

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA INFORMACIJSKE ZNANOSTI
Ak. god. 2014./2015.

Vanessa Kanaet

Utjecaj društvenih mreža na svakodnevni rječnik mladih ljudi
završni rad

mentor: doc.dr.sc. Kristina Kocijan

Zagreb, 2015.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Preduvjeti za razvoj mrežnog žargona	2
3. Računalno posredovana komunikacija.....	5
3.1 Elektronička pošta.....	5
3.2 Alati za brzu razmjenu poruka (Instant Messaging ili IM).....	6
3.3 Forumi.....	6
3.4 Sobe za čavrljanje	7
3.5 Stranice za razmjenu sadržaja.....	7
4. Jezik i kultura mrežne komunikacije.....	8
4.1 Mrežni jezik (Netspeak).....	9
4.2 Mrežna kultura (Netiquette).....	11
5. Utjecaj društvenih mreža na promjenu svakodnevnog rječnika mladih ljudi	12
5.1 Skraćenice	13
5.2 Emoticoni.....	15
6. Istraživanje	17
6.1 Rezultati istraživanja.....	18
6.2 Zaključak istraživanja	25
7. Zaključak.....	26
8. Literatura	28
9. Prilozi	30

1. Uvod

Tema ovog rada je utjecaj društvenih mreža na svakodnevni rječnik mladih ljudi. Razvojem novih tehnologija došlo je do promjena u načinu na koji ljudi međusobno komuniciraju. Korištenje interneta, posebice društvenih mreža, u svrhu komunikacije uvelo je vidljive promjene kod većine Internet- korisnika. Pod najvećim utjecajem svakako su mlade osobe, u rasponu od 12 do 25 godina. Nove generacije sve su više ovisne o mrežnoj komunikaciji koja utječe i na njihovu svakodnevnu komunikaciju i mijenja njihov vokabular.

U radu ću prije svega objasniti preduvjete za razvoj mrežnog žargona koji su bili ključni u nastanku tzv. mrežnog jezika i žargona. Potom ću navesti i objasniti pojedinačne kanale mrežne komunikacije, pod koje spadaju i društvene mreže. Prenijet ću definicije pojmova „računalno posredovane komunikacije“ *netspeak* i *netiquette* kao osnovne pojmove u promatranju mrežnog žargona. Prikazat ću utjecaj popularnih društvenih mreža na svakodnevnu komunikaciju te ću navesti i objasniti razne oblike mrežnog žargona kao i njihovu svrhu i korištenje.

Drugi se dio rada odnosi na istraživanje koje sam provela metodom upitnika, većim dijelom putem interneta, ali i putem osobnog uručivanja upitnika ispitanicima. U središte ovog istraživačkog interesa postavljena je hipoteza da su društvene mreže promijenile način komuniciranja među mladima što, na kraju, rezultira povećanom uporabom stranih riječi i skraćenica koje se ne nalaze u standardnom hrvatskom jeziku. Također time se potvrđuje hipoteza da je komunikacija među mladima danas osiromašena, svedena na skraćene riječi ili čak sličice koje nazivamo smajlicima (eng. *emoticons*). Ispitanici koji su sudjelovali u istraživanju su učenici osnovnih škola, učenici srednjih škola te studenti s područja Republike Hrvatske. Cilj istraživanja provedenog među mladim ljudima je prikazati njihovo poznavanje mrežnog vokabulara te predočiti mišljenja ispitanika o učestalosti njihovog korištenja popularnih izraza, skraćenica, posuđenica, *emoticon*a i sl. Analizom dobivenih rezultata provedene su usporedbe među skupinama. Rezultati pokazuju koja skupina je najviše pod utjecajem društvenih mreža, te najviše koristi takav rječnik. Može se uočiti i razlika između mrežne komunikacije i komunikacije licem-u-lice, što to mladi pretežno koriste u jednoj, a što u drugoj vrsti komunikacije. Na kraju istraživanja donesen je zaključak o utjecaju društvenih mreža na promjene svakodnevnog rječnika mladih ljudi u Republici Hrvatskoj na temelju njihovog poznavanja i korištenja popularnog mrežnog žargona.

2. Preuvjeti za razvoj mrežnog žargona

Tisućama godina se društveno međudjelovanje gradilo isključivo na komunikaciji licem u lice. No, tehnologija je to promijenila kad su izumljeni načini odašiljanja informacija i načini komuniciranja među ljudima na daljinu. Danas se uz starije bavimo i koristimo novim oblicima komunikacije koji su zaista iznimni: komuniciramo šaljući poruke mobilnim telefonima, koristeći *e-mail*, blogove, instant-poruke, Google, Facebook, Twitter, YouTube i ostalu dostupnu tehnologiju. Da je razvoj tehnologije nevjerojatan, brz pa čak i nepredvidljiv mogu i sama potvrditi, usporedbom kako danas djeca u osnovnim školama pa čak i u vrtićkoj dobi s lakoćom koriste mobitele, računala, tablete i svu prisutnu tehnologiju, dok za razliku od toga prije 10 - 15 godina, kada sam ja bila te dobi, djeca su se tek upoznavala s nadolazećom tehnologijom. Puno se toga promijenilo na području tehnologije samo u zadnjih 10 godina, što u ono vrijeme kada sam ja bila dijete bi teško bilo zamisliti, primjerice mobitele koji imaju tzv. *touch screen* i sl. Rijetko koje dijete je onda imalo svoj mobitel, računala su imale dobrostojeće obitelji, a danas je iznimka ako neka obitelj ne posjeduje osobno računalo pa i više njih ili ako djeca nemaju skupe „pametne“ telefone jer je takav današnji standard.

Još od druge polovice prošlog stoljeća internet je imao za cilj pojednostaviti razmjenu informacija, okupiti i dijeliti što je moguće više podataka, te na posljetku olakšati komunikaciju ljudima sa svih strana svijeta. Razvojem jednostavnijih operacijskih sustava te sve većom distribucijom računala, internet je polako, ali sigurno našao svoje mjesto u državnim i administrativnim ustanovama, poslovnim objektima, bolnicama, obrazovnim ustanovama i privatnim domovima. Web 1.0, kao prethodnik web-a kakvog danas poznajemo i koristimo pružao je mogućnosti korištenja raznih alata i komunikaciju. Međutim, još uvijek nije pružao mogućnosti stvaranja i uređivanja sadržaja od strane korisnika, što je naknadno Web 2.0 ponudio korisnicima. Poput mnogih važnih koncepata, Web 2.0 nema strogo određenu granicu. Može se vizualizirati kao skup načela i pravila koji povezuju sustav web stranice koje pokazuju neke ili sva ta načela ... Web 2.0 usmjeren je uporabi raznih web tehnologija i aplikacija koje služe razmjeni informacija te ujedno obuhvaća društvene mreže, medije i ostale programske alate koji povezuju ljude u usko povezane mreže (O'Reilly, 2005).

Nadalje, ne čudi kako se broj sadržaja na mreži povećao proporcionalno s brojem korisnika koji imaju pristup internetu. Takva nevjerojatna količina korisnika i svi novonastali kanali komunikacije upravo su bili preuvjet za nastanak fenomena pod imenom CMC, odnosno, računalno posredovana komunikacija (eng. *Computer-Mediated Communication*).

Posebno mjestu u razvoju mrežnog žargona pripada društvenim mrežama. Radi se o posebnoj vrsti internetskog servisa koja se najčešće javlja u obliku platforme, prozora ili web-stranice. To je internetski prostor, koji služi za međusobno povezivanje korisnika kako bi mogli međusobno komunicirati. Danas postoje stotine ovakvih servisa, a među najpoznatijima su: Facebook i Twitter. Taj fenomen uistinu predstavlja revolucionarnu prekretnicu u razvoju mreže. Usluge društvenih mreža sastoje se od predstavljanja svakog korisnika, svojih društvenih veza i raznih dodatnih usluga. Društvene mreže su usluge koje omogućuju pojedincima stvaranje javnog profila, stvaranje popisa korisnika s kojima dijele vezu te pregled veza unutar sustava (Boyd i Ellison, 2008).

Kroz samo nekoliko godina, društvene mreže su našle svoj put u gotovo sve sfere ljudskih djelatnosti i života. Sve se više ljudi okreće društvenom umrežavanju kao sredstvu komunikacije. Moć i utjecaj medija, a samim time i društvenih mreža, danas su toliko veliki da su nam se uvukli pod kožu, a razvoj novih tehnologija u potpunosti je promijenio svijet u kojem živimo, naše ponašanje, navike i komunikaciju. Posebna meta, tj. sudionici u takvom svijetu i najveći korisnici takve komunikacije su mladi naraštaji, tj. tinejdžeri i ljudi mlađi od 30 godina. Mladi se posljednjih godina sve više okreću mrežnom komuniciranju. Veliku količinu svog vremena provode upravo dopisujući se sa svojim vršnjacima, izmjenjujući ideje, informacije, fotografije i statuse što je dovelo do pojave tzv. Google generacije (Grbačić, 2013), odnosno generacije koja svakodnevno traži način kako da usvoji današnji mrežni jezik kako bi njihove poruke bile što konciznije.

