Utjecaj mrežnog žargona na svakodnevnu komunikaciju mladih

Ignjačić, Igor

Master's thesis / Diplomski rad

2012

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:949273

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

FILOZOFSKI FAKULTET
SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

Repository / Repozitorij:

FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek

zir.nsk.hr

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku
Filozofski fakultet
Diplomski studij informatologije
Igor Ignjačić

Utjecaj mrežnog žargona na svakodnevnu komunikaciju mladih

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Boris Badurina

Osijek, 28.08.2012.

Sažetak

Ovaj rad objašnjava preduvjete za razvoj mrežnog žargona, kao što su širenje mreže i njezine dostupnosti. Nadalje, navedeni su i kanali mrežne komunikacije kao presudni čimbenici u razvoju mrežnog žargona, evolucija mreže u korisnički usmjeren Web 2.0, te vladavina engleskog jezika u količini sadržaja te broju korisnika. Definiran je pojam računalne komunikacije - CMC (Computer-Mediated Communication), a potom su objašnjeni pojmovi *netspeak* i *netiquette* kao osnovni pojmovi u promatranju mrežnog žargona. Nakon toga, navedeni su i razni oblici mrežnog žargona, njihova pojava, svrha te korištenje. Drugi se dio rada odnosi na istraživanje koje je podijeljeno u dva dijela: anketu i analizu sadržaja. Cilj je ankete, koja je bila provedena među mladim ljudima iz Republike Hrvatske, pokazati poznavanje mrežnog žargona te predočiti mišljenja ispitanika o učestalosti njegovog korištenja. Analiza je sadržaja obavljena na jednom od kanala neformalne mrežne komunikacije, u ovom slučaju studentskom podforumu najvećeg i najposjećenijeg hrvatskog internetskog foruma Forum.hr, a cilj je bio pregledati sve *post*ove tijekom određenog vremenskog razdoblja te bilježiti pojavljivanje mrežnog žargona. Na kraju je istraživanja donesen zaključak o poznavanju i korištenju mrežnog žargona među mladim ljudima, uglavnom studentima, u Republici Hrvatskoj. Na osnovi je teorijskog dijela rada i objašnjenja svih aspekata mrežnog žargona te rezultata oba dijela istraživanja i njihove analize i usporedbe, na kraju rada donesen zaključak koji sadrži spoznaje vezane uz utjecaj mrežnog žargona na jezik mladih..

Ključne riječi: mrežni žargon, računalna komunikacija, netspeak, netiquette, komunikacija

Sadržaj:

Sažetak....1
1. Uvod....3
2. Širenje interneta kao medija - osnova razvoja mrežnog žargona....3
2. 1. Web 2.0....5
2. 2. Računalna komunikacija (Computer-Mediated Comunication)....6
2. 3. Kanali računalne komunikacije....7
2. 3. 1. E-pošta....7
2. 3. 2. Društvene mreže i mikroblogovi....8
2. 3. 3. Alati za brzo izmjenjivanje poruka (*Instant Messanging* ili IM)....9
2. 3. 4. Forumi....10
2. 3. 5. Sobe za čavrljanje (*Chat* sobe)....10
2. 3. 6. Stranice za razmjenu sadržaja....11
2. 4. Jezik računalne komunikacije....11
3. Pojava i uporaba mrežnog žargona....12
3. 1. Mrežni jezik (*Netspeak*)....12
3. 2. Mrežna kultura (*Netiquette*)....15
4. Vrste mrežnog žargona....16
4. 1. Leet....16
4. 2. Posvajanje riječi i izraza iz engleskog jezika....18
4. 3. Korištenje skraćenica prilikom komunikacije....19
4. 4. Korištenje gramatički netočnih riječi i izraza....20
4. 5. Onomatopeje....21
4. 6. *Emoticoni*....22
4. 6. 1. Istraživanje o korištenju *emoticona* u SMS porukama....24
4. 7. Internetske *meme* kao novi trend komunikacije....25
5. Istraživanje....28
5. 1. Ciljevi i hipoteze istraživanja....28
5. 2. Opis korištene metodologije....29
5. 2. 1. Anketa....29
5. 2. 2. Analiza sadržaja....29
5. 3. Rezultati istraživanja....31
5. 3. 1. Rezultati ankete....31
5. 3. 2. Rezultati analize sadržaja....34
5. 4. Analiza rezultata i zaključak....36
5. 4. 1. Zaključak istraživanja....38
6. Zaključak....39
Literatura....41

1. Uvod

Svrha je ovog rada pojasniti uvjete koji su prethodili razvoju mrežnog žargona: kako, zašto i gdje on nastaje te koje su njegove glavne značajke i u kojim se sve oblicima pojavljuje, a nakon toga istražiti tko ga i u kolikoj mjeri koristi i koliki mu je utjecaj na svakodnevni jezik. U prvom poglavlju naslovljenom *Širenje interneta kao medija - osnova razvoja mrežnog žargona* pojasnit će se preduvjeti razvoja žargona, poput naglog povećanja broja korisnika interneta i broja mrežnih stranica, Web 2.0 koji mijenja sliku interneta i donosi korisnicima nove mogućnosti u komunikaciji, pojavu tzv. računalne komunikacije (Computer-Mediated Communication ili CMC) te njezine kanale i jezik. U idućem poglavlju naslovljenom *Pojava i uporaba mrežnog žargona*, pobliže će se pojasniti pojam mrežnog žargona, nazvanog još i *netspeak*, te njegova pojava, doseg i , kao i pojam *netiquette*, koji označava kulturu ponašanja na mreži koja je dijelom protiv uporabe mrežnog žargona. Sljedeće se poglavlje naslovljeno, *Vrste žargona u mrežnoj komunikaciji*, bavi pregledom i opisom najčešće korištenih i najprihvaćenijih vrsta mrežnog žargona, a to su *leet*, posvajanje riječi i izraza iz engleskog jezika, korištenje skraćenica, korištenje gramatički netočnih riječi izraza, *emoticoni* te *meme*. Nakon teorijskog dijela slijedi istraživanje provedeno dvjema metodama: anketom i analizom sadržaja, s ciljem dokazivanja stvarnog utjecaja mrežnog žargona na jezik mladih, te će biti prikazani rezultati i njihova analiza. Na kraju će se rada donijeti zaključak koji proizlazi iz usporedbe teorijskog dijela s istraživanjem, a svrha mu je donijeti nove spoznaje i saznanja.

2. Širenje interneta kao medija – osnova razvoja mrežnog žargona

"Medij je poruka", rekao je 1964. godine McLuhan. Razumjeti korišteni jezik znači uzeti u obzir medij putem kojega je stvoren, korišten, te točno ili netočno shvaćen.[1] Još od davne 1990. godine i prijelomnog javnog predstavljanja World Wide Web-a britanskog znanstvenika Sir Tim Berners-Leea, internet i web imali su za cilj pojednostaviti razmjenu informacija, okupiti i dijeliti što je više moguće podataka, no i olakšati komunikaciju među ljudima sa svih strana svijeta. I desetcima godina prije toga, internet je već pružao mogućnost vrlo jednostavnog, no efektivnog načina komunikacije: slanja e-pošte. Razvojem WWW-a, razni su programeri i *developer*i imali priliku dodatno komercijalizirati i osposobiti e-mail za svakodnevnu javnu

1 Usp. Le Blanc, Tracy Rene. 1337 \/\/4YZ 0F $p34K1NG: Toward an unifying pragmatic theory of virtual speech community building, prosinac 2010. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11152010-220929/unrestricted/LeBlanc_diss.pdf (2012-08-30)

namjenu, te osmisliti nove različite načine komuniciranja pomoću mreže. Namjena se interneta te broj njegovih korisnika također strahovito mijenjala. Internet, tj. web postao je ubrzo mjesto za dokoličarenje, spajanje s drugim ljudima, razmjenu informacija, mišljenja i stavova. Razvojem jednostavnijih, *user-friendly* operacijskih sustava te povećanom prodajom računala, internet je sredinom i krajem 90-ih užurbano nalazio svoje mjesto u državnim i administrativnim ustanovama, školama, bolnicama, poslovnim zgradama i privatnim domovima. Krajem devedesetih godina prošlog stoljeća i početkom novog, 21. stoljeća, takozvani Web 1.0 dosegao je svoj vrhunac. Iako Web 1.0 još uvijek nije pružao mogućnosti stvaranja i uređivanja sadržaja od strane korisnika, već je tada pružao ogromne mogućnosti korištenja raznih alata i komunikaciju. Njegov nasljednik, Web 2.0, poučen iskustvom prethodnika, zaključuje da korisnici uživaju dodavati, mijenjati, međusobno izmjenjivati i komentirati sadržaj te pod nadimkom *social web* ili društvena mreža odlučuje upravo to ponuditi svojim korisnicima. Rastao je broj sadržaja na web-u, kao i broj korisnika s pristupom internetu. Rast je internetskih priključaka u postotcima u razdoblju od 2000. do 2008. godine, odvojen po kontinentima, vidljiv je na sljedećoj slici:



Slika 1: prikaz rasta korisnika Interneta u postocima[2]

Sva ta masa korisnika i svi novonastali kanali komunikacije upravo su uvjetovali nastanak fenomena pod imenom CMC ili Computer-Mediated Communication.

2 Usp. ElBekraoui, Moulay L.; Hokanson, Brad. The impact of the Internet on language. URL: https://wiki.umn.edu/pub/DHA5399/Class15B/paperFinal2.pdf (2012-08-30)

2.1. Web 2.0

Nakon što je tzv. Web 1.0 dosegnuo svoj vrhunac, u svijetu su se World Wide Weba pojavile mnoge inovacije koje su uvelike promijenile dotadašnje shvaćanje *web*-a. Mladi su inovatori diljem svijeta osmišljavali razne aplikacije, mrežne stranice, servise i usluge kako bi mrežu učinili što prikladnijom za što više raznih vrsta informacija koje bi bile svima dostupne. Pojam Web 2.0 prvi su osmislili Dale Dougherty i Tim O'Reilly, kako bi naglasili razvoj i novu razinu koju je ostvario web u nekoliko posljednjih godina. Njihova ideja napretka iz tzv. Web 1.0 u Web 2.0 izgledala je ovako:[3]

Tablica 1: prelazak mreže iz Web 1.0 u Web 2.0

Web 1.0	**Web 2.0**
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
Osobne mrežne stranice	blogovi
Evite	upcoming.org i EVDB
nagađanje imena domena	optimizacija tražilica
pregledavanje stranica	cijena po kliku
screen scraping	*web services*
izdavanje	sudjelovanje
sustavi upravljanja sadržajem	wiki
direktoriji (taksonomija)	tagiranje ("folksonomija")
Stickiness	*syndication*

Kako tvrdi profesor Brian Mennecke s Iowa State Universityja, Web 2.0 pojam je koji je usmjeren kauporabi raznih web tehnologija i aplikacija koje mogu koristiti za razmjenu informacija i suradnju. Web 2.0 obuhvaća društvene medije, društvene mreže, wikije, blogove i ostale programske alate koji povezuju ljude u labavo ili usko povezane mreže.[4]

[3] O'Reilly, Tim. What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software, 2005. URL: http://facweb.cti.depaul.edu/jnowotarski/se425/What%20Is%20Web%202%20point%200.pdf

[4] Usp. Mennecke, Brian. Web 2.0: It's not new technology, but it is new. URL: http://www.bus.iastate.edu/mennecke/594/Lecture%205-Web%2020%20-%20Its%20Not%20New%20Technology%20But%20it%20is%20New.pdf (2012-08-30)

2.2. Računalna komunikacija (Computer-Mediated Communication)

Novi su kanali komunikacije na mreži otvorili nove mogućnosti i postavili nova pravila za međuljudsku komunikaciju. Cijeli je svijet prihvatio taj novi medij kao platformu za brži, jednostavniji i dostupniji način komuniciranja. Internet je skoro pa zamijenio poštu, telefone, televiziju, radio, i ostale od ranije poznate i ustaljene načine komunikacije. Upravo se tu pojavio termin CMC ili Computer-Mediated Communication. Definicija je CMC-a poprilično jednostavna, pa se tako u literaturi navodi kako je CMC "komunikacija između ljudi korištenjem računala kao medija."[5] Računalna je komunikacija podijeljena u nekoliko vrsta, a to su:

- e-mail
- World Wide Web
- mrežne novosti
- oglasne ploče
- IM aplikacije
- *chat* sobe[6]

Iako ne koristi računalo, mobilno se komuniciranje najčešće ubraja u CMC jer su svi sadržaji već dostupni i mobilnim i bežićnim internetom kojemu se može pristupiti mobilnim telefonom. Također, SMS poruke, mogućnost koja je specifična za mobilnu komunikaciju, dijele mnoga svojstva s računalnom komunikacijom, stoga se i taj oblik komunikacije najčešće ubraja u CMC.

