземена од наодите од етнографскиот пристап).

*Слика 3: Користење англизми во секојдневната офлајн-комуникација*

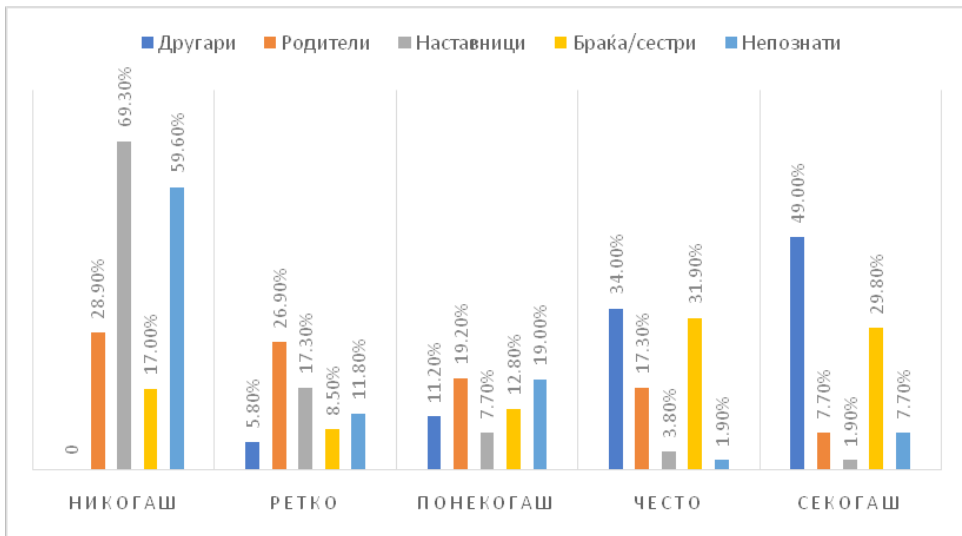


Со оглед на пандемијата и периодите на целосно затворање во домашни услови, тинејџерите истакнаа дека ја интензивирале навиката за постојано следење на социјалните мрежи – поминуваат меѓу три и пет часа дневно на „Инстаграм“ или „Тикток“. За целото тоа време, тие се изложени на допишување, коментирање на



фотографии и видеа, разменување пораки, така што кратенките на англиски зборови се присутни постојано. Таа комуникација на социјалните мрежи бара брзина, а за да ја постигнат, употребуваат англиски зборови и кратенки, како и емотикони или слики. Предолгото време поминато на социјалните мрежи создава навика за употреба на сите претходно наведени јазични или сликовни алатки, што при директната комуникација тешко се искоренува, така што кога ќе најдат на англиски збор, веднаш го адаптираат, најчесто додаваат македонски наставки за да го оформат зборот и да ја постигнат целта. Пораката е пренесена, разбрани се и разбираат што им е укажано, исто така и емотивниот аспект од еден емотикон или од една слика е доловен, бидејќи англизмите опфаќаат сè.

Слика 4: Користење англизми во секојдневната онлајн-комуникација



Прикажаните резултати се јасна слика на употребата на англизми, повторно најмногу се изразени бројките при комуникација со другарите, со браќата или сестрите, па следуваат родителите и најретко со наставниците и со непознати. Онлајн-комуникацијата со професорите е претежно изразена во групи на „Вибер“ или на некои од платформите за учење, така што секогаш внимаваат на обраќањето, па доколку има некој аспект на англизам, повеќе би се работело за некоја кратенка или потврда, на пример *okay, np – no problem*, но ништо поинаку, со тоа што *okay* би било напишано со македонска поддршка, на кирилица – *океј*. Со непознати на социјалните мрежи, тинејџерите се претпазливи, внимаваат и лесно препознаваат лажни профили, не комуницираат, но знаат да се шегуваат и тоа ја дава таа мала бројка на употреба на англизми и со непознати лица. Ако директно употребат англиски јазик, се чувствуваат сигурно, но и послободно при комуникацијата со нив, бидејќи имаат впечаток како да се допишуваат со некој што е на друг континент. Оваа постапка тие како тинејџери

ја сфаќаат сосема наивно и како шегување и пополнување на слободното време. Англизмите секако се во употреба, не се исклучок и тука, особено бидејќи емотивно тие повеќе ќе изразат задоволство или незадоволство преку нив.