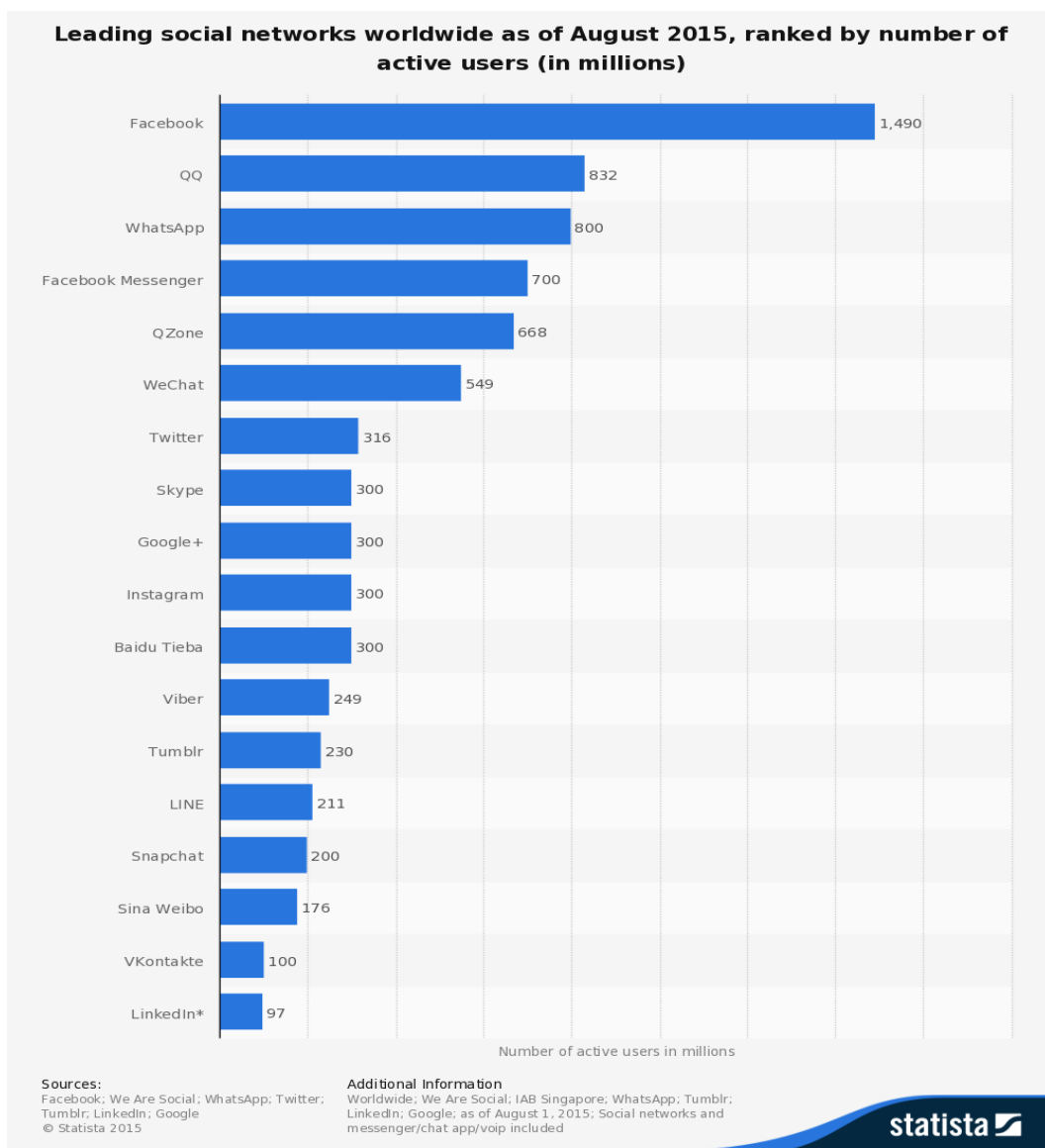
Servisi društvenih mreža stalno se poboljšavaju, dajući nove mogućnosti korisnicima. Pojavljuju se i nove društvene mreže s novim mogućnostima. Ovakve mreže, pored prvobitne uloge komunikacije, imaju i ulogu marketinga, promovirajući druge web-stranice i niz različitih usluga. Korisnici ne mogu komunicirati sa svim članovima koji se nalaze na mreži, već mogu isključivo sa svojim kontaktima. Među najpopularnijim modernim sustavima za komunikaciju na internetu su: Facebook, Twitter, YouTube, MySpace, Skype i mnogi drugi.

Prva društvena mreža koja je doživjela ogroman komercijalan uspjeh bio je MySpace. MySpace je društvena mreža, pokrenuta 2003. godine koju izdvaja to što, uz privatne profile korisnika, omogućava i glazbenicima da otvore svoj profil te preko njega svoju glazbu učine dostupnom velikom krugu korisnika interneta, pa su time i mnoge poznate ličnosti poput glazbenika, modela, glumaca i drugih profesija ubrzo postali korisnici ove mreže. MySpace-u se godinu dana kasnije pridružio još jedan div; Facebook.

Facebook je nastao kao projekt tadašnjeg harvardskog studenta Marka Zuckerberga, koji ga je dizajnirao kao sredstvo za povezivanje sa svojim fakultetskim kolegama. Ubrzo su

Facebook prihvatili i studenti ostalih fakulteta, a nedugo se zatim raširio i po cijelom SAD-u te svijetu. Osim društvenih mreža, veliki su proboj u svijet mrežne komunikacije imali i mikroblozovi, posebice popularni Twitter koji je zamišljen kao servis koji pruža korisniku mogućnost objave poruke od najviše 140 znakova.

Prema podacima statista.com (Slika 1) iz kolovoza 2015. godine najposjećenija društvena stranica je Facebook s čak preko 1.49 milijardu korisnika dok prva sljedeća stranica na njihovoj listi ima skoro pola korisnika manje (Statista, 2015).



Slika 1: Najposjećenije društvene mreže (Statista, 2015)

3. Računalno posredovana komunikacija

Pojavom i razvojem novih kanala za komuniciranje na mreži stvorile su se razne nove mogućnosti za međuljudsku komunikaciju. Odjednom, velik broj ljudi diljem svijeta prihvatila je objeručke nove medije za jednostavnu, svima dostupnu i prije svega brzu komunikaciju. Internet sve više zamjenjuje svima odavno poznate načine komuniciranja; poštu, telefone, televiziju, radio i upravo se zbog toga razvio pojam računalno posredovana komunikacija. Prema profesoru Bakeru (Baker, 2006), računalno posredovana komunikacija je komunikacija među ljudima korištenjem računala kao medija.

Računalno posredovana komunikacija ima više svojih oblika: World Wide Web, *e-mail*, mrežne novosti, oglasne ploče, IM aplikacije, *chat* sobe itd. Takva komunikacija uzrokuje i promjenu u samome jeziku, zbog svoje prisutnosti u komunikaciji putem računala. Korisnici naime nastoje prilikom pisanja poruka uštedjeti na vremenu i prostoru. Računalno posredovana komunikacija utječe na to da jezik polako, ali sigurno izlazi iz okvira standardnoga jezika i prilagođava se potrebama korisnika te novoga medija. Dakle, računalo kao medij te razvoj računalne komunikacije pokreću brzu jezičnu promjenu. Iako je utjecaj novog medija na jezik neprijeporan, ne mora nužno biti negativan.

Međutim, danas se mnogo govori o negativnom utjecaju novih tehnologija na jezik poput nepravilne uporabe jezika i nepoznavanju pravila i iskrivljavanju standarda (Pejar, 2014). Svaka od vrsta računalno posredovane komunikacije posjeduje i određena svojstva i mogućnosti koje je potrebno dodatno pojasniti, a osim društvenih mreža kao najvažnije možemo istaknuti: *e-mail*, alate za brzu razmjenu poruka, forume, *chat* sobe te razne stranice za razmjenu sadržaja.

3.1 *Elektronička pošta*

E-mail se kao najstariji i vjerojatno najrašireniji oblik računalne komunikacije odavno dokazao kao vrijedno komunikacijsko sredstvo, te je i danas jedan od najkorištenijih i najučinkovitijih načina za formalnu i neformalnu komunikaciju. Glavne značajke elektroničke pošte su mogućnost pohranjivanja i pregledavanja pristigle i poslane pošte, slanje datoteka u privitku poruke, slanje na jednu ili više adresa istovremeno itd. Iako primarno nije interaktivna, ukoliko oba korisnika odgovaraju vrlo brzo, takva se korespondencija može smatrati razgovorom. Isto tako korisnicima se nudi mogućnost odluke žele li sadržaj stvoriti i poslati improvizirano ili ga unaprijed pripremiti. Noviji servisi za slanje *e-maila* uključuju i mogućnosti

dodavanja *emoticon*a, potpisa, označivanja pošte prema raznim kriterijima i sl. Trenutno je najpoznatiji i najkorišteniji servis Gmail u vlasništvu korporacije Google.

3.2 *Alati za brzu razmjenu poruka (Instant Messaging ili IM)*

Instant messaging je oblik komunikacije baziran na tekstualnim porukama između dvoje ili više ljudi koji može biti proveden u isto ili različito vrijeme (O'Reilly, 2005). Iako je u početku služio kao način osobne komunikacije među mladima, IM je danas popularan način komunikacije i u poslovnom svijetu. Velika je prednost IM-a da se poruke odašilju i zaprimaju u stvarnom vremenu.

To je jednostavan i besplatan alat za korištenje, a uz razmjenu poruka često su ponuđene i mogućnosti prikazivanja avatara, slanja datoteka, video poziva, igranja igara i sl. Sudionici mogu vidjeti razgovor u stvarnom vremenu, no ako se radi o tekstualnoj komunikaciji, onda ne postoji vizualni kontakt. U posljednje vrijeme povećanim širenjem IM-a poput Skypa, koji pružaju mogućnost tekstualnog i audio-video *chata*, te *chat* soba poput Chatrouletta, koje pružaju istu mogućnost, broj je kanala komunikacije povećan, no i dalje djelomično ograničen. Neki od najpopularnijih IM alata su: Skype, ICQ, GoogleTalk, AIM, Yahoo! Messenger, pa isto tako i mobilne aplikacije kao što su Viber, WhatsApp i Wire.

3.3 *Forumi*

Forumi su internetske aplikacije koje omogućavaju registriranim korisnicima da sudjeluju u diskusijama i razgovorima vezanima uz određenu temu neovisno o tome gdje se nalazili (vBulletin, 2015). Na forumu je moguće saznati mnoge korisne informacije čitajući postojeće poruke, ili poslati svoju poruku i započeti diskusiju o temi koja vas zanima. Forumi se razlikuju po svojoj namjeni, izgledu, opsegu, mogućnostima i sl. Najčešće su korišteni kao velika baza informacija na određenu temu, te kao mjesto gdje korisnici mogu izmjenjivati znanja i iskustva. Tako su neki od foruma koje možemo pronaći na mreži vezani isključivo za jednu temu (studentski forumi, računalni forumi, sportski forumi itd.) i većina je sadržaja prilagođena, a drugi su općeniti i pokrivaju razne teme u mnogim kategorijama i podforumima.

Forum nije samo mjesto suhoparne razmjene podataka, već se oko njega stvara virtualna zajednica korisnika sa sličnim interesima. Iako se razvojem društvenih mreža dio komunikacije

koja se ranije odvijala na forumima prebacio na grupe i stranice na društvenim mrežama, forumi i danas imaju veliko značenje i utjecaj na sveukupnu računalnu komunikaciju.

3.4 *Sobe za čavrljanje*

Sobe za čavrljanje ili još *chat* sobe također su relativno stari način računalne komunikacije, čija je popularnost poprilično opala pojavom raznih alata za brzu razmjenu poruka i aplikacija (Le Blanc, 2010). Prvenstveno su zamišljene kao servisi na kojima korisnici mogu razgovarati sa strancima u istoj sobi. Na takvim *chatovima* korisnici se trebaju prvo registrirati te unijeti nadimak koji može, ali i ne mora otkrivati njihov identitet, a tek onda ulaze u *chat*.