Svaka od navedenih vrsta računalne komunikacije posjeduje i određena svojstva, prikazana u sljedećoj tablici:

Tablica 2: prikaz svojstava raznih kazala računalne komunikacije[7]

	Ograničenost kanala	**Jednosmerna/ Dvosmjerna**	**Javna/Privatna**	**Pripremljena/ Improvizirana**
e-mail	da	jednosmjerna(b)	privatna	oboje(e)
WWW	da	jednosmjerna	oboje(c)	pripremljena

5 Usp. Baker, Paul. Language in Computer-Mediated Communication (CMC). URL: http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/paulb/206/cmclec.pdf (2012-08-30)
6 Usp. Baker, Paul. Language in Computer-Mediated Communication (CMC). URL: http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/paulb/206/cmclec.pdf (2012-08-30)
7 Usp. Baker, Paul. Language in Computer-Mediated Communication (CMC). URL: http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/paulb/206/cmclec.pdf (2012-08-30)

Mrežne novosti	da	jednosmjerna(b)	javna	oboje(e)
Oglasne ploče	da	jednosmjerna(b)	javna	oboje(e)
IM aplikacije	djelomično(a)	dvosmjerna	privatna	improvizirana
Chat sobe	djelomično(a)	dvosmjerna	javna(d)	improvizirana
SMS poruke	da	jednosmjerna(b)	privatna	uglavnom improvizirana

(a) Sudionici mogu vidjeti razgovor u stvarnom vremenu, no ukoliko se radi o tekstualnoj komunikaciji, onda ne postoji vizualni kontakt. U posljednje vrijeme povećanim širenjem *Instant Messanger*-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.
(b) Iako primarno nije interaktivna, ukoliko oba korisnika odgovaraju vrlo brzo, takva se korespondencija može smatrati razgovorom.
(c) Ovisno o vrsti mrežne stranice komunikacija može biti javna ili privatna. Ako uzmemo za primjer društvenu mrežu Facebook, ukoliko korisnik javno objavljuje statuse i komentare komunikacija je javna, no ukoliko komunicira preko *inboxa* ili *chata,* komunikacija je privatna.
(d) *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.
(e) Autori mogu sami odlučiti hoće li sadržaj stvoriti i poslati improvizirano ili ga unaprijed pripremiti.

2.3. Kanali mrežne komunikacije

Kanala je za računalnu komunikaciju mnogo, pa se čak i oni kojima prvotna namjena nije komunikacija lako mogu pretvoriti u kanale za komunikaciju jednog ili više korisnika. Kao one najvažnije možemo navesti e-mail, društvene mreže i mikroblogove, *Instant Messaging*, forume, *chat* sobe, te razne stranice za razmjenu sadržaja.

2.3.1. E-pošta

E-mail se kao najstariji i vjerojatno najrašireniji oblik računalne komunikacije odavno

dokazao kao vrijedno komunikacijsko sredstvo. Iako je prvi e-mail poslan još davne 1971. godine, još je i danas jedan od najkorištenijih i najučinkovitijih načina za formalnu i neformalnu komunikaciju. Značajke su e-mail-a mogućnost pohrane i pregledavanja pristigle i poslane pošte tj. vođenje arhive, zatim mogućost slanja datoteka u privitku poruke, mogućnost slanja na jednu ili više adresa istovremeno itd. Noviji servisi za slanje e-maila uključuju i mogućnost dodavanja *emoticona*, potpisa, označivanja pošte prema raznim kriterijima i sl. Trenutno su najpoznatiji i najkorišteniji servisi Gmail u vlasništvu korporacije Google, Yahoo! te Hotmail u vlasništvu Microsofta.

2.3.2. Društvene mreže i mikroblogovi

Revolucionarna prekretnica u razvoju mreže, ono što u pravoj mjeri predstavlja Web 2.0, a danas ono bez čega mnogi ne mogu zamisliti svakodnevni život, svakako su društvene mreže i mikroblogovi, fenomen početka 21. stoljeća. Kroz samo nekoliko godina, našli su svoj put u gotovo sve sfere ljudskih djelatnosti i života:od posla i zabave do kontakata s obitelji i prijateljima te dokoličarenja. Mreža je postala okupljalište ljudi željnih udruživanja s osobama istih interesa i životnih stilova, pa se tako javila potreba za stvaranjem mrežnih stranica koje bi omogućile korisnicima da se registriraju, otvore svoj profil na kojemu će navesti određene podatke o sebi (godine, lokaciju, interese, fotografije...) kako bi mogli pronaći osobe s kojima imaju nešto zajedničko.

Prva je velika društvena mreža koja je doživjela ogroman komercijalan uspjeh bio MySpace. MySpace je dugo slovio kao najpoznatija i najkorištenija socijalna mreža, a danas broji preko 150 milijuna korisnika. MySpace je jedinstven po tome što, uz privatne profile korisnika, omogućava i glazbenicima da otvore svoj profil te preko njega svoju glazbu učine dostupnom širokom krugu korisnika interneta. Tako danas na MySpace-u možemo naći veliki broj poznatih, ali i demo glazbenika koji prezentiraju svoju glazbu, te mnoge druge poznate ličnosti poput glumaca, modela, komičara i sl. Nakon dugog razdoblja neupitne vladavine na području društvenih mreža, iz pozadine se MySpace-u pridružio još jedan div, a to je Facebook, koji je početkom 2008. godine službeno pretekao MySpace po broju registriranih korisnika. Facebook je nastao kao projekt mladog harvardskog studenta Marka Zuckerberga, koji ga je osmislio kao način povezivanja sa svojim fakultetskim kolegama. Ubrzo su Facebook prihvatili i studenti ostalih fakulteta, a nedugo se zatim raširio i po cijelom SAD-u te svijetu. Facebook danas broji

preko 845 milijuna korisnika svih dobi iz cijeloga svijeta.[8] Osim navedenih, postoji još mnogo različitih društvenih mreža, a neke su od njih iznimno popularne samo u određenim geografskim ili govornim područnima, kao npr. VKontakte u zemljama bivšeg SSSR-a ili Qzone na području Kine. Uz njihovu osnovnu namjenu, udruživanje ljudi istih sličnosti i zanimanja, društvene su mreže danas poprimile nevjerojatne razmjere u društvu i svakodnevnom životu svojih korisnika, pa tako danas već postoje slučajevi ovisnosti. Također, društvene mreže navedenog tipa više nisu samo mjesto na kojem se ljudi mogu mrežno družiti, već su postale mjesto za razmjenu fotografija, ideja i trenutnih misli; mjesto na kojem se može igrati razne igre, kreirati ankete, rješavati kvizove i još mnogo toga.

Osim društvenih mreža, veliki su proboj u svijet mrežne komunikacije imali i mikroblogovi, posebice popularni Twitter. Zamišljen kao servis koji pruža korisniku mogućnost objave poruke od najviše 140 znakova, Twitter danas broji više od 500 milijuna aktivnih korisnika, a poznat je i po velikom broju slavnih i poznatih korisnika te raznim skandalima i novostima vezanim uz korisničke objave, tj. takozvane *tweet*-ove.

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

IM je oblik komunikacije baziran na tekstualnim porukama između dvoje ili više ljudi koji može biti proveden u isto ili različito vrijeme.[9] Korištenje se IM-a ubrzano razvija i raste brže nego korištenje *e-maila*.10 Iako je u početku djelovao kao način komunikacije među mladima, IM je danas popularan način komunikacije i u poslovnom svijetu. Tako se često može naići na međusobnu komunikaciju IM-om među suradnicima nekih tvrtki. Velika je prednost IM-a naspram ostalih načina komunikacije internetom tzv. *real-time* sustav, tj. poruke koje se odašilju i zaprimaju u stvarnom vremenu. IM je jednostavan i besplatan za korištenje, a uz razmjenu poruka najčešće nudi i mogućnost prikazivanja *avatara*, slanja datoteka, video poziva, crtanja, igranja igara i sl. Većina IM sustava također dopušta dobivanje informacije o prisustvu ostalih korisnika.11 Neki su od najpopularnijih IM alata Windows Live Messenger (prije MSN), ICQ, GoogleTalk, AIM, Yahoo! Messenger i Skype. Postoje i alati poput popularnog Pidgina, koji dopuštaju korištenje korisničkog računa bilo kojeg od navedenih alata. U novije vrijeme, veliki broj korisnika bilježe i servisi poput eBuddy-ja i Meebo-a, koji dopuštaju spajanje na

8 The Huffington Post. URL: http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20120202/us-facebook-ipo-growth/ (2012-08-30)

9 Usp. Mennecke, Brian. Web 2.0: It's not new technology, but it is new. URL: http://www.bus.iastate.edu/mennecke/594/Lecture%205-Web%2020%20-%20Its%20Not%20New%20Technology%20But%20it%20is%20New.pdf (2012-08-30)

10 Oliva, Ralph A. Instant messaging comes of age, 2003. URL: http://isbm.smeal.psu.edu/library/articles/general-interest-articles/instant-messaging-comes-of-age-sp03.pdf (2012-08-30)

11 Usp. Nardi, Bonnie A.; Whittaker, Steve; Bradner, Erin. Interaction and outeraction: instant messaging in action. URL: http://www.ischool.utexas.edu/~i385q-dt/readings/Nardi_Whittaker-2000-Interaction.pdf (2012-08-30)

jedan od IM računa putem internetske stranice, bez potrebe za instaliranjem IM alata na računalo, što je vrlo korisno prilikom korištenja računala koje nema određeni *messenger*, ali ima pristup internetu. Također, razvojem pristupa internetu mobilnim putem, sve se češće koriste i alati poput eBuddy Mobile Messegera, koji dopuštaju spajanje na omiljeni IM klijent mobilnim telefonom bilo gdje i bilo kada.

2.3.4. Forumi

Internetski su forumi mjesta na kojima registrirani korisnici mogu ostavljati tzv. *postove* na određene teme koje sami otvaraju s ciljem razgovora ili diskusije. Forumi se razlikuju po svojoj namjeni, opsegu, izgledu, mogućnostima i sl. Upravo su forumi najčešće 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, glazbeni forumi, sportski forumi itd.) i većina je sadržaja prilagođena, a drugi su općeniti i pokrivaju razne teme u mnogim kategorijama i podforumima (obitelj, zdravlje, dom, posao, škola, zabava itd.). 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.

2.3.5. Sobe za čavrljanje (*Chat* sobe)

Chat sobe također su relativno stari način računalne komunikacije, čija je popularnost poprilično opala pojavom raznih *Instant Messanging* alata i aplikacija. Prvenstveno zamišljene kao servisi na kojima korisnici mogu odabrati takozvani *screen name* ili zaslonsko ime te razgovarati sa strancima u istoj sobi, *chat* sobe danas su se razvile u servise poput Chatroullettea te Omeglea, gdje korisnik može bez ikakve registracije, imena i podataka razgovarati s nasumičnim strancima, tekstualnim,vizualnim ili auditivnim putem. Takvi su servisi posljednjih godina javno prozivani te ponekad i osuđivani, posebice zbog pitanja sigurnosti djece i maloljetnih osoba na internetu te zbog iznimno visokog stupnja pojave seksualnih predatora.

2.3.6. 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 su od takvih stranica sljedeće:

- Last.fm za slušanje glazbe i radija
- YouTube za dijeljenje i gledanje videozapisa
- deviantART za dijeljenje crteža i fotografija
- Tumblr za razmjenu i preporuke mrežnog sadržaja
- Flickr za dijeljenje i uređivanje fotografija i sl.

Korisnici često zanemaruju osnovnu namjenu takvih servisa pa se nerijetko mogućnost komentiranja na servisima poput YouTube-a pretvori u takozvano *flammanje*; bezrazložne diskusije te čak i rasističko, nacionalističko, vjersko i sl. vrijeđanje.

2.4. Jezik mrežne komunikacije

U cijelom procesu velike globalizacije, gdje je u jednom trenutku sve postalo dostupni svima, jedina je prepreka koja još postojala bio jezik. Htjeli to ili ne, 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 68% ukupnog broja mrežnih stranica diljem svijeta, prema istraživanju Global Reacha u 2004. godini. U 2007. godini, procijenjenih se 53% ukupnih mrežnih stranica diljem svijeta te broj različitih servera nalazilo se u SAD-u (Domain Tools, 2007.). Prema tome, engleski, a pogotovo njegova američka varijanta, poprilično dominira mrežom.[12]

12 Usp. Healey, Deborah. The Internet: Helping create 'New English' or reinforcing old dominance?, 2007. URL: http://pages.uoregon.edu/dhealey/thaitesol_healey.pdf (2012-08-30)



Slika 2: prikaz broja korisnika Interneta prema govornom području[13]

Upravo nam činjenica da engleski jezik dominira internetom daje uvid u povećano korištenje engleskih izraza i riječi prilikom mrežne komunikacije na bilo kojem drugom jeziku.

3. Pojava i uporaba mrežnog žargona

Sve dosada navedeno: iznimno povećanje broja internetskih korisnika u posljednjih desetak godina, pojava raznovrsnih kanala za računalnu komunikaciju, dominacija engleskog jezika na mreži itd. pogodovali su razvoju specifičnog oblika komunikacije, svojevrsnoj mutaciji do tada poznatog jezika. Novi su simboli, izrazi, riječi i znakovi polako nalazili svoj put u svakodnevne kanale mrežne komunikacije, te su s vremenom postali ustaljeni i rado korišteni te široko prepoznatljivi svim korisnicima mreže.