## ДИСКУСИЈА ОКОЛУ РЕЗУЛТАТИТЕ

Водењето на етнографскиот дневник со цел следење на интерперсоналната комуникација меѓу тинејдерите е сведок за употреба на англизмите, па ова се примери на некои од најчесто употребуваните англизми: „swirenav не сакајќи на пораката“, кратенки „gtk = good to know, добро е да се знае или корисно“. Следуваат изрази што се буквално преведени од англискиот јазик во македонскиот: „Тичр се плашам дека нема да стигнам, директен превод I'm afraid I won't make it“, наместо да се каже „се извинувам“, тие ја употребуваат фразата „се плашам“ и притоа даваат еден чуден и, за различни категории на луѓе, несфатлив пренос на пораката во македонскиот јазик, но на тинејдерите кои добро го владеат англискиот јазик, тоа им е познато и веднаш прифатливо за употреба и не ни размислуваат за решението и за соодветниот превод во нашиот јазик.

Нашите тинејдери не се исклучок од светот, напротив, ги следат модата и трендот, а тоа е да се користат англиски зборови за заемно разбирање со нивната генерација во целиот свет. Во едно истражување спроведено во однос на КОВИД и онлајн-социјализацијата кај младите, стои следното: „Податок на кој наидовме неодамна го привлече нашето внимание и предизвика сериозна загриженост, е фактот дека според неодамнешни истражувања до периодот кога сегашната генерација да наполни 80 години ќе има поминато 25% од нивните животи пред монитор за рекреативни цели“ (Поп Зариева и Илиев 2015: 1). Дури и во текот на спроведувањето на истражувањето, во делот на пополнување на анкетниот прашалник, тинејдерите често признаваа дека поминуваат многу време на социјалните мрежи, односно меѓу три и пет часа на ден. Последователно, разбирливо е зошто по *македонскиот јазик*, јазик на којшто најчесто се информираат тинејдерите бидејќи е мајчин, следува *англискиот јазик*. Кога сме кај информирањето, учењето и спознавањето на светот преку медиумите, важно е да нагласиме дека како јазик за информирање покрај англискиот, тие го одбираат оној јазик што им е поблизок во однос на факултетот што го одбираат и местото на живеење.

Англискиот јазик и англизмите се секојдневие за децата и тие изрази за нив спаѓаат во обичниот и неутрален секојдневен говор. Нема голема разлика во тоа со кого најмногу употребуваат англизми, во зависност од начинот или каналот на којшто се спроведува комуникацијата. Дали каналот ќе биде како во линеарниот модел на комуникација или интерактивниот, дали ќе биде во парк, во училиште, на интернет, доминираат англизмите тогаш кога тинејдерите си зборуваат со нивните врстници или браќа/сестри. Кога комуницираат онлајн со родителите и ги чекаат за информација, самото чекање додека нивните родители ја пишуваат пораката ги прави нетрпеливи, а тоа чувство е изразено преку следниов пример од етнографскиот дневник: „Леле

значи мајка ми/татко ми, тајпа сто саати...“ (type = типкање на тастатура, пишување пораки, се користи англизам бидејќи и кога чекаме порака, доколку телефонот ни е наместен на англиски јазик, а речиси кај сите тинејџери е на англиски, долу пишува „typing“ и тие механички го употребуваат тој новосоздаден англизам, а не дека не го знаат македонскиот еквивалент). Со текот на времето, тоа им станува практика, па доколку се изразат со „типка или пишува“, ќе им биде чудно и далечно, односно полека и несвесно настанува отуѓувањето.