Chat, za razliku od komunikacije *e-mailom* ili na forumima, omogućava kontakt s ostalim korisnicima *chat-a* u realnom vremenu. U nekim *chat* aplikacijama postoje sobe koje nose određenu temu pa korisnik može izabrati temu o kojoj bi želio razgovarati s drugim sudionicima. *Chat* sobe starijeg tipa većinom su nudile opciju razgovora u javnoj sobi sa svim ostalim korisnicima, dok novije *chat* platforme nude privatne razgovore korisnika jedan-na-jedan. Sobe za čavrljanje danas su se razvile u servise poput Chatroulettea te Omeglea, gdje korisnik može bez ikakve registracije, imena i podataka razgovarati s nasumičnim strancima, tekstualnim, vizualnim ili auditivnim putem. Poznatije *chat* sobe na web stranicama u Hrvatskoj su: *chat.hr*, *Net.hr*, *T-com.hr*, *Index.hr* itd.

3.5 *Stranice za razmjenu sadržaja*

Iako im prvenstvena namjena nije bila komunikacija, stranice za razmjenu sadržaja najčešće nude mogućnost komentiranja sadržaja, kontaktiranja ostalih korisnika putem *inboxa* ili čak nude implementirani *chat* sustav. Neke od takvih najpoznatijih stranica su: YouTube, Tumblr, Flickr, Last.fm itd.

Sve te stranice omogućuju korisnicima da dijele javno ili privatno svoje sadržaje i isto tako pregledavaju tuđe sadržaje, a da time pritom onaj koji pregledava sadržaj ne mora nužno biti registrirani korisnik. Korisnici često zanemaruju osnovnu namjenu takvih servisa pa se nerijetko mogućnost komentiranja na servisima poput YouTube-a pretvori u bezrazložne diskusije te čak i rasističko, nacionalističko, vjersko i sl. vrijeđanje.

4. Jezik i kultura mrežne komunikacije

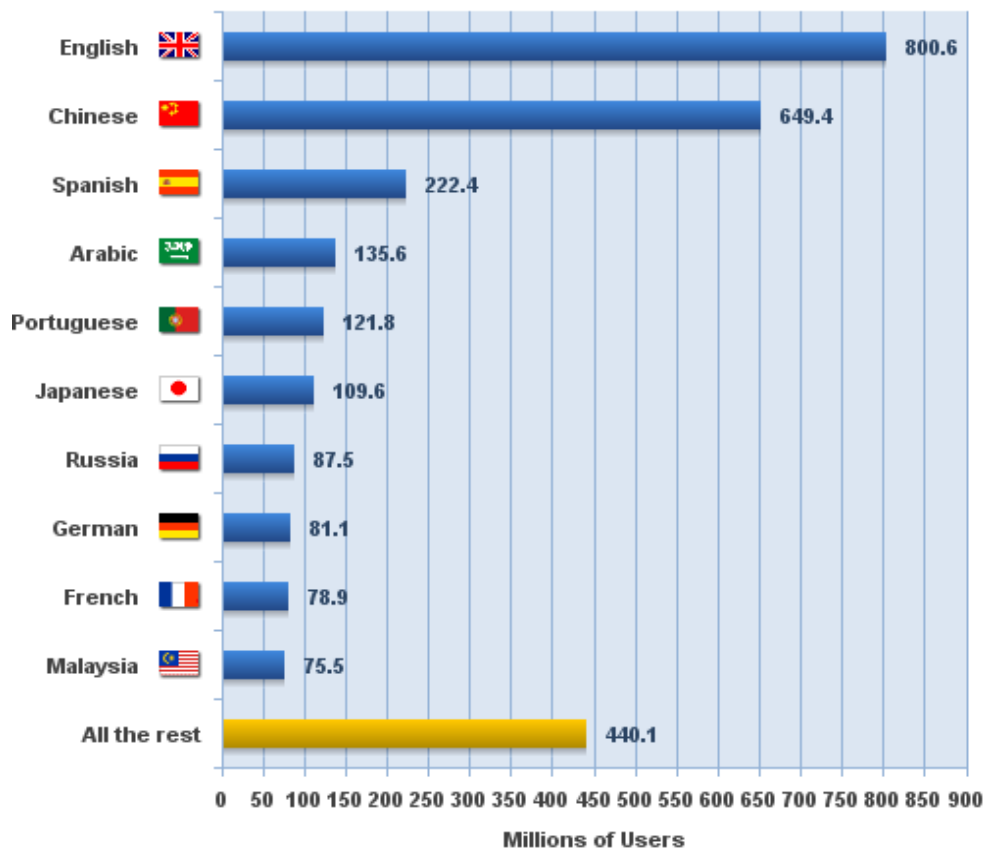
Jezik koji svakodnevno susrećemo u računalno posredovanoj komunikaciji ima potpuno drukčija svojstva od jezika kojim se služimo u govoru ili klasičnom pisanju. Postoje mišljenja da jezik koji se oblikuje na internetu teži simplifikaciji, da se sužava vokabular i ne poštuju gramatička pravila, korisnici izbjegavaju zavisnosložene rečenice, upotrebljavaju se jednostavnije i kraće riječi, puno kratica itd. (Pejar, 2014: 8).

Ovakav odmak od standardnog jezika može se smatrati kao posljedica nastojanja korisnika da uštede na vremenu koje im je potrebno za stvaranje poruke, posebno kad je riječ o sinkronim sustavima razmjene poruka. Istovremeno postoji težnja da jezik kojeg koristimo u računalno posredovanoj komunikaciji verbalno nadomjesti nedostatak vizualnog kanala pa stoga jezik poprima drukčija svojstva. Bez obzira na to što se korisnici u slobodno vrijeme služe neformalnom komunikacijom, postoje situacije koje zahtijevaju formalnost. Primjerice kod pisanja službene e-pošte, npr. u komunikaciji s poslodavcem, upotrebljava se standardni jezik te se poštuju gramatička i pravopisna pravila.

Jedan je od prvih uvjeta za potpunu slobodu i mogućnost korištenja mreže bilo poznavanje engleskog jezika, pogotovo u ranijim godinama popularizacije mreže. U brojevima, engleski prednjači s više od 800 milijuna korisnika ukupnog broja mrežnih stranica diljem svijeta, koji govore i koriste engleski jezik (Slika 2).

Engleski jezik na internetu dominira i kada je riječ o novotvorenim i terminologiji koja se razvila istovremeno s razvojem računalne znanosti i računalno posredovane komunikacije (Pejar, 2014: 9). Prema tome, iznimno povećanje broja internetskih korisnika u posljednjih desetak godina, pojava raznovrsnih kanala za računalnu komunikaciju te dominacija engleskog jezika na mreži pogodovali su razvoju specifičnog oblika komunikacije, svojevrsnoj mutaciji do tada poznatog jezika. Nove su riječi, simboli, izrazi i znakovi polako našli svoj put u svakodnevne kanale mrežne komunikacije, te su s vremenom postali ustaljeni i rado korišteni te široko prepoznatljivi svim korisnicima mreže.

Top Ten Languages in the Internet 2013 - in millions of users



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats7.htm
Estimated Internet users are 2,802,478,934 on December 31, 2013
Copyright © 2014, Miniwatts Marketing Group

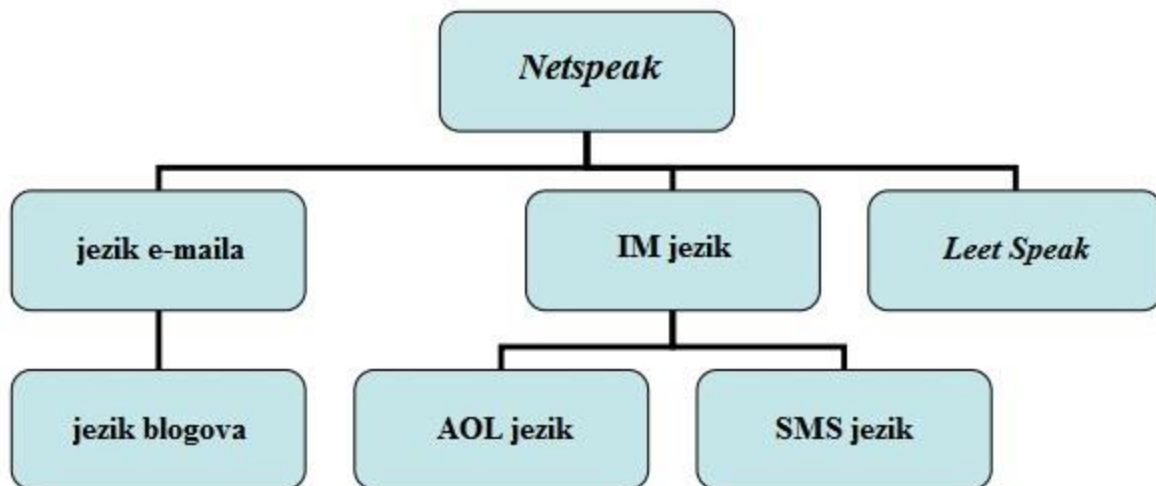
Slika 2: Prikaz broja korisnika interneta prema govornom području (internet world stats, 2015)

4.1 *Mrežni jezik (Netspeak)*

Mrežni jezik (eng. *netspeak*) je jezik koji se ističe kratkoćom, kovanjem novih riječi, čestom uporabom žargona i kratica, ponavljanjem istih glasova za isticanjem emocionalnih stanja, izostavljanjem interpunkcijskih znakova i tome slično (Grbačić, 2013). Većinu jezičnih promjena koje se zbivaju na opisani način potenciraju najmlađi korisnici interneta koji žele komunikaciju učiniti brzom, manje napornom i privatnom.

Iako se najčešće odnosi upravo na žargon, pojam mrežnog jezika ponekad se koristi i za sveukupnu komunikaciju koja se odvija mrežno te je sinoniman pojmu računalne komunikacije. Računalno posredovana komunikacija se može podijeliti u nekoliko žanrova koji polaze od

glavne kategorije, a to je mrežni jezik (Le Blanc, 2010: 7). Prema toj kategorizaciji razlikujemo: jezik *e-maila*, jezik blogova, IM jezik, AOL jezik, SMS jezik te *Leet speak* (Slika 3).