3.1. Mrežni jezik (*Netspeak*)

Od samog je začetka internet doveo do stvaranja novih okolina gdje korisnici i programeri stvarali nove žanrove govora i pisanih komunikacija. Danas svaka CMC zajednica

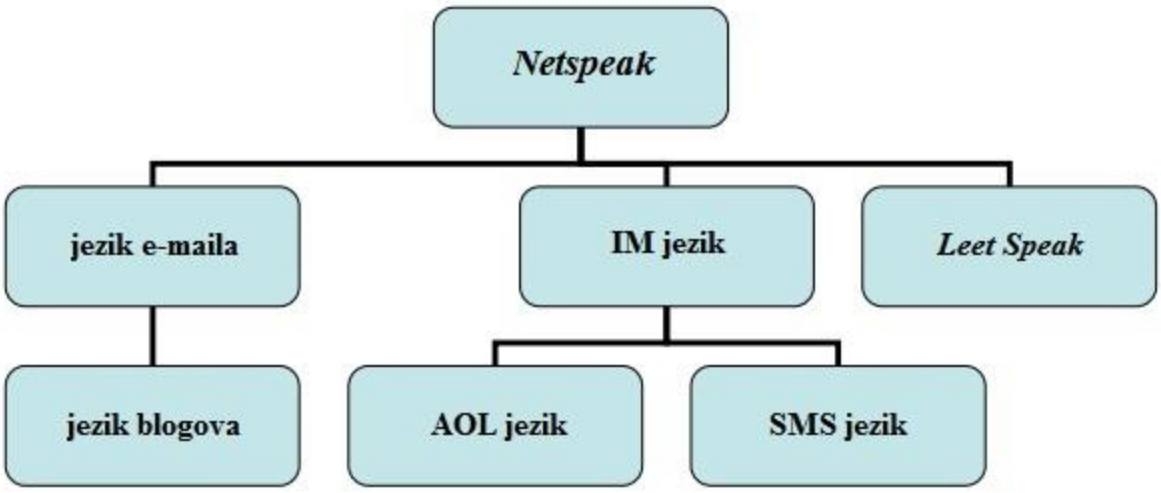
13 Usp. Healey, Deborah. The Internet: Helping create 'New English' or reinforcing old dominance?, 2007. URL: http://pages.uoregon.edu/dhealey/thaitesol_healey.pdf (2012-08-30)

ima svoju kulturu i žargon koji su specifični za nju te nedostupni onima koji joj ne pripadaju. Iako *chatanje* uključuje transformaciju i skraćivanje riječi, žargon je većinom sastavljen od skraćenica poput lol (eng. *laughing out loud* ili smijem se naglas), asl (eng. *age/sex/location* ili dob/spol/lokacija) i dur (eng. *do you remember* ili sjećaš li se). Takav je žanr komunikacije najviše prihvaćen među adolescentima i mlađim generacijama koji žele komunikaciju učiniti brzom, manje napornom i privatnom.

Slanje je SMS poruka žanr koji je povezan s mobilnim telefonima i od početka su ga adolescenti prihvatili kao oblik privatne komunikacije sa svojim prijateljima, kod kuće, vani ili čak u učionici, bez privlačenja pažnje odraslih. Žargon koristi pojednostavljene forme, skraćenice te alfanumeričke skraćenice riječi kao što su dinr (eng. *dinner* ili večera), dwb (eng. *don't write back* ili ne odgovoraj) te d8ing (eng. *dating* ili odlazak na spoj).[14]

Upravo se takav žargon sa svim svojim oblicima i pojavama naziva *netspeak*, a poznat je još i pod imenima poput c*hatspeak*, *Internet speak*, *Internet slang*, *Web speak* itd. Iako se najčešće odnosi upravo na žargon, pojam se *netspeak* ponekad koristi i za sveukupnu komunikaciju koja se odvija mrežno te je sinoniman pojmu Computer-Mediated Commuication.

Tracy Rene LeBlanc u svom je doktorskom radu naveo da se *netspeak*, kao što svaki jezik u sebi sadrži razna narječja i dijalekte, sastoji od nekoliko žanrova koji su prikazani u sljedećoj tablici:



Slika 3: prikaz strukture netspeak-a[15]

Autor također navodi kako je jezik e-mail poruka negdje između telefonskog razgovora i pisma, pa je tako, iako u tekstualnom obliku, najsličniji razgovornom jeziku. Jezik je blogova okarakteriziran kao opušteniji i neformalniji, gdje svaki korisnik koristi rječnik kakav mu

14 Usp. ElBekraoui, Moulay L.; Hokanson, Brad. The impact of the Internet on language. URL: https://wiki.umn.edu/pub/DHA5399/Class15B/paperFinal2.pdf (2012-08-30)

15 Usp. Le Blanc, Tracy Rene. 1337 \/\/4YZ 0F $p34K1NG: Toward an unifying pragmatic theory of virtual speech community building, prosinac 2010. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11152010-220929/unrestricted/LeBlanc_diss.pdf (2012-08-30)

odgovara. IM jezik opisan je korištenjem mnogobrojnih akronima, skraćenica i *emoticona*. Razlog je tomu što i sami IM te SMS servisi često nude implementiranu mogućnost umetanja raznih *emoticona* 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. Kao posljednji se dio n*etspeaka* navodi *Leet speak* (često stiliziran kao 1337), o kojem će biti više govora u sljedećim poglavljima rada.

Sve u svemu, *netspeak* ima vrlo neformalnu tendenciju te ga je, ovisno o obliku, moguće smjestiti negdje između govora i pisane rasprave, u neku vrstu "tipkane interaktivne izmjene/razgovora". Upravo interaktivna funkcija daje *netspeaku* njegov jedinstveni karakter. [16]

Doktorica znanosti Deborah Healey u svojem radu *The Internet: Helping create „New English" or reinforcing old dominance?* tvrdi: "U mom vlastitom istraživanju *chatspeaka*, primijetila sam zanimljivu dihotomiju među studentima engleskog – mojim studentima te onima na stranicama za učenje engleskog jezika poput Dave's Cafea, i nekih od učitelja engleskog koji dolaze u moju instituciju za trening predavanja i tehnologije. Možda jer je njihov fokus vježba i jer koriste asinkrone diskusijske liste, ti studenti jezika rijetko koriste tipične skraćenice te slobodni tečni stil tipičan za *chat*. Učitelji su druga priča. Tijekom naših interakcija putem e-mail-a te na asinkronim diskusijskim listama, veliki broj učitelja često koristi malo slovo "i" te "u", kao ostale skraćenice tipične za *chat*.[17]

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.

Uglavnom postoje dvije vrste stavova prema *netspeak*-u. Neki ga vide kao prijetnju normi i smatraju da loše utječe na standardni jezik. Drugi ga vide kao mogućnost za uvođenje inovacija i novih načina izražavanja u jezik. U svakom slučaju, ostaje činjenica da ga ne možemo ignorirati jer je već prisutan. Engleski je jezik u obliku *netspeaka* izuzetno podložan izmjeni zbog novog medija. U isto vrijeme govornici drugih jezika prihvaćajući engleski potpuno ili djelomično također pridonose tim izmjenama, oblikujući ga u posve novi entitet dinamične i poprilično nepredvidljive naravi.[18]

16 Usp. Šabec, Nada. Slovene-English netspeak: Linguistic and socio-cultural aspects. URL: http://oddelki.ff.uni-mb.si/filozofija/files/Festschrift/Dunjas_festschrift/sabec.pdf (2012-08-30)

17 Usp. Healey, Deborah. The Internet: Helping create 'New English' or reinforcing old dominance?, 2007. URL: http://pages.uoregon.edu/dhealey/thaitesol_healey.pdf (2012-08-30)

18 Usp. Šabec, Nada. Slovene-English Netspeak: Linguistic and socio-cultural aspects. URL: http://oddelki.ff.uni-mb.si/filozofija/files/Festschrift/Dunjas_festschrift/sabec.pdf (2012-08-30)

3.2. Mrežna kultura (*Netiquette*)

Drugi bitan pojam vezan za izražavanje na mreži je *netiquette*. S obzirom 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. Također, udaljenost i manjak fizičkog kontakta i blizine prilikom mrežne komunikacije često dovodi do toga da se osjećamo manje obveznima pratiti neke smjernice u okviru standardne međuljudske komunikacije te često zanemarujemo osjećaj odgovornosti prema ostalim ljudima koji su korisnici mreže. Kao rezultat toga, razvijen je set smjernica koje imaju za cilj usmjeravati korisnike i održavati određenu razinu reda i kulture prilikom mrežne komunikacije. Te se smjernice najčešće nazivaju mrežnom etiketom ponašanja ili *netiquette*.
Netiquette 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.[19]
Mnogo je raznih smjernica kojih se treba pridržavati, a svaki vlasnik ili administrator određenog komunikacijskog kanala na mreži (foruma, oglasne ploče, komentara sadržaja i sl.) ima pravo postaviti svoja pravila te upozoriti na opće poznata.
Neke od najčešćih smjernica koje se pojavljuju na popisima *netiquette* smjernica ponašanja prilikom mrežne komunikacije jesu sljedeće:

- razmisli prije nego nešto napišeš i pošalješ
- budi kratak i drži se teme, ne troši vrijeme drugih ukoliko nema potrebe
- ne koristi velika slova prilikom pisanja svakog slova i riječi jer se to u mrežnoj komunikacija smatra jednako vikanju
- budi pažljiv prilikom uporabe humora, pogotovo sarkazma, jer je ponekad humor teško shvatiti samo iz teksta i to može dovesti do nesporazuma
- piši gramatički ispravno, bez skraćenica, akronima i ostalih oblika mrežnog žargona jer je moguće da svi nisu upoznati s njima i da će poruka ostati neshvaćena
- osobne razgovore i rasprave umjesto na javnim vodi na osobnim kanalima komunikacije
- ne koristi neprikladna mjesta za promociju i reklamiranje svojih ili tuđih proizvoda ili usluga

19 Usp. Stephens, Mary. Examples of online netiquette guidelines, 2009. URL: http://www.inverhills.edu/online/faculty/docs/NetiquetteGuidelines.pdf (2012-08-30)

- za izražavanje osjećaja koristi *emoticone*, ali u određenoj mjeri
- ne koristi riječi ili izraze koji mogu biti nepristojni, zlobni ili uvredljivi prema drugim korisnicima mreže

Kao što se navodi u smjernicama Iowa State University sveučilišta, "ukoliko promašiš pravilo, *cyber* policija te ne će privesti. Ali, kao i svaki oblik pristojnosti, *netiquette* se iznimno preporuča."[20]

Iz samih je smjernica vidljivo da se korištenje mrežnog žargona ne preporučate da su pojmovi *netspeak* i *netiquette* često oprečni i predstavljaju jezični konflikt. Dok zagovornici *netspeaka* opravdavaju, pa čak i potiču korištenje raznih oblika mrežnog žargona, zagovornici *netiquettea* pak naglašavaju kako žargon može biti nejasan svima i tako stvoriti nepotrebne i neželjene probleme u komunikaciji.

4. Vrste žargona u mrežnoj komunikaciji

Kao što smo već spomenuli, mrežni se žargon ili *netspeak* razvijao na različite načine i u različitim razdobljima, ovisno o kanalu, sadržaju, jeziku te ostalim svojstvima komunikacije. Iako ih je mnogo, većinu oblika mrežnog žargona možemo rasporediti u sljedeće vrste:

- Leet
- Posvajanje riječi i izraza iz engleskog jezika
- Korištenje skraćenica prilikom komunikacije
- Korištenje gramatički netočnih riječi i izraza
- Onomatopeje
- *Emoticoni*
- *Internetske meme* kao novi trend komunikacije

4.1. Leet

Leet, poznat još i kao leet speak ili 1337, jedan je od najstarijih oblika mrežnog žargona. Korištenje brojčanog žargona kao šifriranog sustava komunikacije jezik je elita i računalnih

20 Internet etiquette (Netiquette), travanj 1999. URL: http://www.extension.iastate.edu/Publications/PM1789D.pdf (2012-08-30)

šmokljana[21]. On je viši nivo komunikacije poznat još i kao "1337 sp34k" ili LEET SPEAK, te tretira ostali žargon i oblike kao niže forme komunikacije. Leet je vrlo popularan među programerima i hakerima koji se žele odvojiti od ostalih zajednica. Među adolescentima pak postoje pojedinci koji koriste leet za hvalisanje te impresioniranje ostalih, pogotovo u odnosima sa suprotnim spolom.[22] Dakle, leet se najviše pojavljuje i koristi među populacijom ljudi koji su usko vezanim za svakodnevni rad na računalu i koji ga smatraju svojim ekskluzivnim jezikom. "Pojam leet dolazi od skraćivanja riječi *elite* (elita)."[23] Jedan od najpoznatijih izraza iz leet jezika je n00b (noob), koji dolazi od engleski riječi *noobie* iliti *newbie*, a znači netko tko je nov, neiskusan, ili čak glup. Među poznatijima je također i pwn, koji je pak rezultat greške prilikom tipkanja. Naime, prilikom igranja video igrice Warcraft na mreži, jedan je korisnik napisao "Player X got pwnd", kada je u biti htio napisati "Player X got ownd" (ownd je leet verzija engleske riječi *owned*, što bi u prijevodu bilo "Igrač X je posjedovan"). No, zbog brzine je tipkanja igrača te blizine slova P i O na tipkovnici došlo do pogrješke, pa je tako umjesto ownd poslao pwnd, što se kasnije počelo širiti i često primjenjivati, posebno u komunikaciji unutar videoigrica, među programerima i ostalim šmokljanima, ali i sveukupnom mrežnom populacijom.