Друг дел од англизмите што се употребуваат се првенствено поврзани со онлајн-школството, така што логично е тоа да го дискутираат со соучениците. Од етнографскиот дневник издвојуваме фрази и зборови како: „Скајпот не ме пушта да влезам на call“; „Решена е и таа вежба, само не се познава заради flash-ot“; „Кликам join и не ме joinuva“; „За овој ass не си го знам pass, ставете ме на вибер“; „Ќе ви пишам на word за полесно“. Сите овие англизми се резултат на онлајн-учењето, *call* е повик, *join* е да се приклучи, *ass* е кратенка за *account*, односно профил на определена социјална мрежа, *pass* е кратенка за *password*, лозинка за влез. Ова се англизмите што ја даваат бројката на употреба со наставниците, бидејќи кога на онлајн-час ќе се случи нешто, дел од нив се смирени и ќе се потрудат да објаснат на македонски, а другите можат да испаничат, бидејќи не се на часот или можеби некој ги исфрлил од повикот, па веднаш реагираат, не размислувајќи на зборовите што ќе ги употребат.

Потоа, кога разговараат за облека, особено девојчињата, постојано се користат англизми, на пример: „аутфит, фитчек, кроп-топ“, а тоа сигурно нема да го кажат на нивните родители или наставници. Момчињата зборуваат за видеоигри и, нормално, само меѓу нив ќе се разберат дека ја поминале војната во играта и „килнале“<sup>1</sup> многу зомбија, па победиле. Кога станува збор за видеоигри, особено на глобално ниво е изразена употребата на англизми, бидејќи вмрежено играат деца од цел свет и користат еден ист жаргон, така што се разбираат од каде и да се, но тоа повторно се врсници.

Иако и претходно беше споменато, целото онлајн-функционирање, особено поради пандемијата, придонесе за поголема употреба на англизмите во директната комуникација кога тинејџерите се во парк, во училиште, кога се излезени некаде итн. Кај нив често се случува кога треба да се обратат, да размислат малку пред да употребат англизам, да помислат дали знаат превод на македонски, бидејќи значењето сигурно го знаат, но дали го знаат нашиот еквивалент и, доколку не, колку ќе бидат подготвени да го објаснат зборот. Со родителите се чувствуваат пофлексибилно, но знаат дека не би ги разбрале за што комуницираат меѓу нив, така што при офлајн-конверзација ретко користат англизми, а доколку им кажат нешто, тоа се кратки изрази како „yes, no, okay, see you, random“, а кога ќе се допишуваат со родителите, речиси никогаш и да не користат англизми. Бројките во однос на употребата на англизми со наставниците е дури и поизразена во делот *никогаш*, бидејќи знаат дека мораат да се изразуваат формално. Оттука, македонскиот јазик

<sup>1</sup> „outfit“ = целокупен изглед на облека; „fit check“ = изглед за фотографирање; „crop top“ = женска кратка маичка; „kill“ = убива.

останува за формалната употреба, бидејќи со наставниците англизмите ретко или речиси и да не се користат воопшто, со тоа што малку е поблага бројката кон понекогаш или ретко при комуникација во живо, наспрема онаа во пишувана форма. Таму внимаваат никогаш да не употребат англизми, а од тоа можеме да заклучиме дека културата и формалното обраќање се на ниво и децата се совесни дека треба да внимаваат како се обраќаат формално и да учат дека како што растат, ќе имаат повеќе улоги во општеството и јазикот ќе биде одлика на тоа какви личности се.

Сепак, станува дискутабилно и тоа дека тие поприродно и поблиску ги чувствуваат англискиот јазик и англизмите во однос на македонскиот јазик. Тоа може да се види и по нивниот одговор во однос на комуникацијата со непознати. Процентот и тука за употреба на англизми е мал и незначителен; во формален однос, дали во живо или онлајн, младите употребуваат македонски јазик. Настрана од употребата на англизмите, она што е позитивно да се истакне е дека поради сите кампањи на познати личности и видеа што ги гледаат на социјалните мрежи за онлајн-заведување, постоењето на лажни профили и злоупотребата на фотографии, оваа целна група што е дел од истражувањето никогаш не наишла на такви проблеми и свесноста за несподеливањето на приватни информации за себеси е подигната на високо ниво.