Slika 3: Prikaz strukture netspeak-a (Le Blanc, 2010: 7)

Prema Le Blancu (2010), jezik *e-mail* poruka je, iako u tekstualnom obliku, najbliži razgovornom jeziku. Jezik blogova okarakteriziran je kao opušteni i neformalan, gdje svaki korisnik koristi rječnik kakav mu odgovara. IM jezik opisan je korištenjem mnogobrojnih akronima, skraćenica i *emoticon*a. Razlog je tomu što i sami IM te SMS servisi često nude implementiranu mogućnost umetanja raznih *emoticon*a ili čak akronima u poruku. Kao podvrste IM jezika navedeni su AOL jezik, koji se odnosi na mrežnu komunikaciju, te SMS jezik koji se koristi prilikom slanja SMS poruka. Na poslijetku se navodi još *Leet*, poznat još i kao *leet speak* ili 1337. *Leet speak* jedan je od najstarijih oblika mrežnog žargona. Korištenje brojčanog žargona kao šifriranog sustava komunikacije jezik je elita i računalnih “geekova”.

Netspeak ima vrlo neformalnu tendenciju te ga je, ovisno o obliku, moguće smjestiti negdje između govora i pisane rasprave. Vidljivo je kako se *netspeak* širi, a njegov domet ne prestaje s mladim ljudima i neformalnom komunikacijom, već se polako uvlači i u ostale vrste i načine komunikacije među ljudima svih dobi i zanimanja. Dok ga njegovi pobornici smatraju kao mogućnost za uvođenje inovacija i novih načina izražavanja u jezik, pobornici mrežne kulture ga vide kao prijetnju normi i smatraju da loše utječe na standardni jezik. Engleski je jezik u obliku mrežnog jezika izuzetno podložan izmjeni zbog novog medija. Prema Šabec (2009), govornici drugih jezika prihvaćajući engleski potpuno ili djelomično također pridonose tim izmjenama, oblikujući ga u posve novi entitet dinamične i poprilično nepredvidljive naravi.

4.2 Mrežna kultura (*Netiquette*)

Drugi bitan pojam vezan za izražavanje na mreži je mrežna kultura (eng. *netiquette*). Mrežna kultura je skup pravila lijepog ponašanja i komunikacije na internetu. Internet kao *cyberspace* ima svoju vlastitu kulturu kojoj se moramo prilagoditi te usvojiti pravila i ograničenja. U protivnom možemo uvrijediti druge ili ih krivo razumjeti te se naći i sami uvrijeđeni. S obzirom na to da korisnici mreže dolaze iz raznih sredina te da su različitih dobnih skupina, različitog obrazovanja, mišljenja i stavova, nije iznenađujuće što je teško odrediti normu i standard za mrežnu komunikaciju.

Prema Stephensu (2009) mrežna kultura može biti svedena na tri jednostavna shvaćanja: upamti da je na drugom kraju tvoje komunikacije također ljudsko biće, postupaj prema tom ljudskom biću s poštovanjem te ne šalji nikakvu poruku koju ne bi bio spreman poslati i prilikom komunikacije licem u lice.

Mnogo je raznih smjernica kojih se treba pridržavati, a svaki vlasnik ili administrator određenog komunikacijskog kanala na mreži ima pravo postaviti svoja pravila te upozoriti na opće poznata. Prema pravilima poželjnog ponašanja u internet zajednici (2015), neke od najčešćih smjernica koje se pojavljuju na popisima *netiquette* smjernica ponašanja prilikom mrežne komunikacije jesu sljedeće:

- razmislite prije nego li napišete bilo što;
- morate imati valjan razlog za pisanje poruke, a ona mora biti smisljena;
- pažljivo sročite svoju poruku, nastojite da bude što jasnija i jednoznačna;
- izbjegavajte nedorazume, koliko je to moguće;
- pišite u prijateljskom tonu;
- ne koristite isključivo velika slova.

Dok zagovornici mrežnog jezika opravdavaju, pa čak i potiču korištenje raznih oblika mrežnog žargona, zagovornici mrežne kulture pak naglašavaju kako žargon može biti nejasan svima i tako stvoriti nepotrebne i neželjene probleme u komunikaciji.

5. Utjecaj društvenih mreža na promjenu svakodnevnog rječnika mladih ljudi

Nove tehnologije i društvene mreže znatno su promijenile način komuniciranja. Kao što sam ranije već navela, najprisutniji jezik na mreži je engleski, koji prednjači daleko ispred svih ostalih. I najveći broj mrežnih stranica dolazi upravo iz država engleskog govornog područja. S obzirom na to, može se zaključiti kako engleski jezik ima veliki utjecaj na vokabular mladih ljudi, ne samo s engleskih govornih područja, nego i na mlade ljude diljem svijeta koji sve više koriste engleski jezik u svakodnevnoj komunikaciji.

Iako danas većina društvenih mreža, *e-mail* servisa, IM alata i ostalih kanala mrežne komunikacije nudi mogućnost korištenja usluge na hrvatskom i ostalim svjetskim jezicima, prije nekoliko godina to nije bio slučaj. Engleski jezik, zahvaljujući sveopćoj globalizaciji i informatizaciji, neprestano širi svoj utjecaj na sve jezike s kojima dolazi u dodir. Taj je utjecaj osobito vidljiv u jeziku javne komunikacije, medija te informatičkom jeziku (Sudski tumači i prevoditelji, 2013).

Neovisno o internetu, engleski jezik iznimno je rasprostranjen u svijetu te ga brojni koriste kao drugi jezik, a isto tako je službeni jezik međunarodne i međudržavne komunikacije. Prema navodima sudskih tumača i prevoditelja, danas već možemo govoriti o raširenosti elektroničkog diskursa koji pokazuje tendenciju stvaranja specifičnih miješanih jezičnih varijanata (kao što je spoj engleskog i hrvatskog, takozvani Crenglish), čiji su elementi najbolje vidljivi upravo u sociolektima¹ određenih dobnih i profesionalnih skupina (tinejdžerskom, informatičkom, marketinškom). Pojavile su se ne samo novotvorenice vezane za računalnu znanost, programiranje i slično već se govori i o različitim situacijama vezanim za interakciju, aktivnosti, osoblje i populaciju interneta. U početku tzv. "internetskog slanga" počele su se koristiti kratice i skraćenice vezane uz računalne pojmove, poput: **HTML** (*Hypertext Markup Language*) ili **SMTP** (*Simple Mail Transfer Protocol*) i sl.

Napretkom tehnologije i sve većom prisutnošću društvenih mreža, u komunikaciji su se pojavile razne kratice za riječi ili skupinu riječi koje se vrlo često koriste kako bi se uštedjelo na vremenu potrebnom za pisanje poruka, a to je postao takav trend da su s vremenom takve kratice postale normalne u mrežnom komuniciranju. Kao primjer takvih skraćenica možemo istaknuti: **btw** (eng. *by the way*), **lol** (eng. *laughing out loud*), **b4** (eng. *before*), **cu** (eng. *see you*), **gg** (eng. *good game*) itd.

¹ Sociolekt- lingv. oblik jezika kojim govori neka društvena skupina

Kako je napredovala tehnologija, tako su napredovale i usluge koje ona pruža, i tu se ponovno javilo mnoštvo riječi kojima je prijevod došao prekasno ili ga nikada nisu ni dobile. Riječi poput *space* (razmaknica), *link* (poveznica), *copy/paste* (kopiraj/zalijepi), *update* (ažurirati) su odavno već sastavni dio našeg svakodnevnog jezika i teško ih zamjenjujemo ekvivalentima u hrvatskom jeziku.

Postoje i riječi koje nikada ni nisu prevedene ili su prijevodi posve neupotrebljivi i većini nepoznati. Jedna je takva riječ instalirati, glagol izveden iz engleskog jezika i glagola *to install*, a usko je vezan uz računalni svijet.

Osim navedenih, u hrvatski su jezik posvojene i druge riječi iz engleskog razgovornog jezika, a koje se često koriste u svakodnevnom životu te mrežnom komuniciranju. Bilo da se koriste u pravilnom obliku ili su čak skraćene i pojednostavljene, takve su riječi neizbježni dio vokabulara mladih. Neke su od tih riječi **hej** (eng. *hey* – bok), **sori** ili **sry** (eng. *sorry* - oprost), **tenks** ili **tnx** (eng. *thanks* - hvala) itd. Iako ne u tolikoj mjeri kao kod engleskog jezika, i hrvatske su riječi postupno počele biti skraćivane.

Često se događa da se riječi koje tvore jednu naglasnu cjelinu nađu napisane zajedno, bez razmaka: **nedaj**, **samnom**, **nemrem** itd. Između ostalog, primjetno je i gubljenje samoglasnika iz riječi: **nezz** (ne znam), **pozz** (pozdrav), **fkt** (fakat), **ln** (laku noć) i sl. Prisutni su naravno i okrnjeni oblici riječi korišteni i u razgovornom jeziku: **ajde/ajd/ae** (hajde), **oš** (hoćeš), **di** (gdje) itd. Takav je govor najistaknutiji upravo na mreži, zbog neformalne prirode komunikacije te opuštenog okruženja i zajednice.

5.1 *Skraćenice*

Mrežni žargon zahtijeva jezgrovito i sažeto izražavanje zbog ograničenja na dužinu poruka. Zbog toga korisnici pribjegavaju različitim metodama kraćenja riječi. Korištenje skraćenica, svojevrsnih akronima jedna je od iznimno poznatih i korištenih vrsta mrežnog žargona. Čita li se akronim kao serija slova ili kao jedna zasebna riječ ovisi o fonetičkim okvirima danog jezika. Ako akronim ne sadrži samoglasnike, slova se izgovaraju zasebno. Ukoliko akronim sliči suglasnik-samoglasnik-suglasnik sintaksi, onda se često čita kao jedna riječ, a slova se ne čitaju odvojeno (Le Blanc, 2010: 9).

Osim toga, javlja se i veliki broj novotvorenica: većina njih zapravo pripada metajeziku društvenih mreža pa se tako govori o terminima koji su korisnicima postali poznati upravo preko društvenih mreža. Primjerice, često susrećemo termine kao što su **lajk**, **lajkanje**, **dislajkanje**,

profilna i sl. Skraćenice su najkorištenije u komunikaciji putem alata za brzu razmjenu poruka te u komunikaciji SMS porukama.