Svojstvo leeta je izmjenjivanje jednog ili više slova brojevima ili ostalim znakovima dostupnim na tipkovnici kao u sljedećem primjeru:

Leet → n3t$P3@K @nd L33t @r3 7W0 DifFeR3n7 7Hings N37 5pe@K i$ l0L lm@0 37C l33t i5 usInG NUmb3R5 IN573@d 0f l3773rs.[24]

Engleski → Netspeak and leet are two different things. Netspeak is "lol", "lmao" etc. Leet is using numbers instead of letters.

Prijevod → Netspeak i leet dvije su različite stvari. Netspeak je "lol", "lmao" itd. Leet je korištenje brojeva umjesto slova.

Vidljivo je kako se slova lako transkribiraju u brojke i ostale znakove, te također kako je nasumični korisnik foruma s kojega je primjer preuzet očito takozvani n00b, jer je i leet kao vrsta

21 U literaturi se navodi engleska riječ "geek", koja se u slobodnom prijevodu na hrvatski jezik prevodi kao šmokljan

22 Usp. ElBekraoui, Moulay L.; Hokanson, Brad. The impact of the Internet on language. URL: https://wiki.umn.edu/pub/DHA5399/Class15B/paperFinal2.pdf (2012-08-30)

23 Usp. Le Blanc, Tracy Rene. 1337 \/\/4YZ 0F $p34K1NG: Toward an unifying pragmatic theory of virtual speech community building, prosinac 2010. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11152010-220929/unrestricted/LeBlanc_diss.pdf (2012-08-30)

24 SheffieldForum. URL: http://www.sheffieldforum.co.uk/archive/index.php/t-592474.html (2012-08-30)

mrežnog žargona u biti dio *netspeaka*, kako je ranije i spomenuto.

4.2. Posvajanje riječi i izraza iz engleskog jezika

Kao što se ranije utvrdilo, najprisutniji je jezik na mreži engleski, koji prednjači daleko ispred svih ostalih, a i najveći broj mrežnih stranica dolazi upravo iz država engleskog govornog područja. Iako danas većina društvenih mreža, IM alata, e-mail servisa i ostalih kanala mrežne komunikacije nudi mogućnost korištenja usluge na hrvatskom jeziku, prije nekoliko godina to nije bio slučaj, a ni sada nije pravilo. Nadalje, nije samo internet zaslužan za stalnu izloženost engleskom jeziku. Cijela pop kultura 21. stoljeća kao osnovu ima engleski jezik, bilo da se radi o radiju, televiziji, glazbi, umjetnosti, filmu, sportu ili poslovnom svijetu. Engleski je jezik svijeta, a zbog povećane je globalizacije sve prisutniji u svim aspektima naših života. Švedske su tvrtke prestale koristiti slova specifična za nacionalnu abecedu u nazivima svojih proizvoda isključivo zbog međunarodnog karaktera tvrtke.[25] Sve je više proizvoda i na našim policama koji nemaju prijevod na hrvatskom jeziku. Najveći je problem i očiti utjecaj vidljiv upravo u području računalne i elektroničke opreme. Tehnološka su dostignuća i inovacije toliko brze da ih lingvisti ne mogu pratiti, pa svaku novu riječi ili izraz jednostavno asimiliramo iz engleskog jezika. 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 su poput space (razmaknica), link (poveznica), copy/paste (kopiraj/zalijepi) 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. Mnogo je pokušaja da se takve riječi prevedu na hrvatski, a upitno je koliko je to uopće nužno ili potrebno zbog bilo čega osim purizma u jeziku.

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, transkribirane na hrvatski jezik ili čak skraćene i pojednostavljene, takve su riječi neizbježni dio vokabulara mladih, a i poneke starijih osoba. Neke su od tih riječi sori ili sry (eng. *sorry* - oprosti), tenks ili tnx (eng. *thanks* - hvala), pliz ili pls (eng. *please* – molim), hej (eng. *hey* – bok) itd. Nije neobično u hrvatskom autobusu ili školskom razredu čuti mlade ljude kako se nakon slučajnog sudara ispričavaju sa *sori* umjesto *oprosti*, ili kako u znak zahvale

25 Usp. ElBekraoui, Moulay L.; Hokanson, Brad. The impact of the Internet on language. URL: https://wiki.umn.edu/pub/DHA5399/Class15B/paperFinal2.pdf (2012-08-30)

govore *tenks* umjesto *hvala*. Takav je govor najistaknutiji upravo na mreži, zbog neformalne prirode komunikacije te opuštenog okruženja i zajednice.

4.3. Korištenje skraćenica prilikom komunikacije

Korištenje skraćenica, svojevrsnih akronima, još je jedna od iznimno poznatih i korištenih vrsta mrežnog žargona. Čita li se akronim kao serija slova ili kao jedna zasebna riječ (na primjer BFF [bi-ef-ef] i LOL [lol]), 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.[26] Skraćenice su najkorištenije u komunikaciji putem *Instant Messaging* servisa te u komunikaciji SMS porukama. Prilikom IM komunikacije, s obzirom da se komunikacija odvija u realnom vremenu, poželjno je odgovoriti brzo, pa su tako korisnici počeli najčešće korištene izraze skraćivati u akronime njihovih početnih slova, kako bi ubrzali i pojednostavili pisanje istih. Isto tako, tipkanje SMS poruka na mobilnim telefonima zna biti zamorno i dugotrajno, te se vjerojatno iz istog razloga i tu počelo pojavljivati kraćenje izraza u akronime. Neki od primjera najčešće korištenih akronima jesu sljedeći:

- BRB – be right back (vraćam se odmah)
- OMG – oh my god (o moj bože, u smislu čuđenja)
- FTW – for the win (za pobjedu, u smislu da je nešto bolje od ostalog – "Linux FTW")
- WTF – what the f*** (grubo prevedeno kao "koji k****", smisao varira od konteksta; što to radiš, što se događa, zašto je nešto kakvo je i sl.)
- LOL – laughing out loud (smijem se naglas, kada se hoće istaknuti da je nešto smiješno)
- BTW – by the way (usput, u smislu napominjanja nečega dodatnog)
- ASL – age/sex/location (dob/spol/lokacija, kao pitanje prilikom upoznavanja stranca na mreži)
- ROFL – rolling on floor laughing (kotrljam se na podu od smijeha, kada se želi nešto okarakterizirati kao iznimno smiješno)

Sve se te skraćenice većinom koriste u IM komunikaciji, ali u drugim vrstama neformalne

26 Usp. Le Blanc, Tracy Rene. 1337 \/\/4YZ 0F $p34K1NG: Toward an unifying pragmatic theory of virtual speech community building, prosinac 2010. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11152010-220929/unrestricted/LeBlanc_diss.pdf (2012-08-30)

mrežne komunikacije, kao što je prikazano na slici ispod.



Slika 4: primjer korištenja skraćenica tijekom neformalne komunikacije na forumu Forum.hr

Na slici iznad vidimo skraćenice BTW i ROFL, korištene prilikom objave *posta* na forumu. Također, skraćenice se koriste i u raznim *chat* sobama. Ondje je najčešće korištena skraćenica ASL, kao direktan upit u profil korisnika s druge strane razgovora. Primjer je vidljiv na sljedećoj slici:



Slika 5: dvostruki primjer korištenja skraćenice ASL na chat servisu Omegle

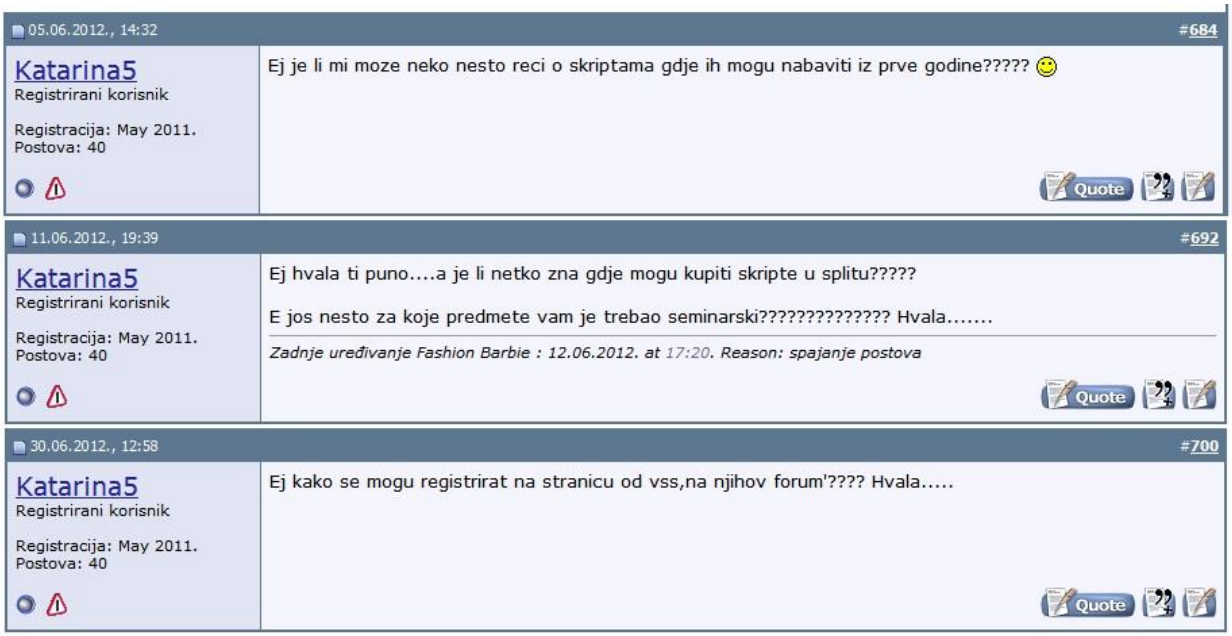
4.4. Korištenje gramatički netočnih riječi i izraza

Kao što je to bio slučaj s engleskim jezikom te skraćivanjem i iskrivljavanjem pojedinih riječi, ni hrvatski jezik na to nije imun. Vjerojatno iz istih razloga: dobivanja na vremenu, bržeg

pisanja ili jednostavno zbog lijenosti, mnoge su često korištene riječi iz hrvatskog jezika u mrežnoj komunikaciji zamijenjene kraćim i jednostavnijim oblicima. Tako susrećemo riječi poput nezz (ne znam), pozz (pozdrav), fkt (fakat), ln (laku noć), dt (dobar tek) i sl. Prisutni su naravno i okrnjeni oblici riječi korišteni i u razgovornom jeziku: ajde/ajd/ae (hajde), oš (hoćeš), di (gdje) itd. Iako ne u tolikoj mjeri kao kod engleskog jezika, i hrvatske su riječi postupno počele biti skraćivane. Nije nemoguće naići i na primjere skraćivanja riječi na samo jedno slovo, a najbolji je primjer toga skraćivanje pozdrava "ćao", posuđenog iz talijanskog jezika, na jednostavno "ć" prilikom pozdravljanja u neformalnoj komunikaciji. Tako normalni pozdrav "hajde ćao" vrlo lako postaje skraćeni "ae ć".

4.5. Onomatopeje

Iduća su vrsta mrežnog žargona su onomatopeje, tj. izražavanje zvuka tekstom. Najistaknutiji je primjer svakako "smijanje slovima" u obliku haha, hehe ili hihi. No, nije smijeh jedini osjećaj i zvuk koji pokušavamo prenijeti u svijet teksta. Kao znak frustracije često se koristi "aaaaaaa", kao znak iznenađenja "oooooo", a kao znak napetosti ili podsmijavanja "uuuuuu". Razvlačenje slova unutar riječi može značiti i odugovlačenje, povećavanje napetosti ili naglašavanje druge riječi (naprimjer: a daaaaaj, iiiiiiii ode, eeee moj Stanka). Među onomatopeje možemo ubrojiti i naglašeno korištenje razgodaka ili interpunkcije (točke, upitnika, uskličnika, zareza, trotočja itd.) s namjerom naglašavanja nečega pogrješkom ili jednostavno gramatičkom nepismenošću, kao što je vidljivo na slici ispod:



Slika 6: primjer naglašenog korištenja razgodaka tijekom neformalne komunikacije na forumu Forum.hr

4.6 *Emoticoni*

Pregledom raznih vrsta mrežnog žargona došli smo i do *emoticon*a, najpopularnijeg, najkorištenijeg i najprepoznatljivijeg fenomena današnjeg *weba*, ali i ostalih aspekata pop kulture. Sama narav CMC-a, kao što je već spomenuto, oblikovana je utjecajem korisnika, od kojih svaki ima različiti odgoj, obrazovanje, jezik, kulturu, religiju, stavove i mišljenja, ponašanje i sl., koji se zrcale u mrežnoj komunikaciji. Upravo je zbog toga često teško odrediti kontekst samog sadržaja komunikacije. Što je nekome šala, drugome je ozbiljna stvar, a što je nekome sveto, drugome je igra. 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. I ovako već pomalo hladan, lišen osobnosti i identiteta zbog mogućosti skrivanja iza lažnog profila u gotovo svakom od oblika mrežne komunikacije, internet je vapio za rješenjem koje bi unijelo barem nekakav oblik ljudskog dodira i prisutnosti. Iako ne-verbalni znakovi nisu prisutni u tekstualnom CMC-ju, postoje ne-tekstualne mogućnosti dostupne u obliku *emoticona*. *Emoticoni* su (tipo)grafski prikazi izraza lica s ciljem da prenesu društvene osjećaje. Time mogu povećati izmjenu osjećanih informacija dodavanjem društveni znakova izvan verbalnog teksta poruke.[27]

Mrežna je komunikacija u svakodnevnom životu postala gotovo podjednako česta kao i komunikacija licem u lice, u privatnom i u poslovnom životu. Upravo je zbog naglog rasta broja korisnika interneta te alata komunikacije bilo 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 smješka.[28]

Mnoge današnje društvene mreže, e-mailovi te IM servisi nude mogućost odabiranja *emoticona* iz zbirke koja predstavlja razne osjećaje i situacije, pa tako korisnik više nije dužan sam utipkavati znakove koji tvore *emoticon*, nego ga jednostavno odabere iz zbirke. *Emoticoni* danas dolaze i u raznim bojama, veličinama, pokretni su, te osim određenih izraza lica mogu predstavljati i razne riječi, popularne osobe i likove, događaje i sl. Poneki servisi poput Windows Live Messangera nude čak i mogućnost stvaranja vlastitih *emoticona* te njihovog korištenja tijekom komunikacije s ostalim korisnicima.