## ЗАКЛУЧОК

Некој рекол: „Да си роден Англичанец/говорител на англиски јазик е да добиеш врвна награда на животна лотарија“, но познато е и дека колку повеќе јазици познаваш, толку си побогат. Јазиците нè облагородуваат, навидум се само алатка, но се цела филозофија и дел од нашето постоење. На почетокот, секој од нас го учи и го негува мајчиниот јазик, а во текот на животот настанува избор или наметната обврска да научиме некој друг јазик. Според општествените околности, некои учат втор јазик веднаш, а други подоцна во животот, некои никогаш нема да научат друг јазик целосно, туку само за да се разбираат и да се снајдат во светот. Експанзијата на англискиот јазик за тинејдерите е среќа и блискост, исто така и опција за да се комуницира побрзо и полесно, макар и да се навреди или да се повреди другиот, односно другите примачи на пораката. Сепак, таа комуникација се случува меѓу определената целна група – тинејдери со нивните врсници. Нивото на обраќање кон повозрасен, кон претпоставени, е задржано на македонскиот стандарден јазик. Степенот на познавање на вистинското значење на зборовите варира и ќе варира, тоа е она на што треба да се работи со децата во и надвор од образованието за да создадеме квалитет и добри граѓани.

## Библиографија

### Единици на кирилица

- Атанасов И (1998) „Каде оди нашиот јазик?“. Во: *Јазикот во практиката*.
- Белон К и Мино К (2004) „Говорни акти“. Во: *Комуникација*, стр. 87-121. Скопје: Логос-А.
- Вељановска К (2000) „За англиските зборови во јазикот на јавното општење“. Македонскиот јазик во јавното општење. Скопје: Институт за македонски јазик „Крсте Мисирков“.
- Груевски Т (2004) *Комуникации и култура*. Скопје: Студентски збор.
- Ѓуркова А (2012) „Современи промени во македонскиот стандарден јазик“. Скопје: Институт за македонски јазик „Крсте Мисирков“. <https://journals.ukim.mk/index.php/philologicalstudies/article/view/544/466>
- Ефтмоска Т Б (2010) *Современ Македонски Јазик во областа на новинарството и на односите со јавноста*. Скопје: Висока школа за новинарство и односи со јавност.
- Поп Зариева Н и Илиев К (2015) Влијанието на интернетот врз јазичната култура, когнитивниот и академскиот развој на младите. Штип: Филолошки факултет, Универзитет „Гоце Делчев“.
- Хелд Д (2010) „*Космополитизам: идеи, реалност и недостатоци*“. Во: Хелд Д и Мекгру Е (ур.), *Управување со глобализација: Моќ, власт и глобално управување*. Скопје: Академски печат.
- Шолте Ј А (2008) *Глобализација: критички вовед (2 изд.)*. Скопје: Академски печат.

### Единици на латиница

- Castells M (2004) *The Power of Identity (2<sup>nd</sup> ed.)*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Castells M (2010) *The Rise of the Network Society (2<sup>nd</sup> ed.)*. Oxford: Wiley-Blackwell Publishing.
- Crystal D (2003) *English as a Global Language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fiske J (1990) *Introduction to communication studies (2<sup>nd</sup> ed.)*. London: Routledge.
- Giddens A (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

Lewis P M, Simons G F and Fenning C D (eds.) (2013) *Ethnologue: Languages of the world (17<sup>th</sup> ed)*. Dallas: SIL International. <http://www.ethnologue.com>

Li C and Lalani F (2020) “The COVID-19 pandemic has changed education forever. This is how”. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2020/04/coronavirus-education-global-covid19-online-digital-learning> (accessed 6 June 2021)

McCrum R (2010) *Globish – How the English Language Became the World’s Language*. New York City: W. W. Norton & Company.

Mooney A and Evans B (2007) *Globalization: The Key Concepts*. New York: Routledge.

West R and Turner L H (2012) *IPC*. Boston: Wadsworth, Cengage Learning.