Neki od primjera najčešće korištenih akronima jesu sljedeći:

- LOL – *laughing out loud* (glasno smijanje)
- BRB – *be right back* (vraćam se odmah)
- OMG – *oh my god* (o moj bože)
- BTW – *by the way* (usput, u smislu napominjanja nečega dodatnog)
- FTW – *for the win* (za pobjedu, u smislu da je nešto bolje od ostalog)
- ROFL – *rolling on floor laughing* (kotrljam se na podu od smijeha)

Sve se te skraćenice većinom koriste u IM komunikaciji, ali i u drugim vrstama neformalne mrežne komunikacije. Iako su internetske kratice i slang ostali gotovo isti od devedesetih, postoje nove kratice koje koriste tinejdžeri i mlađi od trideset godina diljem svijeta. Ono što je zanimljivo da te novije kratice koje su nastale putem društvenih mreža često dolaze s trendovima koji su danas iznimno popularni, kao što je primjerice pojava tzv. selfie-ja odnosno autoportret fotografija korisnika neke društvene mreže. Možemo reći da današnji internetski slang u stvari postaje dio popularnog načina života na internetu, tj. način ponašanja i kulture mladih ljudi.

Neki od primjera takvih skraćenica su sljedeći (Vušak, 2015):

- YOLO - *you only live once* (samo se jednom živi)
- SWAG - jedan od najčešće korištenih slang riječi među tinejdžerima. Prikazuje stil odjeće ili postojanja. *Swag* je od normalne riječi postao tinejdžerski slang zahvaljujući popularnim hip hop pjesmama
- BAE - jedna od najpopularnijih riječi u internetskom slangu, koristi se od milja za nečijeg dečka ili djevojku
- FML - *f* my life*. Ovaj slang koristi se kad se dogodi nešto loše ili neugodno
- SO - *significant other*. Slang koji se koristi za opis dečka ili djevojke kao bolje polovice.

5.2 *Emoticoni*

Nove internetske generacije ne šire vlastiti vokabular, svoje osjećaje izražavaju, ne riječima, već pomoću sličica – tzv. smajličima (eng. *emoticons*). Računalnoj je komunikaciji manjkala prisutnost osjećaja koji bi davali kontekst tekstu jer tekst sam po sebi nije dovoljno reprezentativan i interpretativan da bi u potpunosti prenio poruku, pogotovo u usporedbi s komunikacijom licem u lice. Internet je vodio za rješenjem koje bi unijelo oblik ljudske prisutnosti pa je tako došlo do nastanka ne-tekstualnih simbola, odnosno *emoticona*.

Emoticoni su (tipografski prikazi izraza lica s ciljem da prenesu društvene osjećaje. Time mogu povećati izmjenu osjećanih informacija dodavanjem društveni znakova izvan verbalnog teksta poruke (Derks, 2007: 10). *Emoticoni* se koriste u svim kanalima mrežne komunikacije, od *e-maila*, IM-a, foruma, društvenih mreža, sve do komentara na stranicama za dijeljenje sadržaja, kao i u SMS porukama.

Ne samo da su uspjeli opstati toliko godina nego su se s vremenom toliko proširili da danas više nisu tek privilegija mlađe generacije koja je u početku bila gotovo njihov isključivi korisnik, već su osvojili čak i starije generacije, isto tako i poslovni svijet kojima su *emoticoni* postali neizbježan dio komunikacije. Ono što *emoticoni* zaista jesu to je univerzalni jezik koji ne poznaje geografske granice ni jezične barijere, jednostavni su, a jedan simbol govori puno toga i to često ono što bi u jednoj poruci bilo vrlo teško objasniti.

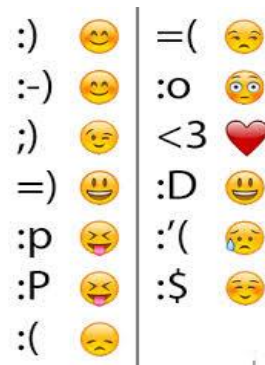
Danas je to praktični način komunikacije jer imamo sve manje vremena, pa težimo k tome da komunikacija bude brža. Zbog naglog rasta broja korisnika interneta te alata komunikacije postalo je nužno u komunikacijske kanale implementirati sustav koji će omogućiti davanje konteksta porukama dodavanjem i izražavanjem osjećaja. Takva se potreba ponajviše javljala u *chat* sobama, IM servisima te na stranicama čiji je sadržaj zahtijevao izmjenu osjećaja, poput stranica za upoznavanje partnera.

U IM jeziku napredni alati mogu pretvoriti skupove poput znakova, crtica i zatvorenih zagrada u smiješak (Le Blanc, 2010: 9). *Emoticoni* danas dolaze u raznim bojama, veličinama, pokretni su, te osim određenih izraza lica mogu predstavljati i razne riječi, popularne osobe i likove, događaje i sl. Osim toga, mnoge današnje društvene mreže nude mogućnost odabiranja *emoticona* iz zbirke koja predstavlja razne osjećaje i situacije, pa tako korisnik više nije dužan sam utipkavati znakove koji tvore određeni *emoticon*, nego ga može jednostavno odabrati iz ponuđene zbirke. Možemo ih podijeliti na dvije kategorije: zapadnjačke, poznatije i češće korištene (Slika 4) i istočnjačke. Istočnjački ili azijski *emoticoni* su za razliku od zapadnjačkih više ekspresivni, izražavaju više emocija i za svaku emociju mogu imati više varijacija te isto

tako mogu osim emocija izražavati radnje, ili čak imitirati neke osobe i tome slično (Slika 5). Zapadnjački emoticoni daju manje informacija od istočnjačkih, ali su puno češće korišteni u današnjoj komunikaciji i poznati gotovo svima. Neki od najčešće korištenih *emoticon*a jesu sljedeći:

- **Zapadnjački**

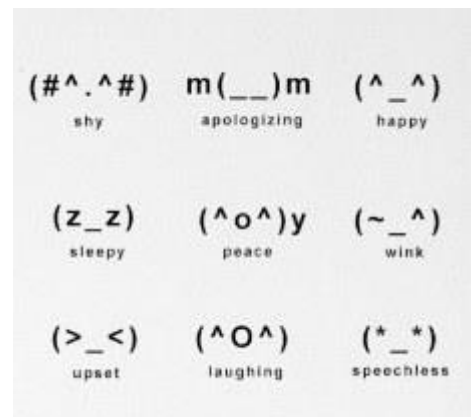
- :-) – sreća, zadovoljstvo, osmjeh
- :D – veća sreća ili zadovoljstvo, smijeh
- :(– tuga ili razočarenje
- :-* – poljubac
- :-P – šala, izazivanje ili ruganje
- :-O – iznenađenje ili šok



Slika 4: Slikovni prikaz emotikona

- **Istočnjački**

- ^^, ^_^ ili ^.^ – smiješak ili sreća
- :’-(- tuga, plakanje
- __-, -.- ili -.-' – negodovanje ili razočarenje
- o.O ili o_O – nevjerica, iznenađenje
- >.< ili >_< – bol, neuspjeh ili frustracija
- xD – smijeh širokog osmjeha i zatvorenih očiju



Slika 5: Prikaz istočnjačkih emoticonsa

6. Istraživanje

Nakon što je definiran pojam, razvoj te utjecaj društvenih mreža na svakodnevnu komunikaciju, karakteristike današnjih mrežnih komunikacijskih kanala te pojmovi kao što su računalna komunikacija, mrežni jezik, mrežna kultura i sami oblici mrežnog žargona, istraživanjem provedenim u obliku upitnika, ispitano je konkretno poznavanje i korištenje navedenih vrsta žargona među mladima u Hrvatskoj. Na samom su početku postavljene hipoteze istraživanja:

- većina ispitanika poznaje barem osnovne elemente mrežnog žargona
- društvene mreže promijenile su način komuniciranja među mladima što, na kraju, rezultira povećanom upotrebom stranih riječi i skraćenica koje se ne nalaze u standardnom hrvatskom jeziku.

Te su hipoteze potom služile kao osnova istraživanja. Prilikom istraživanja korištene su dvije metode: anketa i analiza dobivenih rezultata, a obje su imale za cilj potvrditi ili opovrgnuti dane hipoteze. Ispitani su osnovni elementi mrežnog žargona, dakle, razni oblici *emoticon*a, skraćenice te posvajanje riječi ili izraza iz engleskog jezika.

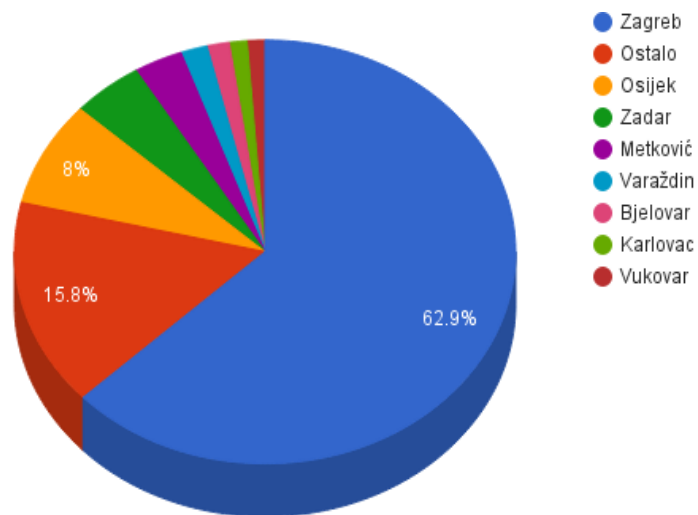
Kao način prikupljanja potrebnih informacija odabrala sam anketiranje korisnika. S obzirom na to da se u ovom radu govori o korištenju društvenih mreža i o utjecaju istih na današnji vokabular i komunikaciju među mladima, kao uzorak odabrala sam mlade ljude, učenike i studente Republike Hrvatske u dobi od 14 do 25 godina. Anketa je provedena većim dijelom mrežnim putem, ponajviše zbog jednostavnijeg širenja, ispunjavanja anketa i obrade rezultata, ali isto tako manjim dijelom je provedena pismenim putem kako se ne bi isključile osobe koje možda nemaju online pristup.

Kao platformu za izradu ankete koristila sam sustav Google-a koji nudi kvalitetnu izradu upitnika, a kao kanale provedbe ankete koristila sam Facebook grupe određenih studijskih grupa raznih fakulteta te osobne kontakte. Anketom je ispitano 197 studenata, 106 učenika srednjih škola te 50 učenika osnovnih škola iz raznih dijelova Hrvatske. Pitanja koje anketa sadrži (Prilog 1) su sastavljena tako da se što vjerodostojnije procjeni koliko društvene mreže mijenjaju rječnik mladih ljudi u Hrvatskoj. Osim toga, dobiven je i uvid u to koliko ispitanika posjeduje osobno računalo i pametni telefon (eng. *smartphone*), koliko vremena dnevno provode uopće za računalom i mobitelom, te koliko tog vremena provode isključivo na društvenim mrežama.