---

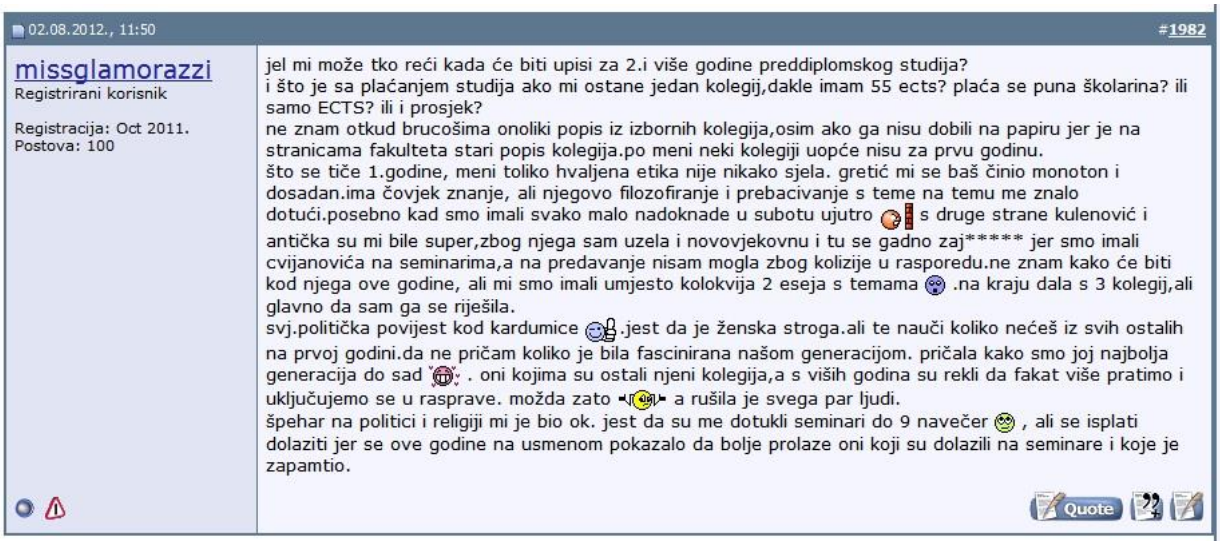
27 Derks, Daantye. Exploring the missing wink: Emoticons in cyberspace, 2007. URL: http://www.ou.nl/documents/Promoties-en%20oraties/Promoties/Promoties2007/Proefschrift_Daantje_Derks_definitieve_versie.pdf (2012-08-30)

28 Usp. Le Blanc, Tracy Rene. 1337 \/\/4YZ 0F $p34K1NG: Toward an unifying pragmatic theory of virtual speech community building, prosinac 2010. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11152010-220929/unrestricted/LeBlanc_diss.pdf (2012-08-30)

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.



Slika 7: primjer miješanog korištenja emoticona ponuđenih od strane servisa te kreiranih pomoću znakova tipkovnice tijekom neformalne komunikacije na forumu Forum.hr



Slika 8: primjer naglašenog korištenja emoticona ponuđenih od strane servisa tijekom neformalne komunikacije na forumu Forum.hr

Neki od najčešće korištenih *emoticona* 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

xD – smijeh širokog osmjeha i zatvorenih očiju

;-) – šala, potpora ili dvostruko značenje rečenoga

:-S – zbunjenosti, neslaganje, nervoza

:-| – dosada, nezainteresiranost

:'-(– plakanje, tuga

:-/ – skepticizam, nervoza ili stres

Istočnjački

^^, ^_^ ili ^.^ – smiješak ili sreća

-_-, -.- ili **-.-'** – negodovanje ili razočarenje

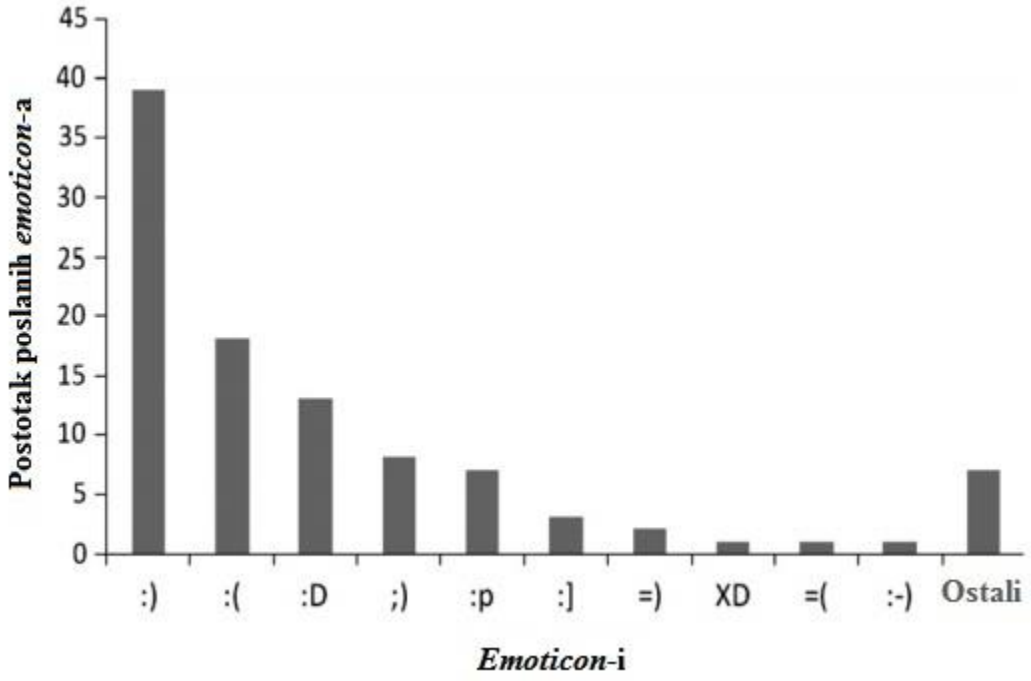
o.O ili **o_O** – nevjerica, iznenađenje

T.T – plakanje, tuga

>.< ili **>_<** – bol, neuspjeh ili frustracija

4.6.1. Istraživanje o korištenju *emoticona* u SMS porukama

Šest je znanstvenika iz Houstona i Atlante u SAD-u provelo 2012. godine istraživanje o korištenju *emoticona* prilikom slanja SMS poruka među studentima, s hipotezom da žene češće koriste *emoticone* prilikom slanja SMS-ova, kao i da koriste veći broj raznih *emoticona* od muškaraca. Ti su znanstvenici sljedeći: Chad C. Tossell, Philip Kortum, Clayton Shepard, Laura H. Barg-Walkow, Ahmad Rahmati i Lin Zhong. Kao uzorak su uzeli deset ženskih i jedanaest muških studenata završnih godina sveučilišta s raznih studija, različitih društvenih i ekonomskih statusa i rasa. Studentima su u periodu od šest mjeseci na korištenje dani iPhone mobilni telefoni koji su u sebi imali ugrađenu aplikaciju čija je zadaća bila bilježiti svako slanje *emoticona* SMS porukama, a koji su zbog privatnosti sudionika ignorirati sav ostali sadržaj. Tijekom šest mjeseci, sudionici su poslali 158,098 SMS poruka. Samo je 4,24% svih poslanih i primljenih poruka sudionika sadržavalo *emoticone*. Od toga, 96% sadržavalo je samo jedan *emoticon*, 3% sadržavalo je dva, a samo 1% više od dva *emoticona*. Sudionice su ženskog spola poslale skoro dvostruko više SMS poruka nego sudionici muškog spola, pa tako i skoro dvostruko više *emoticona*. Što se tiče učestalosti slanja određenih *emoticona*, dobiveni su sljedeći rezultati:



Slika 9: Postotak poslanih emoticona po vrsti emoticona[29]

Kao zaključak istraživanja američki znanstvenici navode: "Ipak postoje razlike u spolovima prilikom korištenja ovakve vrste CMC-a. Raniji radovi predlagali su da je tehnologija zatvorila jaz između spolova u ponašanjima kao što je komunikacija (Beniger, 1987.). Naši pronalasci pokazuju kako slanje SMS poruka prati slične uzorke ponašanja kao i komunikacija licem u lice (Bucj, Miller i Caul, 1974.). To jest, žene se više izražavaju osjećajima te koriste više neverbalnih znakova u usporedbi s muškarcima putem SMS, što odgovara njihovim češćem neverbalnim prikazima tijekom komunikacije licem u licem.[30]

4.7. *Internetske meme* kao novi trend mrežne komunikacije

Iako relativno novi fenomen u svijetu mrežne komunikacije, *meme* su trenutno možda i njezin najrašireniji i najkorišteniji oblik. *Internetske meme* mogu biti definirane kao riječi ili izrazi, slike, stripovi i videozapisi, te u nekim slučajevima sadrže reference na pop kulturu, koje ulaze u javnu sferu interneta. Brzo se šire, preoblikuju, te se ovisno o uspjehu zaboravljaju ili nastanjuju u javnu sferu.[31] Ukratko, *internetske meme* jesu:

29 Usp. Konstantineas, Charalambos; Vlachos, George. Internet Memes: Humor in late modernity and encroachment upon the mainstream. URL: http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wp-content/uploads/2012/06/vlachosvispaper.pdf (2012-30-08)

30 Usp. Barg-Walkow, Laura H.; Kortum, Phillip; Rahmati, Ahmad; Shepard, Clayton; Tossell, Chad C.; Zhon, Lin. A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones, prosinac 2011. URL: http://ahmad.rahmati.com/papers/12.CHB.Emoticon.pdf (2012-08-30)

31 Usp. Konstantineas, Charalambos; Vlachos, George. Internet Memes: Humor in late modernity and encroachment upon the mainstream.

– prema značenju:
- dijelovi kulture koji predstavljaju i profiliraju naše ideje
- profiliranje se događa kroz društvene mreže, blogove, ostale agregatore
- dokaz prelaska korisnika iz potrošača u stvaraoce
- sama činjenica da je nešto *mema* znači da je doseglo iznimnu popularnost i time da je prepoznato od milijun ljudi

– prema sadržaju
- *internetske meme* predstavljaju ono što je ljudima trenutno na pameti
- *meme* podcrtavaju ono što je ljudima bitno te pokazuju gdje i kako se ljudi odnose prema drugim korisnicima interneta
- *meme* najčešće traju kratko i brzo padaju u zaborav
- *meme* usprkos svojoj ponekad neozbiljnoj i besmislenoj namjeni, uvijek prenose poruku
- poruka može biti jednostavna šala, podizanje svijesti o trenutnom društvenom problemu ili ozbiljna stvar
- popularne su zbog humora, elementa iznenađenja, zanimljivosti ili zajedničkog iskustva

– prema nastanku
- stvaraju se na mrežnim stranicama poput 4chan, Reddit, 9GAG
- nastaju kao odgovor na pop kulturu, zajedničke društvene situacije ili interakcije, pa čak i u marketinške svrhe[32]

No, *meme* kao takve nisu samo ogroman utjecaj na društvo i pop kulturu, nego dakako i na sam jezik. Jedan od osnovnih razloga tomu je i njihova engleska narav koja tjera sve govornike ostalih jezika da koriste engleski ukoliko ih žele razumjeti ili da ih prevode na svoj jezik. Kao primjer toga možemo navesti Facebook grupu Sliksoni, koja ima oko 90.000 pretplatnika s područja Hrvatske i susjednih država, a koja redovito objavljuje nove i popularne *meme* u obliku slika i videozapisa. S obzirom da se radi o stranici s hrvatskog govornog područja, nerijetko se mogu pronaći i *meme* prevedene na hrvatski, iako je većina i dalje na engleskom jeziku. Osim korištenjem stranog jezika, *meme* na govor mladih utječu i uvođenjem nekih novih izraza i pojmova kao nuspojava svojeg širenja. Jedan je od takvih pojmova tzv. trolanje (eng. *troll*, *trolling*) koje označava situaciju u kojoj jedna osoba izvede spačku ili na neki način zavara drugu

URL: http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wp-content/uploads/2012/06/vlachosvispaper.pdf (2012-30-08)

32 Usp. Mujeebuddin, Faizan. Internet Memes: Instructional foundations and strategy. URL: http://innovationsinelearning.gmu.edu/assets/Innovations/presentations-2012/f_mujeebuddin_internet_memes_.pdf (2012-30-08)

osobu. Drugi je primjer izraz "me gusta", koji preveden sa španjolskog jezika znači "to mi se sviđa" ili "uživam u tome", a učestalo se koristi u situacijama u kojima se želi izraziti naklonost prema nekomu ili nečemu. Taj izraz dolazi iz iznimno popularnog *meme* stripa istog naziva.

Iako se možda rjeđe prenose u komunikaciju licem u licem od ostalih vrsta mrežnog žargona, *meme* su itekako čest oblik komunikacije među mladima na mreži, a nekad se pojavljuju i u potpuno netekstualnom kontekstu - u obliku dijeljenja slika, videozapisa i ostalih oblika *mema*.



Slika 10: Jedna od čestih tema Internet meme-a razne su fotografije mačaka s dodanim šaljivim opisom

5. Istraživanje

Nakon što je definirani pojam i razvoj mrežnog žargona, struktura mrežnog žargona te njezini oblici, dvodijelnim je istraživanjem ispitano i konkretno poznavanje i korištenje navedenih vrsta žargona među mladima u Hrvatskoj. U idućim će se poglavljima prikazati ciljevi i hipoteze istraživanja, korištena metodologija te rezultati i njihova interpretacija.

5.1. Ciljevi i hipoteze istraživanja

Na samom su početku postavljene dvije hipoteze istraživanja:

1. Većina ispitanika poznaje barem osnovne elemente mrežnog žargona.
2. Većina ispitanika koristi mrežni žargon u većem dijelu neformalne mrežne komunikacije.

Te su hipoteze potom služile kao osnove istraživanja. Prilikom istraživanja korištene su dvije metode: anketa i analiza sadržaja, a obje su imale za cilj potvrditi ili opovrgnuti dane hipoteze.
Prva hipoteza govori da većina ispitanika ankete poznaje barem osnovne elemente mrežnog žargona. Ispitani osnovni elementi mrežnog žargona jednaki su kao oni već ranije navedeni (leet, *meme*, te razni oblici *emoticona*, onomatopeja, skraćenice, posvajanje riječi ili izraza iz ostalih jezika te gramatički neispravni oblici riječi i izraza). Većina ispitanika odnosila bi se na 50%+1 od ukupnog broja pravilno ispunjenih anketa.
Druga se hipoteza odnosi na dio istraživanja koji se bavi analizom sadržaja i govori da većina ispitanika koristi mrežni žargon u većem dijelu neformalne mrežne komunikacije. I ponovno, radi se o istim već ranije spomenutim primjerima mrežnog žargona, i to putem neformalne komunikacije, dakle komunikacije s obitelji, prijateljima i sl. u svrhu dokolice, zabave, čavrljanja i ostalih potreba. Kanalima se neformalne komunikacije obično smatraju razne društvene mreže (Facebook, MySpace i sl.), blogovi i mikroblogovi (Twitter), *Instant Messangeri* (MSN ili Windows Live Messanger, Skype, Gtalk i sl.), razne mrežne stranice za razmjenu sadržaja i mišljenja (Tumblr, Flickr, Last.fm, deviantART i sl.), razne *chat* platforme (Omegle, Chatroullette i sl.) te internetski forumi. Za navedeno je istraživanje kao kanal neformalne komunikacije promatran forum.

5.2. Opis korištene metodologije

Kao što je navedeno, istraživanje se sastojalo od dva dijela: ankete i analize sadržaja. Metodologija je svakog od njih uvelike ovisila o potrebama istraživanja, kao i o trenutnim mogućnostima i o dostupnosti informacija.

5.2.1. Anketa

Jedan je od odabranih načina skupljanja potrebnih informacija te dobivanja željenih rezultata bilo provođenje ankete. Prilikom pripreme za njezino provođenje, nužno je bilo osmisliti pitanja koja bi donijela rezultate koji bi izravno pokazali valjanost prve hipoteze, zatim je bilo potrebno odrediti način i uzorak za provođenje ankete te pristup analizi rezultata.
S obzirom da se u ovom radu govori o korištenju mrežnog žargona među mladima, kao uzorak su odabrani mladi ljudi, studenti, stanovnici Republike Hrvatske u dobi od 17 do 30 godina. Jedino se usmjerenom i ciljanom provedbom ankete moglo sa sigurnošću doznati stupanj poznavanja mrežnog žargona među mladim ljudima.
Sama je anketa podijeljena na dva dijela: demografska su pitanja pomogla stvoriti sliku o uzorku ispitanika (spol i dob ispitanika), a drugi su dio bila pitanja vezana uz samo istraživanje (učestalost korištenja interneta za komunikaciju, kanali komunikacije, vrste komunikacije te poznavanje samih tipova mrežnog žargona). Anketa je provedena isključivo mrežnim putem, dijelom zbog jednostavnijeg širenja, ispunjavanja anketa i obrade rezultata, a dijelom zbog duha cjelokupnog istraživanja i rada o mrežnog komunikaciji. Kao platforma za izradu ankete korišten je sustav LimeSurvey, a kao kanali provedbe ankete korištene su Facebook grupe određenih studijskih grupa Fakulteta, studentski forumi te osobni kontakti. Anketom su ispitane 134 osobe iz raznih dijelova Hrvatske.

5.2.2 Analiza sadržaja

U drugom dijelu istraživanja, tj. analizi sadržaja, promatrana je i bilježena učestalost korištenja osnovnih tipova mrežnog žargona prilikom neformalne komunikacije među mladima. Kao objekt promatranja odabran je najposjećeniji i najaktivniji hrvatski forum, Forum.hr, kategorija *Društvo*, tema *Kutak za školarce i studente*, te podforum *Fakulteti i visoka učilišta*, kako bi se što točnije ograničilo pregledavanje sadržaja na ono što su objavili isključivo mladi ljudi, u ovom slučaju studentske dobi, prilikom neformalne komunikacije. Kao vremenski je

okvir uzeto razdoblje od 1. lipnja 2012. godine do 31. srpnja iste godine, zbog povećane aktivnosti objavljivanja tzv. *postova* na forumu koji se tiču studentskih ispita, upisa na fakultete i sl. Prilikom analize pregledano je 2519 *postova* u sljedećih 115 tema:

1. Akademija primijenjenih umjetnosti - Rijeka
2. Stručni studij informacijskih tehnologija u Splitu
3. Informatologija - Osijek
4. WantAdSchool - Reklamna školica
5. Muzička akademija - Zagreb
6. Studij sportskog menadžmenta
7. Visoka poslovna škola PAR
8. Akademija dramske umjetnosti
9. American College of Management and Technology - Dubrovnik
10. Studij predškolskog odgoja
11. Visoka škola za inspekcijski i kadrovski menadžment u pomorstvu
12. Arhitektonski fakultet - Split
13. Arhitektonski fakultet - pripreme
14. Filozofski fakultet - Zadar
15. Fakultet prometnih znanosti - Aeronautika
16. Veleučilište u Rijeci
17. Kineziološki fakultet
18. Prehrambeno-tehnološki fakultet Osijek
19. Studiranje u Puli
20. Studiranje u Hrvatskoj (za strance)
21. Filozofski fakultet - Pula
22. Visoka poslovna škola - Zagreb
23. Ekonomski fakultet - Osijek
24. VERN - Novinarstvo
25. Visoka škola Zrinski
26. prednost kod zapošljavanja
27. Sveučilišni studijski centar za studije mora - Split
28. Veleučilište u Požegi
29. Učiteljski fakultet - Osijek
30. Medicinski fakultet - Rijeka/Split
31. Turistički menadžment - Šibenik
32. Biotehnologija i istraživanje lijekova - Rijeka
33. Prirodoslovno-matematički fakultet
34. VSITE - Visoka škola za informacijske tehnologije
35. Ekonomija na FOI u Varaždinu
36. Geotehnički fakultet - Varaždin
37. Učiteljski fakultet - Rijeka
38. Sveučilišni studijski centar za stručne studije Split
39. Tekstilno – tehnološki fakultet
40. PMF - Znanosti o okolišu
41. Pravni fakultet – Split
42. Kemijsko-tehnološki fakultet - Split
43. Veleučilište u Karlovcu
44. Visoko gospodarsko učilište u Križevcima
45. Studij dizajna
46. PMF - Fizika
47. Strojarski fakultet - Slavonski Brod
48. Medijsko sveučilište - Split
49. Sveučilište u Dubrovniku
50. Zagrebačka škola ekonomije i managementa (ZŠEM)
51. Viša trenerska škola
52. Forenzika - Split
53. Odjel za fiziku - Osijek
54. Fakultet prometnih znanosti - Zagreb
55. Veleučilište Velika Gorica
56. Odjel za kemiju - Osijek
57. Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
58. Studiranje u Italiji
59. Veleučilište u Varaždinu - VELV (bivši VELS)
60. Odjel za ekonomiju i turizam - Pula
61. Geodetski fakultet - Zagreb
62. Građevinski fakultet - Split
63. Prirodoslovno - matematički fakultet - Split
64. Agronomski fakultet
65. Geologija
66. Sveučilišni odjel za matematiku - Rijeka
67. Studij fizioterapije
68. Elektrotehnički fakultet - Osijek
69. Društveno veleučilište - Zagreb
70. Upravno pravo
71. Veterinarski fakultet
72. Studij socijalnog rada
73. Sveučilište u Šibeniku
74. Filozofski fakultet - Split
75. Pomorski fakultet - Split

76. Stomatološki fakultet
77. Odjel za informatiku - Rijeka
78. Fakultet za turistički i hotelski menadžment
79. VERN - Visoka škola za ekonomiju poduzetništva
80. Fakultet političkih znanosti - politologija
81. Arhitektonski fakultet - Zagreb
82. Prehrambeno-biotehnološki fakultet - Zagreb
83. Visoka poslovna škola Libertas
84. Tehničko veleučilište - Zagreb
85. Tehnički fakultet - Rijeka
86. Pravni fakultet - Osijek
87. Studiranje u Njemačkoj
88. Visoka škola za sigurnost – Zagreb
89. Akademija likovnih umjetnosti
90. Fakultet organizacije i informatike - Varaždin
91. Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici
92. Veleučilište u Šibeniku
93. Medicinski fakultet - Osijek
94. PMF - Geografija
95. Zdravstveno veleučilište
96. Industrijsko inženjerstvo i management
97. Ekonomski fakultet - Split
98. Katoličko-bogoslovni fakultet - Zagreb
99. Visoka škola za poslovanje i upravljanje - Zaprešić
100. Pravni fakultet - Rijeka
101. Šumarski fakultet - Zagreb
102. PMF - Kemija
103. Filozofski fakultet Družbe Isusove - Zagreb
104. Studiranje u Sloveniji
105. Filozofski fakultet - fonetika [D]
106. Massachusetts Institute of Technology - MIT
107. Grafički fakultet
108. Poljoprivredni fakultet - Osijek
109. Građevinski fakultet - Zagreb
110. Hrvatsko katoličko sveučilište
111. Rudarsko-Geološko-Naftni fakultet
112. Studiranje u Kanadi
113. Radiologija
114. Farmaceutsko-biokemijski fakultet
115. Filozofski fakultet – Rijeka

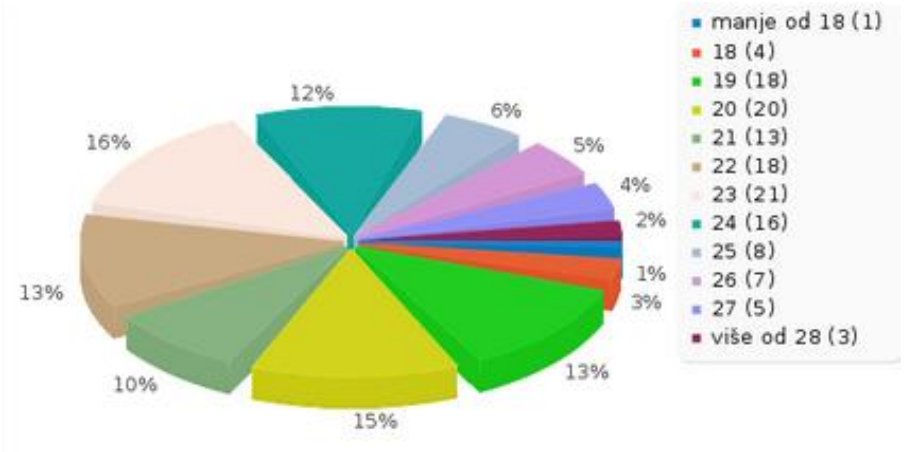
Bilježen je broj pojavljivanja već spomenutih tipova mrežnog žargona, između ostalog broj raznih *emoticona,* skraćenica, gramatički neispravnih riječi ili izraza, posuđenica i sl., kako bi se kasnije nakon obrade rezultata mogao usporediti broj objava *postova* s ukupnim brojem korištenja raznih oblika mrežnog žargona, te pojedinačnom usporedbom korištenja nekih od njih.

5.3. Rezultati istraživanja

5.3.1. Rezultati ankete

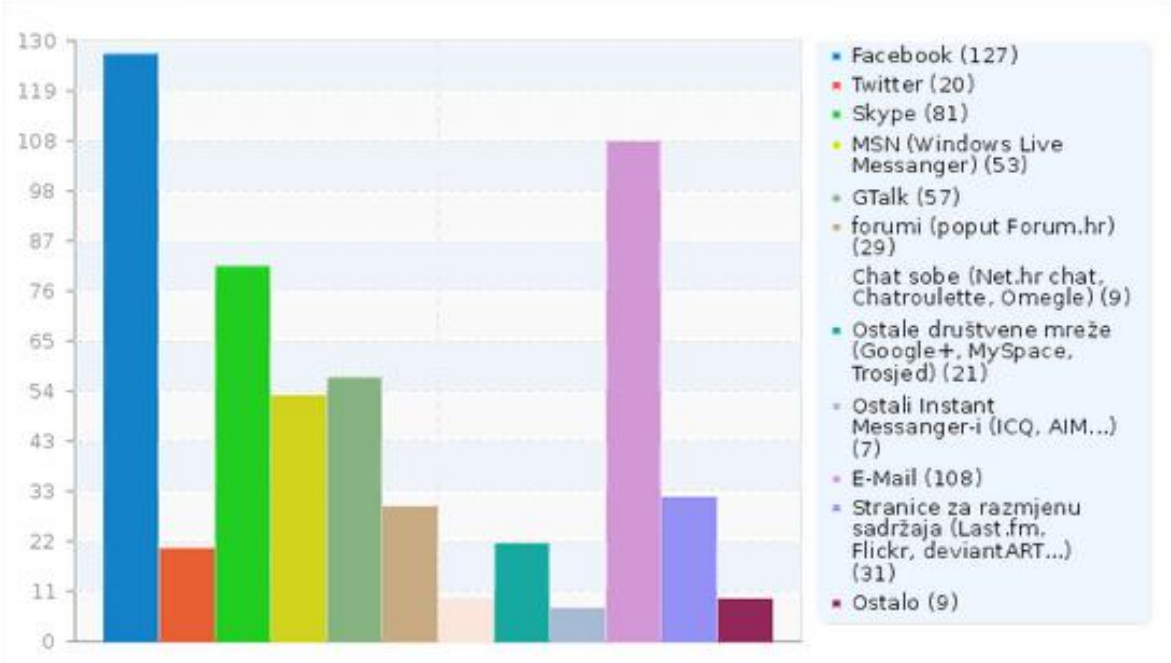
Kao što je već ranije spomenuto, ciljanim provođenjem dobivene su 134 pravilno ispunjene ankete. Analizom odgovora dobiveni su sljedeći rezultati:

1. Anketu su ispunile 134 osobe, od toga 95 ženskog (70,90%), a 39 muškog (29,10%) spola.
2. Većina je ispitanika u dobi od 19 do 25 godina, a nekolicina ostale dobi.



Slika 11: prikaz dobi ispitanika ankete

3. Iduće je pitanje, koje je glasilo "Koristite li Internet za komunikaciju s kolegama, prijateljima, obitelji i sl.?", imalo za cilj pokazati koriste li ispitanici internet za komunikaciju, a oni koji to ne čine nisu bili obvezni rješavati daljnju anketu. Tek su dva ispitanika odgovorila *ne*, dok je 132 odgovorilo *da*.
4. Četvrto je pitanje trebalo pokazati učestalost korištenja interneta za komunikaciju: 116 ispitanika koristi internet za komunikaciju svaki dan, dok ga preostalih 16 koristi nekoliko puta tjedno.



*Slika 12: prikaz učestalosti korištenja alata za mrežnu komuni*kaciju

5. U idućem pitanju ispitani su alati koji se najviše koriste za mrežnu komunikaciju. Od ponuđenih alata najviše su korišteni Facebook (94,78% ispitanika), e-mail (80,60%) i Skype (60,45%), dok su pod "Ostalo" još navedeni i Tumblr, Viber, Shelfari, Linkedin,

Reddit itd.

6. Iduće je pitanje vezano uz tip korištenja interneta: 77 ispitanika (58,33%) koristi ga i za formalnu i za neformalnu komunikaciju podjednako, 46 ispitanika (34,85%) pretežno za neformalnu komunikaciju, dok ga samo 9 ispitanika (6,82%) koristi pretežno za formalnu komunikaciju.
7. Sedmo se pitanje odnosi na poznavanje tzv. *meme*, pa je tako 82 ispitanika (62,12%) odgovorilo da zna što su, dok je 50 (37,88%) odgovorilo da ne zna što su *meme*.
8. I iduće se pitanje odnosilo na poznavanje određene vrste mrežnog žargona – leet (1337). U ovom slučaju, samo je 24 ispitanika (20,45%) odgovorilo da zna, dok je 105 ispitanika (79,55%) odgovorilo da ne zna što je to leet.
9. U devetom je pitanju proučavano poznavanje i učestalost korištenja određenih skraćenica i izraza popularnih u mrežnom žargonu, a dobiveni su sljedeći rezultati:

Tablica 3: prikaz učestalosti korištenja mrežnog žargona ispitanog anketom u postocima: najveći je postotak označen plavom, dok je najmanji označen crvenom bojom.

Skraćenica ili izraz	**Poznavanje i učestalost korištenja u postocima**				
	Ne znam što znači	**Nikada**	**Rijetko**	**Često**	**Uvijek**
BRB	19.70%	31.06%	21.97%	17.42%	9.85%
OMG	0.76%	20.45%	34.09%	27.27%	17.42%
FTW	16.67%	32.58%	29.55%	11.36%	9.85%
WTF	0.76%	17.42%	26.52%	37.12%	18.18%
LOL	0.00%	23.48%	27.27%	28.03%	21.21%
BTW	0.76%	17.42%	19.70%	34.85%	27.27%
ASL	52.27%	32.58%	14.39%	0.00%	0.76%
ROFL	13.64%	46.97%	29.55%	5.30%	4.55%
PWN	41.67%	36.36%	15.91%	2.27%	3.79%
Sry	3.79%	30.30%	16.67%	29.55%	19.70%
Tnx	0.00%	21.21%	12.88%	36.36%	29.55%
Pozz	0.76%	13.64%	18.18%	29.55%	37.88%
Noob (n00b)	28.79%	40.91%	16.67%	3.79%	9.85%

10. U posljednjem 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 sljedeći:

Tablica 4: prikaz učestalosti korištenja mrežnog žargona ispitanog anketom u postocima: najveći je postotak označen plavom, dok je najmanji označen crvenom bojom.

Simbol ili izraz	Učestalost korištenja u postocima			
	Nikada	Rijetko	Često	Uvijek
:-)	2.27%	6.06%	35.61%	56.06%
:-D	4.55%	6.82%	33.33%	55.30%
:-(	5.30%	23.48%	30.30%	40.91%
:-P	6.82%	9.09%	34.85%	49.24%
:S	17.42%	19.70%	28.03%	34.85%
:/	10.61%	18.18%	34.09%	37.12%
<3	9.09%	20.45%	32.58%	37.88%
:-*	9.85%	15.91%	35.61%	38.64%
^^	35.61%	29.55%	8.33%	26.52%
xD	16.67%	16.67%	25.76%	40.91%
Haha (hihi, hehe)	3.79%	3.03%	25.76%	67.42%

5.3.2. Rezultati analize sadržaja

Kao što je već navedeno, analizom je sadržaja obuhvaćeno 2519 *postova* u 115 tema, tijekom razdoblja od dva mjeseca. Bilježenjem učestalosti pojavljivanja raznih tipova mrežnog žargona dobiveni su sljedeći rezultati.

Najviše su se pojavljivali razni *emoticoni:*

Tablica 5: broj pojavljivanja emoticona tijekom analize sadržaja

Simbol	Broj pojavljivanja	Postotak pojavljivanja u odnosu na ukupan broj pojavljivanja mrežnog žargona
:-)	707	25,38%
:-(	149	5,35%
;-)	159	5,71%
:-D	648	23,26%
:S	117	4,20%
:/	142	5,10%
:O	27	0,97%
^^	13	0,47%
xD	44	1,58%
-.-	21	0,75%
<3	5	0,18%
>.<	3	0,11%
o.O	7	0,25%
Ostali forumski *emoticon*-i	554	19,89%
UKUPNO	**2596**	**93,18%**

Ostali forumski *emoticoni* uključuju sve *emoticone* koje je moguće uključiti u post prilikom objavljivanja, a nisu navedeni iznad. Na idućoj je slici moguće vidjeti neke od njih.



Slika 13: zbirka ponuđenih emoticona s foruma Forum.hr

Osim *emoticona*, javljali su se i ostali oblici mrežnog žargona.

Tablica 6: Broj pojavljivanja ostalih oblika mrežnog žargona tijekom analize sadržaja.

Ostali mrežni žargon	**Broj korištenja**	**Postotak pojavljivanja u odnosu na ukupan broj pojavljivanja mrežnog žargona**
Naglašeno korištenje razgodaka	94	3,37%
Nezz	6	0,22%
Haha (hehe, hihi)	19	0,68%
Pliz	4	0,14%
GTFO	1	0,04%
BTW	15	0,54%
Hej	8	0,29%
Pozz	5	0,18%
Aaaaaa	2	0,07%
@ (u smislu obraćanja nekome)	19	0,68%
Fkt	2	0,07%
Sry	6	0,22%
WTF	5	0,18%
LOL	4	0,14%
UKUPNO	**190**	**6,82%**

Emoticoni se kroz 2519 postova pojavljuju 2596 puta, dok se ostali tipovi mrežnog žargona pojavljuju 190 puta, što daje ukupno 2786 manifestacija mrežnog žargona.

5.4. Analiza rezultata i zaključak

Iz pregleda se i analize rezultata oba dijela istraživanja da izvesti više zaključaka. Prvi je od njih izravno vezan uz cilj i hipoteze istraživanja. Prva je hipoteza istraživanja pokrivena rezultatima ankete iz kojih možemo vidjeti da većina mladih ljudi u Hrvatskoj svakodnevno koristi internet za neformalnu komunikaciju te tvrdi da poznaje i koristi većinu oblika mrežnog žargona. Druga je hipoteza svoju djelomičnu potvrdu našla u rezultatima analize sadržaja foruma. Usporedbom broja pregledanih postova (2519) te ukupnog broja pojavljivanja nekog od oblika mrežnog žargona (2786) vidimo da u prosjeku svaki post sadrži najmanje jedno pojavljivanje mrežnog žargona. No, potvrđivanje je hipoteze uzeto kao djelomično jer se radi

većinom o emoticonima te u vrlo malom postotku o ostalim vrstama mrežnog žargona. Većina korisnika ipak koristi mrežni žargon, no on je u ovom slučaju bio vidljiv skoro pa isključivo kroz korištenje emoticona (90,41% od ukupnog broja pojavljivanja žargona), dok manji dio otpada i na ostale oblike žargona (tek 6,81%).
Nadalje, iz rezultata možemo izvući i nekoliko specifičnijih zaključaka.

Prema rezultatima ankete, vidljivo je da mladi ljudi, većinom u dobi između 19 i 25 godina, u velikoj većini svakodnevno koriste internet za neformalnu komunikaciju. Omiljeni im je način neformalne komunikacije svakako Facebook, a slijede ga još i e-mail, Skype, te ostale vrste *Instant Messangera* (MSN, Gtalk). U manjoj se mjeri za neformalnu komunikaciju koriste i forumi, *chat* sobe te razne stranice za razmjenu sadržaja.
No, prijeđimo na rezultate poznavanja i korištenja mrežnog žargona. Većina ispitanika ne poznaje tzv. leet. Mogući je razlog tomu i već navedena činjenica da je leet jedan od prvih oblika mrežnog žargona koji se pojavio, a s obzirom kako je na našim prostorima masovno korištenje interneta za komunikaciju ipak malo kasnilo za državama engleskog govornog područja, moguće je da nas je korištenje leet-a jednostavno zaobišlo. Također, leet se skoro pa isključivo spominje uz engleski jezik, pa je njegova slabija uporaba u državama koje ne koriste engleski kao primarni jezik očekivana. Leet je također i svojevrsni elitni jezik mreže, tj. jezik programera i šmokljana, koji su u provedenoj anketi vjerojatno u manjini. Dva su najpoznatija izraza iz *leet speaka*, n00b (početnik) i PWN (own, posjedovanje) također prošli kao nepoznati. S druge strane, tzv. *meme* ipak su dobro prošle među hrvatskom mladeži, pa tako većina ipak tvrdi da zna što su. Razlog tomu je vjerojatno i nedavna ogromna ekspanzija korištena *mema* na internetu i u pop kulturi te činjenica da se dio *mema* prevodi i na hrvatski jezik te distribuira preko lokalnih kanala (poput već spomenute Facebook grupe "Sliksoni").
Skraćenice engleskih izraza (BRB, OMG, LOL, FTW, WTF, ASL i BTW) većinom su dobro poznate ispitanicima, dok su najčešće korištene WTF, LOL i BTW, a najmanje poznate BRB i ASL. BRB (eng. *be right back*) skraćenica je vjerojatno manje poznata zbog činjenice da se u hrvatskom jeziku najčešće koristi skraćenica "sek," u smislu "vraćam se za sekundu", "pričekajte sekundu" ili "samo sekundu". ASL (eng. *age-sex-location*) skraćenica također je vjerojatno manje poznata zbog slabijeg korištenja *chat* soba engleskog govornog područja među ispitanicima.
Poznati su i rado korišteni i nepravilni oblici hrvatskih engleskih riječi (tnx – *thanks*, sry – *sorry*, pozz -pozdrav), s tim da je hrvatski pozz jedini naveden kao uvijek korišteni.
Što se tiče *emoticona*, situacija je poprilično drugačija. Vjerojatno zbog njihove jednostavnosti,

neograničenosti jezikom te činjenice da su prisutni u gotovo svakom kanalu neformalne komunikacije (društvene mreže, *Instant Messangeri*, e-mailovi, forumi). Većina je *emoticona* široko poznata i prihvaćena te, prema tvrdnjama ispitanika, uvijek korištena prilikom neformalne komunikacije. Jedina je iznimka *emoticon* "^^", vjerojatno iz razloga što dolazi iz istočno azijske kulture (pretežito Japana), pa je manje poznat i prihvaćen nego zapadnjački, pretežito američki *emoticoni*. Na kraju, izražavanje je smijeha slovima, u vidu onomatopeja poput haha, hihi i hehe, također navedeno kao uvijek korišteno.

Slično kao i kod ankete, i kod analize sadržaja foruma najistaknutiji su oblik mrežnog žargona bili *emoticoni.* Čak 2596 od ukupno 2786 pojava mrežnog žargona pripada upravo *emoticonima*. Najčešće su korišteni *emoticoni* koji izražavaju sreću ili zadovoljstvo (:-), :-D), a najmanje ponovno *emoticon* istočnoazijskog podrijetla(>.<), vjerojatno iz već navedenih razloga. Veliki su broj korištenja prikupili i razni *emoticoni* dostupni putem objavljivanja *postova* na forumu, zbog velike raznovrsnosti osjećaja te situacija koje prikazuju.
Iako prisutni u manjoj mjeri, ni ostali oblici mrežnog žargona nisu izostali. Tako se više puta javljaju nepravilni oblici engleskih (sry, pliz, hej) i hrvatskih (nezz, pozz) riječi, kao i već spomenute popularne skraćenice (BTW, WTF, LOL) te izražavanje zvukova slovima (haha/hihi/hehe te aaaaa). Zanimljivo je i naglašeno korištenje razgodaka (?????, ?!?!, !!, ,,,,, ...) koje u trenucima čak dovodi u pitanje pismenost hrvatske mladeži (konstantno korištenje zareza umjesto točke prilikom korištenja trotočja, tj. ,,,, umjesto ...).

5.4.1. Zaključak istraživanja

Usporedbom se rezultata ankete i analize sadržaja nameće zaključak da mladi ljudi u Hrvatskoj vrlo dobro poznaju mrežni žargon te ga koriste. Najviše su upoznati s raznim *emoticonima* te upravo njih najradije koriste prilikom komunikacije, a malo su slabiji u poznavanju i korištenju leet-a te istočnoazijskih *emoticona*. I domaća se mladež, kao i ona diljem svijeta, priviknula na korištenje što kraćih i jednostavnijih oblika izražavanja emocija, mišljenja, situacija i stavova, pa tako masovnim korištenjem raznog žargona nimalo ne odudara od svojih vršnjaka diljem svijeta i samo potvrđuje taj brzorastući svjetski trend. Vidno je da ni hrvatski jezik nije pošteđen masakriranja pravopisa i gramatike u svrhu pojednostavljivanja i modernizacije govora – izrazi poput pozz, nezz, fkt, hej itd. uzimaju sve većeg maha u komunikaciji mladih. Nakon razmatranja rezultata ankete te pregledanog forumskog sadržaja, postavlja se pitanje koliko će daleko ići razvoj jezika i u kojem smjeru, te u kojoj će mjeri

mrežna komunikacija i dalje utjecati na razvoj novih oblika žargona, kako na mreži, tako i u govoru.

7. Zaključak

Internet se od svog nastanka svakodnevno širi. Bilo da se radi o broju korisnika, broju mrežnih sjedišta ili količini informacija, rast je nezaustavljiv. Također se izgled i mogućnosti interneta i mreža mijenjaju. Brzina prijenosa informacija, dostupnost u svakom dijelu svijeta, sadržaj stvoren od strane korisnika itd. stvorili su te i dalje stvaraju razne kanale komunikacije koji koriste računalo kao medij. Neki su od njih su elektronička pošta ili e-mail, forumi, *chat* sobe, *Instant Messaging* te alati društvenog razvoja mreže poznatog pod nazivom Web 2.0, poput društvenih mreža, mikroblogova te stranica za razmjenu sadržaja. Ako uzmemo u obzir broj različitih dostupnih kanala, količinu mrežno izmijenjenih poruka, različitost svakog korisnika temeljenu na dobi, spolu, odgoju, obrazovanju, kulturi, društvenom okruženju i sl., te engleski jezik kao vladajući jezik mreže, očito je da se u takvim uvjetima morao stvoriti novi oblik komunikacije, svojevrsni žargon specifičan za takvu zajednicu. Upravo je taj žargon nazvan *netspeak*, a definiran je kao ukupnost komunikacije pri korištenju računala kao medija ili, češće, kao manifestacija žargona koja se pojavljuje prilikom mrežne komunikacije. Kao i svaki jezik, i *netspeak* ima svoju strukturu i svoje dijelove te oblike. Neki od njih su skraćenice, *emoticon*i, posuđenice iz engleskog jezika, gramatički netočni oblici riječi te leet. Leet se pojavio kao jezik računalne elite – programera i šmokljana. Iako ne toliko raširen među ostalim korisnicima, neki su od popularnijih leet izraza, poput n00b i PWN, ipak pronašli svoje mjesto u rječniku većine korisnika mreže. Skraćenice se ili akronimi najviše koriste prilikom IM-a ili slanja SMS-ova, zbog potrebe da se poruke slane u stvarnom vremenu što više skrate i pojednostave. Tako su neki od najčešće korištenih izraza dobili svoju skraćenu inačicu – BTW, LOL, WTF, OMG i sl. U hrvatski su jezik usvojene i druge česte razne engleski riječi poput thanks, sorry, please - skraćene i transkribirane zbog jednostavnijeg korištenja. I sam je hrvatski jezik doživio promjene. Često korištene riječi poput ne znam, pozdrav, laku noć i sl. dobile su svoju skraćenu verziju. Ipak, svi ti oblici mrežnog žargona nisu u mogućnosti dati mrežnoj komunikaciji ono što joj najviše nedostaje, a to je ljudski faktor. Računalna se komunikacija zbog nedostatka osjećaja u pisanom tekstu često krivo shvaća i često je nerazumljiva ili neprikladna. Iz tog su razloga u mrežnu komunikaciju uvedeni *emoticoni* koji su predočavanjem izraza ljudskih lica dali kontekst porukama koje su se mrežno slale. Najnoviji su oblik mrežne komunikacije, koji se polako uvlači

i u jezik, *Internetske meme*. Taj fenomen interneta i pop kulture pokazuje koliko je mreža istovremeno heterogena i homogena okolina u kojoj se razne skupine ljudi okupljaju oko stvari o kojima dijele zajedničko mišljenje, koje smatraju zabavnima, smiješnima ili zanimljivima.

Kada znamo svu pozadinu mrežnog žargona, sve kanale u kojima je prisutan te vrste i oblike u kojima se pojavljuje, možemo početi ispitivati njegovo stvarno poznavanje i korištenje. Za takvo je ispitivanje bilo potrebno provesti istraživanje od dva dijela. Anketom se ispitalo poznavanje i učestalost korištenja mrežnog žargona među mladima, dok su se analizom sadržaja utvrdili opseg i količina korištenja. Anketa je sadržavala deset pitanja: kroz prva dva su se definirali dob i spol ispitanika, dok je ostalih osam poslužilo za donošenje zaključaka o poznavanju i korištenju mrežnog žargona. Analiza je sadržaja obavljena na forumu , obliku neformalne komunikacije na kojem je najjednostavnije pratiti i bilježiti pojave mrežnog žargona a kroz pregledavane se teme iz područja studiranja i studentskih pitanja bilježila svaka pojava mrežnog žargona.

Rezultati i analiza istraživanja pokazali su kako i mladi ljudi, većinom u dobi od 19 do 25 godina, iz svih dijelova Hrvatske, vrlo dobro poznaju mrežni žargon te tvrde kako neke oblike koriste često ili uvijek u komunikaciji. U tome prednjače *emoticoni* za koje skoro svi ispitanici tvrde da ih prilikom neformalne mrežne komunikacije uvijek koriste.

To potvrđuju i rezultati analize foruma. Broj je pojavljivanja *emoticona* nadmašio i broj objavljenih *postova*, što znači da u prosjeku svaki post sadrži najmanje jedan *emoticon*. Najkorišteniji su *emoticoni* koji prikazuju sreću i radost (:-) i :-D), a prate ih i oni koji prikazuju tugu te "namigivanje" (:-(i ;-)). Na forumu su se pojavljivali i ostali oblici mrežnog žargona, no u daleko manjoj mjeri od *emoticona*. Da se zaključiti da su *emoticoni* sasvim dovoljni da se tekstualne poruke stavi u kontekst, da im se doda svojevrsni oblik osjećaja i ljudskog dodira te da mrežnu komunikaciju približe razumljivijoj komunikaciji licem u lice.

Na kraju krajeva, upravo to i jest svrha mrežnog žargona. U kolikoj god mjeri prenosili svakodnevnu komunikaciju na mrežu te se trudili izjednačiti je sa stvarnom komunikacijom licem u lice, u nju jednako tako prenosimo i ostale društvene elemente, a to su izražavanje osjećaja, stvaranje riječi i izraza koje samo određena grupa ljudi razumije, skraćivanje i pojednostavljivanje prenošenih poruka i sl. Mrežni se jezik treba promatrati kao zasebna cjelina, svojevrsna projekcija govora u tekstualni svijet u kojem sva svojstva jezika nalaze svoje mjesto, pa tako i žargon. Jedina je razlika između govornog i mrežnog jezika doseg – ono što kažemo na mreži, sada sluša cijeli svijet.

Literatura

1. Baker, Paul. Language in Computer-Mediated Communication (CMC). URL: http://www.ling.lancs.ac.uk/staff/paulb/206/cmclec.pdf (2012-08-30)
2. Barg-Walkow, Laura H.; Kortum, Phillip; Rahmati, Ahmad; Shepard, Clayton; Tossell, Chad C.; Zhon, Lin. A longitudinal study of emoticon use in text messaging from smartphones, prosinac 2011. URL: http://ahmad.rahmati.com/papers/12.CHB.Emoticon.pdf (2012-08-30)
3. Derks, Daantye. Exploring the missing wink: Emoticons in cyberspace, 2007. URL: http://www.ou.nl/documents/Promoties-en%20oraties/Promoties/Promoties2007/Proefschrift_Daantje_Derks_definitieve_versie.pdf (2012-08-30)
4. ElBekraoui, Moulay L.; Hokanson, Brad. The Impact of the Internet on Language. URL: https://wiki.umn.edu/pub/DHA5399/Class15B/paperFinal2.pdf (2012-08-30)
5. Healey, Deborah. The Internet: Helping create 'New English' or reinforcing old dominance?, 2007. URL: http://pages.uoregon.edu/dhealey/thaitesol_healey.pdf (2012-08-30)
6. Internet Etiquette (Netiquette), travanj 1999. URL: http://www.extension.iastate.edu/Publications/PM1789D.pdf (2012-08-30)
7. Konstantineas, Charalambos; Vlachos, George. Internet Memes: Humor in late modernity and encroachment upon the mainstream. URL: http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wp-content/uploads/2012/06/vlachosvispaper.pdf (2012-08-30)
8. Le Blanc, Tracy Rene. 1337 \/\/4YZ 0F $p34K1NG: Toward an unifying pragmatic theory of virtual speech community building, prosinac 2010. URL: http://etd.lsu.edu/docs/available/etd-11152010-220929/unrestricted/LeBlanc_diss.pdf (2012-08-30)
9. Mennecke, Brian. Web 2.0: It's not new technology, but it is new. URL: http://www.bus.iastate.edu/mennecke/594/Lecture%205-Web%2020%20-%20Its%20Not%20New%20Technology%20But%20it%20is%20New.pdf (2012-08-30)
10. Mujeebuddin, Faizan. Internet Memes: Instructional foundations and strategy. URL: http://innovationsinelearning.gmu.edu/assets/Innovations/presentations-2012/f_mujeebuddin_internet_memes_.pdf (2012-08-30)
11. Nardi, Bonnie A.; Whittaker, Steve; Bradner, Erin. Interaction and outeraction: instant messaging in action. URL: http://www.ischool.utexas.edu/~i385q-dt/readings/Nardi_Whittaker-2000-Interaction.pdf (2012-08-30)
12. Oliva, Ralph A. Instant messaging comes of age, 2003. URL: http://isbm.smeal.psu.edu/library/articles/general-interest-articles/instant-messaging-comes-of-age-sp03.pdf (2012-08-30)
13. O'Reilly, Tim. What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software, 2005. URL: http://facweb.cti.depaul.edu/jnowotarski/se425/What%20Is%20Web%202%20point%200.pdf (2012-08-30)
14. SheffieldForum. URL: http://www.sheffieldforum.co.uk/archive/index.php/t-592474.html (2012-08-30)
15. Stephens, Mary. Examples of Online Netiquette Guidelines, 2009. URL: http://www.inverhills.edu/online/faculty/docs/NetiquetteGuidelines.pdf (2012-08-30)
16. Šabec, Nada. Slovene-English Netspeak: Linguistic and Socio-cultural Aspects. URL: http://oddelki.ff.uni-mb.si/filozofija/files/Festschrift/Dunjas_festschrift/sabec.pdf
17. The Huffington Post. URL: http://www.huffingtonpost.com/huff-wires/20120202/us-facebook-ipo-growth/ (2012-08-30)