6.1 Rezultati istraživanja

Kao što sam već ranije spomenula, ciljanim provođenjem dobivene su 348 pravilno ispunjene ankete. Analizom prikupljenih odgovora dobiveni su sljedeći rezultati:

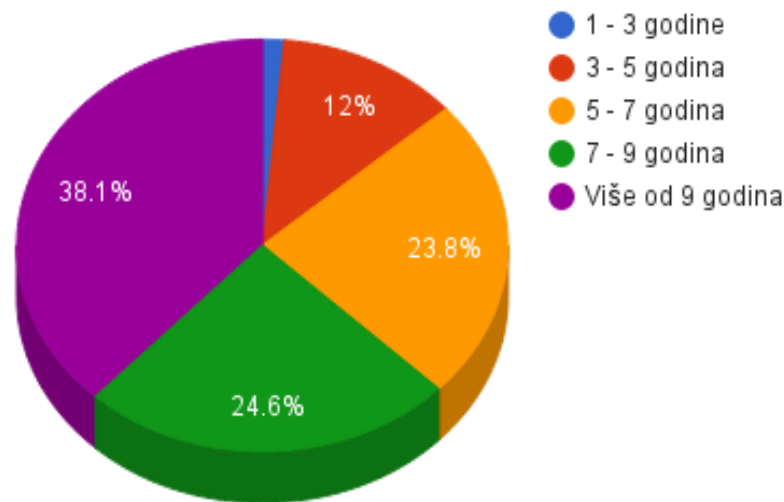
1. Anketu je ispunilo 348 osoba, od toga 258 ženskog (74,1%), a 90 muškog (25,9%) spola.
2. Ciljane skupine bili su studenti te učenici srednjih i osnovnih škola, prema tome anketu je ispunilo 196 studenata, 102 srednjoškolca te 50 učenika osnovnih škola.
3. 62,9% ispitanika je navelo grad Zagreb kao mjesto prebivališta, pa je time najveći broj sudionika upravo iz Zagreba, a slijeda ga Osijek te Zadar, ali isto tako sudjelovali su i mladi ljudi iz mnoštvo ostalih gradova i regija Hrvatske (Slika 5).



Slika 6: Mjesto prebivališta ispitanika

4. Od hrvatskih studenata, najveći broj sudionika u ovom istraživanju bilo je s Filozofskog fakulteta u Zagrebu, Osijeku, te Zadru. Od toga su upravo studenti Informacijskih i komunikacijskih znanosti zauzeli najveći postotak u ispunjavanju ankete i predvode sa 106 ispitanika tj. 53,8%, a slijede ih studenti Psihologije sa 20,8%, studenti Anglistike sa 11,2%, dok ostatak čine studenti drugih studijskih grupa na Filozofskom fakultetu, ali i studenti koji pohađaju druge fakultete.
5. Kako bi se dobio uvid u to koliko je mladih ljudi u Hrvatskoj uopće upoznato s mrežnim žargonom, trebalo je prvo dobiti odgovor na pitanje koliko dugo se koriste internetom.

Ispitanici su mogli dati svoje odgovore u sljedećem rangu godina: 1 do 3 godine, 3 do 5 godina, 5 do 7 godina, 7 do 9 godina ili više od 9 godina. Uzevši uzorak od svih naših ispitanika, dobili smo rezultat da većina mladih ljudi koristi internet čak više od 9 godina. Međutim, kod učenika osnovnih škola najveći postotak ispitanika od 39, 2% koristi internet u rasponu od 5 do 7 godina, isto kao i kod učenika srednjih škola gdje 46, 5% njih priznaje kako koriste internet u rasponu od 5 do 7 godina (Slika 6). Takav rezultat ne iznenađuje budući da nisu u mogli koristiti internet dok nisu naučili slova.



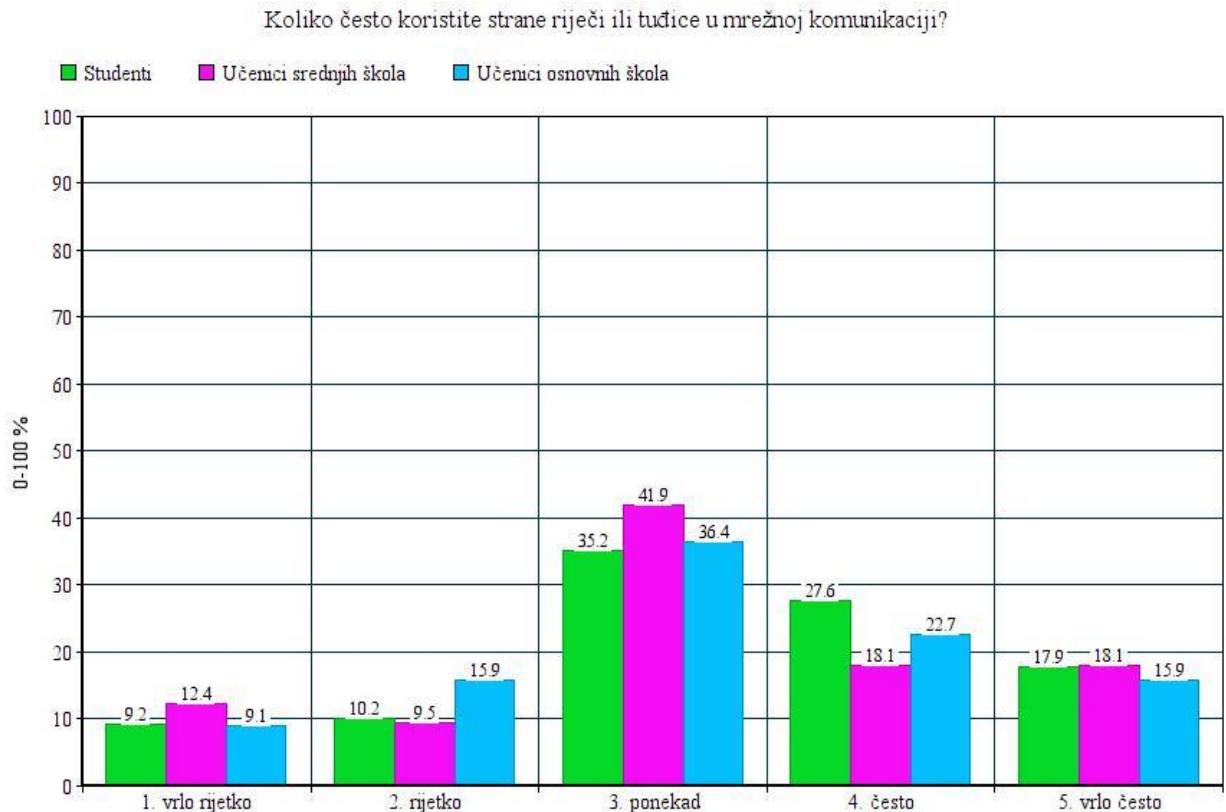
Slika 7: Ukupan uzorak ispitanika na pitanje koliko dugo se koriste internetom.

6. Nadalje, htjela sam dobiti uvid u to koliko ispitanici provode vremena na internetu na dnevnoj bazi i koliko od tog vremena provode na osobnom računalu, a koliko na “pametnom” telefonu ako ih posjeduju. Kao i u prijašnjem pitanju, na ova dva pitanja također je bio postavljen određen raspon, odnosno broj sati u danu koliko provode “surfajući” na osobnom računalu, a koliko na “pametnom” telefonu. Kod studenata rezultat za korištenja osobnog računala za upotrebu interneta 69 osoba označilo je odgovor u rasponu od 3 do 5 sati, a 66 osoba koristi internet na osobnom računalu 1 do 3 sata dnevno. U postocima najveći dio zauzima 35%, a najmanje označena kategorija bila je više od 9 sati dnevno. Također ono što je zanimljivo je da niti jedan student nije označio da ne posjeduje osobno računalo. Najveći broj učenika srednjih škola koriste internet na osobnom računalu u rasponu od 1 do 3 sata dnevno i to 62,4% učenika, dok niti jedan učenik ne provodi više od 9 sati dnevno “surfajući” na osobnom računalu, ali

za razliku od studenata 5,9% učenika ne posjeduje osobno računalo. Učenici osnovnih škola najviše provode od 1 do 3 sata dnevno na internetu na osobnom računalu i to 41,2% učenika, a čak 7,3% učenika osnovnih škola ne posjeduje osobno računalo te isto tako samo ih 2% više od 9 sati provode na internetu. Gledajući korištenje interneta na dnevnoj bazi na "pametnom" telefonu, 58,4% studenta provodi od 1 do 3 sata dnevno na "pametnom" telefonu, a 9,6% ih ne posjeduje "pametni" telefon. Najveći broj učenika srednjih škola provodi 1 do 3 sata na internetu na svojem "pametnom" telefonu, a 3% ih ne posjeduje "pametni" telefon. Međutim, ono što iznenađuje je da ih čak 13% provodi preko 9 sati dnevno surfajući na "pametnom" telefonu. Osnovnoškolci provode ipak nešto više vremena surfajući na "pametnom" telefonu najviše od 3 do 5 sati dnevno, a samo ih 2% ne posjeduje "pametni" telefon, također ih 7,8% provodi više od 9 sati dnevno surfajući na svom "pametnom" telefonu. Prema tim rezultatima, može se zaključiti kako su najveći broj ispitanika koji posjeduju osobno računalo upravo studenti, ali suprotno tome ta skupina ima najveći postotak ispitanika koji ne posjeduju "pametni" telefon. S obzirom na to, mlađe skupine su više okrenute modernijem načinu korištenja interneta na "pametnom" telefonu, isto tako više vremena provode surfajući na "pametnom" telefonu, nego na računalu ako ga posjeduju. Nakon dobivenih rezultata na pitanja koliko vremena dnevno učenici provode na internetu na dva različita uređaja, postavljeno je pitanje koliko uopće provode ispitanici dnevno vremena na društvenim mrežama. Ono što je zajedničko svim ispitanim skupinama je da većina ispitanika u najvećem postotku provodi od 1 do 3 sata dnevno na društvenim mrežama. Prema tome 59,3% studenata, 45% učenika srednjih škola te 43,1% učenika osnovnih škola provode od 1 do 3 sata dnevno na društvenim mrežama. Interesantno je da samo 4,1% studenata nisu korisnici društvenih mreža a od ispitanih učenika srednjih i osnovnih škola čak niti jedan učenik nije naznačio da ne koristi društvene mreže.

7. Na pitanje o tome koriste li društvene mreže, kao dva glavna izbora ispitanicima su bile ponuđene dvije najčešće društvene mreže; Facebook i Twitter, te su mogli dodatno upisati ako koriste još neku od društvenih mreža koje nisu bile navedene. Iz tog pitanja saznalo se da su 96,6% studenata, 96,2% učenika srednjih i 97,7% učenika osnovnih škola korisnici Facebook-a. Twitter je nešto manje popularan, njega koristi 19,6% studenata, 15,2% učenika srednjih škola te 31,8% učenika osnovnih škola. Zanimljivo je da od svih skupina ispitanika jedina koja je imala ispitanike koji ne koriste društvene mreže bila je skupina studenata. Osim Facebooka i Twittera, najčešće navedene društvene mreže bile su: Instagram, Tumblr te YouTube.

8. Iduće je pitanje bilo vezano uz korištenje stranih riječi ili tuđica u svakodnevnoj mrežnoj komunikaciji i komunikaciji “lice u lice”. 175 studenata (88,8%), 92 učenika srednjih škola (87,6%) te 36 učenika osnovnih škola (81,8%) priznaje kako koristi strane riječi ili tuđice u svakodnevnoj komunikaciji s drugima. Koliko često na zadanoj skali od 1 (vrlo rijetko) do 5 (vrlo često) koriste strane riječi ili tuđice u mrežnoj komunikaciji prikazano je u sljedećim grafikonima (Slika 7):



Slika 8: Prikaz korištenja stranih riječi u mrežnoj komunikaciji

Iz prikazanog je vidljivo kako studenti u najvećem postotku (17,9%) vrlo često koriste strane riječi u svakodnevnoj mrežnoj komunikaciji. No, isto tako u komunikaciji “lice u lice” vrlo često ih koristi tek 10,8% studenata i samo 5,7% učenika srednjih škola. Iznenaduje međutim, da ih vrlo često koristi čak 15,9% učenika osnovnih škola. Bit će interesantno provjeriti za par godina je li ovaj broj narastao i za koliko.

9. Osim stranih riječi ispitanicima je bilo ponuđeno pitanje, koriste li u svakodnevnoj komunikaciji internetske skraćenice te koje od ponuđenih skraćenica poznaju (Tablica 1) i isto tako koliko ih često koriste u rasponu od 1 (vrlo rijetko) do 5 (vrlo često) (Tablica 2). Prema dobivenim rezultatima, sve skupine poznaju i koriste popularne internetske skraćenice, kao što su lol, btw, omg, ali i jednu od novijih internetskih skraćenica yolo. Na pitanje koriste li se navedenim skraćenicama osim u mrežnoj i u komunikaciji “lice u lice” i u kojoj mjeri, 87 studenata (44,6%) naznačilo je da ih vrlo rijetko koriste, dok ih 5,1% vrlo često koristi. 15 učenika (34,1%) je priznalo da ih ponekad koristi, a 9,1% ih vrlo rijetko koristi, dok ih najveći broj učenika srednjih škola vrlo rijetko koristi (41%).

Skraćenica	Učenici osnovnih škola	Učenici srednjih škola	Studenti
LOL	86%	100%	100%
OMG	76%	100%	98,5%
BTW	26,8%	100%	100%
FYI	16%	20,6%	68,4%
BRB	36%	35%	81%
FTW	28%	35%	72%
ROLF	36%	33,4%	81,6%
YOLO	66%	93%	82,7%

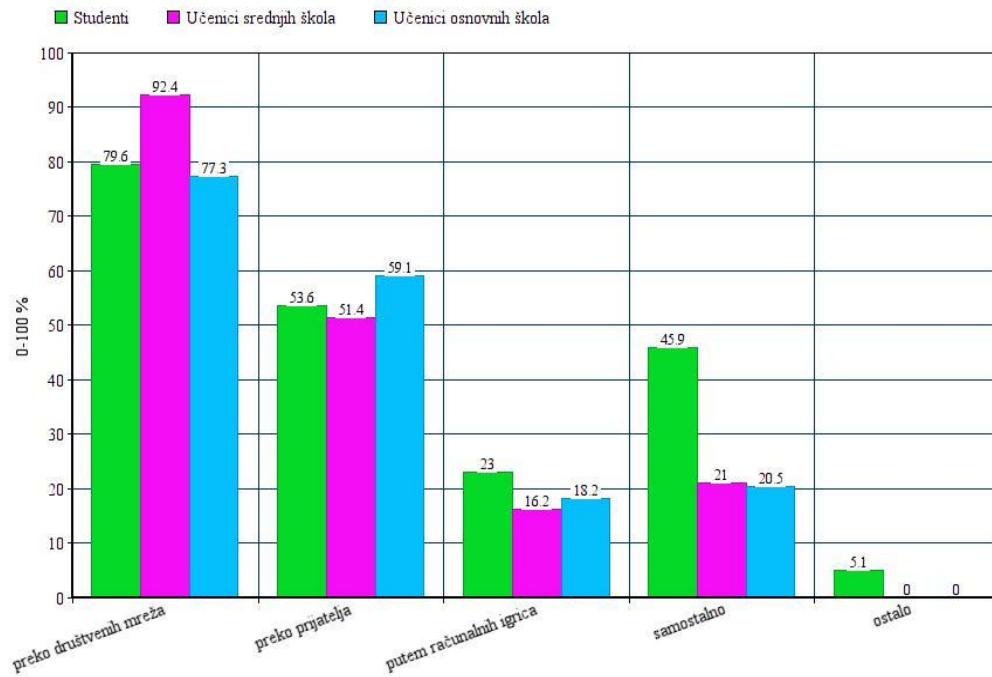
Tabela 1: Prikaz poznavanja određenih skraćenica kod svake ispitane skupine u postocima

Skraćenica	Vrlo rijetko	Rijetko	Ponekad	Često	Vrlo često
LOL	30,7%	17,9%	18,8%	17,9%	14,7%
OMG	27,3%	17,8%	21,7%	14,2%	19%
BTW	26,8%	14,8%	18,8%	19,3%	20,3%
FYI	75,2%	11,4%	7,7%	4,3%	1,4%
BRB	57,9%	23,3%	10,6%	3,5%	4,7%
FTW	67,3%	13,9%	10,6%	6,5%	1,7%
ROLF	77,8%	10,9%	6,1%	3,8%	1,4%
YOLO	46,6%	21,8%	16,2%	8%	6,8%

Tabela 2: Prikaz učestalosti korištenja skraćenica kod ukupnog broja ispitanika ispitanih anketom u postocima

10. U idućem se pitanju na isti način kao i u prethodnom pokušalo doznati o učestalost korištenja simbola i izraza kojima se izražavaju osjećaji prilikom internetske komunikacije. Rezultati su pokazali da sve skupine u velikim postocima koriste emoticone na dnevnoj bazi u mrežnoj komunikaciji. 192 studenta (98,5%), 101 učenik srednje škole (96,2%) te 43 učenika osnovnih škola (97,7%) naznačilo je da se koriste emoticonima u mrežnoj komunikaciji, što ukazuje na činjenicu kako je njihova upotreba široko poznata i prihvaćena te, prema tvrdnjama ispitanika, vrlo često korištena prilikom neformalne komunikacije. Kao i u slučaju skraćenic a i ovdje smo ispitali u kojoj mjeri ispitanici koriste emoticone. 64,8% studenata koristi emoticone vrlo često u mrežnoj komunikaciji, dok ih samo 1,5% koristi vrlo rijetko. 49% učenika srednjih škola koristi emoticone vrlo često, a 5,8% ih vrlo rijetko koristi, također učenici osnovnih škola ih u najvećoj mjeri koriste vrlo često u mrežnoj komunikaciji i to 40,9% učenika, a samo ih 9,1% koristi vrlo rijetko.
11. Na posljetku, kao posljednje pitanje ispitanicima postavljeno je kako bi se saznalo gdje su saznali za navedeni mrežni žargon. Iz dobivenih rezultata može se zaključiti da je većina ispitanika saznala za takav mrežni jezik putem društvenih mreža, međutim postoje male razlike među skupinama koje su uočljive. Izgleda da studenti kao starije generacije znaju takav mrežni jezik ponajviše zahvaljujući društvenim mrežama, ali veliki postotak studenata je samostalno i preko prijatelja također saznao za već navedene skraćenic e, strane riječi ili emoticone, dok mlađe generacije učenika ipak znaju za takav vokabular uglavnom zahvaljujući društvenim mrežama. Dobiveni rezultati prikazani su u sljedećem grafikonu (Slika 8):

Kako ste saznali za internetske skraćenice, emoticone, strane riječi i ostali internetski vokabular?



Slika 9: Prikaz rezultata odgovora na pitanje kako su ispitanici saznali za spomenuti mrežni jezik

6.2 *Zaključak istraživanja*

Iz pregleda i analize rezultata provedene ankete može se izvesti više zaključaka. Prvi je od njih izravno vezan uz ciljeve i hipoteze istraživanja da većina ispitanika poznaje barem osnovne elemente mrežnog žargona te da su društvene mreže promijenile način komuniciranja među mladima što, na kraju, rezultira povećanom upotrebom stranih riječi i skraćenica koje se ne nalaze u standardnom hrvatskom jeziku.

Prva je hipoteza istraživanja pokrivena rezultatima ankete iz kojih možemo vidjeti da većina ispitanika svakodnevno koristi internet za neformalnu mrežnu komunikaciju te tvrdi da poznaje i koristi većinu oblika mrežnog žargona i jezika. Potvrđivanje hipoteze da su društvene mreže promijenile način komuniciranja među mladima prema dobivenim rezultatima je djelomično dokazana jer većina ispitanika u velikim postocima koristi emoticone kao jednog od predstavnika mrežnog žargona, te u relativno malom postotku koriste ostale vrste mrežnog žargona i jezika. Prema rezultatima ankete, vidljivo je da mladi ljudi u velikoj većini svakodnevno koriste usluge interneta za pristup društvenim mrežama preko osobnog računala ali i preko “pametnog” telefona. Kao najčešće korištena društvena mreža je svakako Facebook, a manji broj ispitanika koristi i Twitter.

U manjoj se mjeri za neformalnu komunikaciju koriste i razne stranice za razmjenu sadržaja poput Instagrama i Youtub-a. Skraćenice korištenih engleskih izraza (LOL, OMG, BTW, FYI, BRB, FTW, ROLF i YOLO) u anketi većinom su dobro poznate ispitanicima, dok su najčešće korištene, LOL, OMG, BTW i YOLO, a najmanje poznate su FYI, BRB i FTW. Što se tiče emoticoni, situacija je poprilično drugačija. Prema tvrdnjama ispitanika, emoticoni su u vrlo velikim postocima korišteni prilikom mrežne komunikacije. Takav rezultat nije iznenađujući pošto su emoticoni jednostavni za korištenje i razumljivi većini ljudi bez obzira na njihovo govorno područje te su prisutni u gotovo svakom komunikacijskom kanalu. Na kraju može se zaključiti kako su mladi ljudi u Hrvatskoj vrlo dobro upoznati s raznim skraćenicama, stranim riječima i emoticonima. Većinu takvog mrežnog žargona upoznali su upravo putem poznatih društvenih mreža što ukazuje kako društvene mreže u najvećoj mjeri utječu na svakodnevni rječnik mladih osoba u Hrvatskoj.

7. Zaključak

Razvojem, širenjem i nastankom novih tehnologija došlo je do promjena u načinu na koji ljudi međusobno komuniciraju. Internet je ubrzo postao mjesto za razmjenu informacija, što su ljudi diljem svijeta u relativno kratkom vremenskom roku prihvatili i implementirali takav način komunikacije u svoje živote. Web 2.0 kao nasljednik Weba 1.0 postao je usmjeren upravo prema uporabi i razvoju raznih web tehnologija koje omogućavaju razmjenu informacija. Brzina prijenosa informacija internetom, dostupnost u svakom dijelu svijeta, mogućnost da se komunikacija odvija na potpuno drugačiji način nego ikad prije u povijesti stvorili su, te i dalje stvaraju, razne kanale komunikacije koji koriste računalo kao medij.

Trenutno, društvene mreže predstavljaju najrasprostranjenijeg predstavnika kanala komunikacije i bez sumnje uvode revolucionarnu prekretnicu u razvoju mrežne komunikacije. Društvene mreže su najjednostavniji i najpristupačniji način za međusobnu komunikaciju i upravo ih ta jednostavnost i dostupnost čine toliko privlačnima. Najveći korisnici društvenih mreža popularno još nazvani i Google generacija, većinu slobodnog vremena provode na internetu, a ponajviše na društvenim mrežama što ih čini savršenim kandidatima za prihvaćanje i korištenje mrežnog jezika. Uzevši u obzir današnji broj različitih dostupnih kanala, količinu mrežno izmijenjenih poruka, različitost svakog korisnika te engleski jezik kao vladajući jezik mreže, očito je da se u takvim uvjetima morao stvoriti novi oblik komunikacije. Upravo je takav način komunikacije nazvan *netspeak*, definiran kao ukupnost mrežne komunikacije koja se putem današnjih dostupnih medija. Kao glavni predstavnici *netspeak-a* navedene su skraćenice, *emoticoni*, posuđenice iz engleskog jezika, gramatički netočni oblici riječi te *leet*. Većina tih oblika prisutnih u današnjem rječniku mladih ljudi korišteni su na društvenim mrežama. Na temelju svega što se dalo naučiti o utjecaju današnjih korištenih računalnih kanala za komunikaciju provedeno je i istraživanje o tome koliko mladi ljudi poznaju i koriste mrežni jezik.

Dobiveni rezultati istraživanja provedenog putem ankete ukazali su na to kako većina mladih ljudi u Hrvatskoj koristi usluge interneta više od 9 godina, a provodi u prosjeku 3 sata dnevno na internetu na osobnom računalu, a isto tako i na “pametnim telefonima”. Isto tako saznali smo da su većina ispitanika korisnici društvenih mreža te da njihovo korištenje društvenih mreža utječe na njihov svakidašnji vokabular kojega nadopunjuju mrežnim jezikom, što je prikazano odgovorima na pitanja koliko često koriste određene skraćenice i tzv. *emoticone* u komunikaciji. Mrežni se jezik treba smatrati svojevrsnom projekcijom govora u tekstualni

svijet u kojem sva svojstva jezika nalaze svoje mjesto, pa tako i mrežni žargon, koji svojim sve većim prisustvom mijenja način komuniciranja mladih ljudi. Teško je predvidjeti u kojoj će mjeri mrežni jezik ući u svakidašnju komunikaciju licem u lice i kakve će brojke biti za par godina, što će od mrežnog jezika postati standardni jezik a što samo prolazna uporaba, na koji način će se društvene mreže nastavljati razvijati i kako će njihov razvoj utjecati na daljnju komunikaciju. Samo vrijeme dati će odgovore na sva ta i još mnoga druga pitanja vezana uz društvene mreže i mrežnu komunikaciju.

8. Literatura

1. Baker, P., (2006), Using Corpora in Discourse Analysis. URL: <https://books.google.hr/books?id=QMsSpoNX2EMC&printsec=frontcover&hl=hr#v=onepage&q&f=false> (2015-07-16)
2. Boyd, D.; Ellison, N., (2008), Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication. URL: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/full> (2015-07-16)
3. Derks, D., (2007), Exploring the missing wink: Emoticons in cyberspace. URL: http://www.ou.nl/documents/Promotiesen%20oraties/Promoties/Promoties2007/Profeschrift_Daantje_Derks_definitieve_versie.pdf (2015-08-27)
4. Grbačić, N., (2013), Kako je web promijenio jezik. URL: <http://www.planb.hr/kako-je-web-promijenio-jezik/> (2015-08-22)
5. Internet world stats, (2015), internet world users by language: Top 10 Languages. URL: <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm> (2015-07-18)
6. Le Blanc, T., (2010), Toward an unifying pragmatic theory of virtual speech community building. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd11152010220929/unrestricted/LeBlanc_diss.pdf (2015-08-22)
7. Netiquette, (2015), Pravila poželjnog ponašanja u internet zajednici. URL: <http://www.hr-netiquette.org/pravila/> (2015-08-25)
8. O'Reilly, T., (2005), What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (2015-07-15)

9. Pejar, T., (2014), Prilagodba nestandardnoga hrvatskog jezika tweetova standardnom jeziku, diplomski rad, Filozofski fakultet, Sveučilište u Zagrebu.
10. Statista, (2015), The Statistics Portal: Leading social networks worldwide as of August 2015, ranked by number of active users (in millions)
URL: <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (2015-08-22)
11. Stephens, M., (2009), Examples of Online Netiquette Guidelines.
URL: http://wnmu.edu/old/facdev/files/SC_netiquette/NetiquetteGuidelines.pdf (2015-08-23)
12. Sudski tumači i prevoditelji, (2013), Utjecaj engleskog jezika na ostale jezike.
URL: <http://www.lingua-soft.hr/blog/utjecaj-engleskog-jezika-na-ostale-jezike> (2015-08-25)
13. Šabec, N., (2009), Slovene-English Netspeak: Linguistic and socio-cultural aspects.
URL: <http://oddelki.ff.uni-mb.si/filozofija/files/Festschrift/Dunjasfestschrift/sabec.pdf> (2015-08-23)
14. vBulletin, (2015), Forums, Topics and Posts. URL:
http://www.vbulletin.com/forum/help?faq=vb3_board_usage#faq_vb3_forums_threadposts (2015-09-10)
15. Vušak, D., (2015), Internetske kratice i slang za početnike.
URL: <http://x-ica.com/internetske-kratice-i-slang-za-pocetnike/> (2015-08-27)

9. Prilozi

Anketa korištena u svrhu istraživanja

1. Spol.

- muško
- žensko

2. Mjesto prebivališta.

3. Upišite ime obrazovne ustanove koju pohađate. / Označite odsjek na kojem studirate

4. Koliko dugo se koristite internetom?

- 1 - 3 godine
- 3 - 5 godina
- 5 - 7 godina
- 7 - 9 godina
- Više od 9 godina

5. Koliko prosječno sati na dan provodite na internetu na osobnom računalu?

- 1 - 3 sata
- 3 - 5 sati
- 5 - 7 sati
- 7 - 9 sati
- Više od 9 sati
- Ne posjedujem osobno računalo

6. Koliko prosječno sati na dan provodite na internetu na smartphoneyu?

- 1 - 3 sata
- 3 - 5 sati
- 5 - 7 sati
- 7 - 9 sati
- više od 9 sati
- Ne posjedujem smartphone

7. Jeste li korisnik ovih društvenih mreža?

- Facebook
- Twitter
- Ne koristim društvene mreže
- Ostalo:

8. Koliko često koristite društvene mreže na dnevnoj bazi?

- 1 - 3 sati
- 3 - 6 sati
- 6 - 9 sati
- 9 - 12 sati
- 12 + sati
- Ne koristim društvene mreže
- Ostalo:

9. Koristite li strane riječi ili tuđice u svakodnevnoj komunikaciji s drugima?

- Da
- Ne
- Ne znam

10. Koliko često koristite strane riječi ili tuđice u mrežnoj komunikaciji?

	1	2	3	4	5	
Vrlo rijetko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo često

11. Koliko često koristite strane riječi ili tuđice u osobnoj komunikaciji ("lice u lice") ?

	1	2	3	4	5	
Vrlo rijetko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo često

12. Koristite li internetske skraćenice u svakodnevnoj komunikaciji s drugima?

	1	2	3	4	5	
Vrlo rijetko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo često

13. Označi sve kratice čije značenje poznaješ.

- LOL
- BTW
- OMG
- BRB
- FTW
- FYI
- ROFL
- YOLO

14. Koliko često koristite navedene skraćenice iz prethodnog pitanja u mrežnoj komunikaciji?

	1. Vrlo rijetko	2. Rijetko	3. Ponekad	4. Često	5. Vrlo često
FTW	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
LOL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
OMG	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ROFL	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
FYI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BRB	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
YOLO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BTW	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Koliko često koristite navedene skraćenice u osobnoj komunikaciji ("lice u lice") ?

	1	2	3	4	5	
Vrlo rijetko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo često

16. Ima li neka internetska skraćenica ili riječ koja nije navedena, a da je upotrebljavate u svakodnevnoj komunikaciji ?

17. Koristite li se u online komunikaciji emoticonima (smajlicima) ?

:-), :-(-, ;-), :-P ...

- Da
- Ne
- Ne znam

18. Koliko često se koristite emoticonima u mrežnoj komunikaciji?

	1	2	3	4	5	
Vrlo rijetko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Vrlo često

19. Kako ste saznali za internetske skraćenice, emoticone, strane riječi i ostali internetski vokabular?

- Preko društvenih mreža
- Preko prijatelja
- Putem računalnih igrica
- Samostalno
- Ostalo: