



UDK 81'276.3-053.6:004.738.5

Blaženka Filipan-Žignić, Marija Turk Sakač

Učiteljski fakultet Zagreb, Hrvatska

blazenka.filipan-zignic@ufzg.hr

marija.sakac@skole.hr

UTJECAJ NOVIH MEDIJA NA JEZIK MLADIH U PISANIM RADOVIMA

U ovome se radu željelo istražiti rabe li učenici osmih razreda osnovne škole u svojim radovima pisanim u školi i za školu kao i u njihovo slobodno vrijeme sljedeće elemente jezika novih medija: anglizme, kratice, emotikone, višestruke interpunkcijske znakove i druga grafo-stilistička sredstva. Rezultati navedenoga istraživanja pokazali su da učenici osmih razreda vrlo često rabe sve navedene elemente koji predstavljaju karakteristična obilježja jezika novih medija u svojim tekstovima pisanim u slobodno vrijeme dok ih u školskim pisanim radovima gotovo ne rabe.

Ključne riječi: jezik novih medija, pisani radovi učenika 8. razreda, anglizmi, kratice, emotikoni

In the article, the authors investigate whether eighth-graders use elements of the language of new media in their texts written at school, for school, or in their spare time, such as: anglicisms, abbreviations, emoticons, multiple punctuation marks, and other graphostylistic devices. Based on the results of the research, it is evident that eighth-graders very often use all the elements that are characteristic features of the language of new media in the texts written in their spare time whereas they hardly use them in their school assignments.

Keywords: language of new media, writing of 8th-grade students, anglicisms, abbreviations, emoticons

0 Uvod

Od početka trećeg tisućljeća došlo je do brzog širenja računalnih medija, informacijske i komunikacijske tehnologije, posebice razvojem Web 2.0 alata i stalnog dodavanja novih usluga. Medijalizacijom svakodnevnog života nastala je tzv. računalno posredovana komunikacija (CMC) koja je prema Crystalu (2006) dovela do društvene i jezične revolucije. Dostignuća na svim znanstvenim i stručnim područjima neminovno utječu i na jezik koji je također podložan promjenama te kao takav nastoji pronaći način kako nove promjene uklopiti u već postojeći jezični sustav (Ferčec, 2006). Računalno posredovana komunikacija (komunikacija novim medijima) danas pokriva veliki prostor, a čovjek je u mogućnosti odašiljati istu poruku istodobno velikom broju ljudi. Razvoj i širenje novih medija utjecao je, dakle, na organizaciju međuljudskih odnosa, doveo do novih načina komunikacije i uveo promjene u sam jezik te stvorio nove medijske diskurse (Granić, 2006).

Jezik koji je karakterističan za različite internetske usluge Crystal (2006) naziva *Netspeakom*, a sadrži elemente i govora i pisma. Danas tekstovi pisani u novim medijima (*Facebook*, SMS i sl.) sadrže elemente usmenoga govora tipičnog za slobodan stil usmene komunikacije, tj. razgovorni stil. Takve je tekstove Storrer (2001) nazvala »otipkanim razgovorom«. Komunikacija novim medijima dovela je do nejasnih granica između pisanog i usmenog jezika. Koch & Österreicher (1994) opisuju dva koncepta pismenosti, tj. konceptualnu pismenost i konceptualnu usmenost. Međutim u novim medijima ta su dva koncepta u interakciji. Ti koncepti dolaze do punoga izražaja u *Facebooku* koji se koristi za komuniciranje, ali i za informiranje, dijeljenje informacija, objavljivanje fotografija, za pregledavanje informacija i na kraju za igranje. *Facebook* danas ima gotovo 1,6 milijardi korisnika (<http://www.netokracija.com/facebook-korisnici-prihod-rezultati-2016-112942>).

Sve ovo navedeno govori u prilog tome da je *Facebook* postao nov način komuniciranja i nova forma društvenosti. U glavne funkcije *Facebooka* mogu se ubrojiti vlastiti profil (s ili bez fotografije ili fotoalbuma), opcija prijatelji, komunikacija putem komentara ili linkova, fotografije i video zapisi te razne aplikacije. Najčešća pak zamjerka *Facebooku* jest nedovoljna kontrola privatnosti, iako sam *Facebook* posjeduje neku mogućnost kontrole privatnosti svakoga korisnika. Usprkos svim negativnostima i kritikama *Facebook* ostaje najpopularnijom internetskom društvenom mrežom koja se neprestano širi i razvija (Filipan-Žignić, Mošmondor, 2015b).

Osim komunikacije internetom, i komunikacija mobilnim telefonom danas je postala nezaobilaznim dijelom svakodnevice, posebice mladih. Ta činjenica nikako ne čudi jer je itekako poznato da suvremeni mobilni telefoni nude brojne mogućnosti. Stoga je neosporna činjenica da mladi danas nikud ne idu bez mobilnog telefona. Preko mobitela odašilju SMS (*Short Message Service*) poruke, pretražuju internet ili odlaze na *Facebook* te odatle šalju poruke ili uređuju svoje statuse i sl.

Rodek (2011) razmatra novu organizaciju učenja i nastave te ulogu nastavnika s obzirom na pojavu novih medija. O navikama korištenja društvenih mreža, posebice *Facebooka* kod osnovnoškolaca u Hrvatskoj pišu Kušić (2010), Tanta i dr. (2014), Nikodem i dr. (2014), Labaš (2012).

Relativno je malen broj istraživanja jezika novih medija i pismenosti mladih na *Facebooku*, ali i u drugim uslugama novih medija u Hrvatskoj, no posljednjih godina su ipak u porastu.

O obilježjima jezika novih medija u Hrvatskoj piše Filipan-Žignić (2012) u knjizi *O jeziku novih medija*, kao i u brojnim znanstvenim istraživanjima (2015, 2016. i dr.), gdje kao samostalna autorica ili u suautorstvu analizira temeljna obilježja jezika novih medija te način pisanja mladih (gimnazijalaca) s obzirom na zastupljenost elemenata jezika novih medija.

Rezultati navedenih istraživanja o jeziku *Facebooka* i SMS poruka potvrđuju Crystalovu (2006) tvrdnju da je računalno posredovana komunikacija (CMC) dovela

ne samo do društvene, već i jezične revolucije. Došlo je do promjena na svim jezičnim razinama: na pravopisnoj, grafostilističkoj, morfološkoj, sintaktičkoj, semantičkoj i leksičkoj razini.

Na pravopisnoj razini dolazi do nekorištenja ili nepravilne uporabe interpunkcijskih znakova, pisanja samo malim, samo velikim ili miješanim slovima, ponavljanja grafema, pisanje riječi zajedno ili odvojeno, a dolazi i do grešaka uzrokovanih medijem (Filipan-Žignić, 2012).

Na grafostilističkoj razini pojavljuju se emotikoni ili osjećajnici. Emotikoni u SMS diskursu izražavaju ono što u usmenoj komunikaciji predstavljaju čestice, uzvici, prozodija, mimika i geste. Istraživanja pokazuju da su mlađi korisnici SMS poruka skloniji uporabi emotikona (Filipan-Žignić, 2012).

Na morfološkoj razini nema većih odstupanja, osim u slučaju tvorbe kratica, koje su vrlo zastupljene u SMS porukama. Kratice u SMS diskursu javljaju se kao akronimi, strane i domaće, slogovne kratice te složene kratice (Filipan-Žignić, 2012).

Na semantičkoj razini pojavljuju se gotovo sve teme iz svakodnevnog života, kao što su ljubav, obitelj, škola, prijateljstvo, izlazak, slobodno vrijeme, odmor, rođendani, kućni ljubimci, sport, politika i društvo u cjelini, ali i druge zanimljive teme, poput razbijanja ljubavne veze, oglašavanje putem SMS poruka ili otpuštanja s posla, ali i sukob lokalnih političara što upućuje na činjenicu da gotovo nema teme koja ne bi mogla biti zastupljena u SMS poruci (Filipan-Žignić, 2012).

Na leksičkoj razini često se koriste anglizmi. Mladi od 12 do 30 godina starosti su najčešći korisnici anglizama. Istraživanja su pokazala da gotovo 90 posto kratica koje se koriste u porukama jesu engleskog podrijetla. Osim anglizama, u SMS porukama učestala je uporaba i dijalektizama, ali i vulgarizama (Filipan-Žignić, 2012).

Prema svemu navedenom, možemo zaključiti da glavna obilježja jezika novih medija, poglavito onoga iz usluga poput *Facebooka* ili *Twittera*, kao i jezika SMS-a, jesu hibridizacija pisanih i usmenih oblika, nepoštivanje norme, uporaba emotikona, kratice, grafičko-stilističkih sredstava, anglizama, neologizama te različitih varijeteta, a najčešće su posljedica jezične ekonomije i tehnoloških ograničenja (Filipan-Žignić, 2012).

Praktičnost i ograničeni prostor temeljna su, nadalje, obilježja SMS poruka, koja su dovela do vrlo zanimljive pojave, a to je kreativnost u njihovom sastavljanju i kraćenju.

Ne čudi stoga podatak da i mnogi znanstveni radovi o jeziku SMS poruka s engleskog govornog područja često imaju vrlo kreativne naslove i time dočaravaju kreativnost SMS poruka. Humphrys (2007) je objavio tekst sa zanimljivim naslovom *I h8 txt msgs*. Crystal 2008. g. objavljuje članak *2b or not 2b*. Bieswangerov članak nosi naslov *2 abbrevi8 or not 2 abbrevi8: A Contrastive Analysis of Different Space-*

and Time-Saving Strategies in English and German Text Messages (2007). Yusuf, Natsir i Yusra (2016) objavljuju članak (. _)/ *dont 4get 2 txt me plz! Linguistic and Discoursal Features of Short Message Service by Female Texters.*

1 Cilj, hipoteze i metodologija istraživanja

Cilj ovog istraživanja jest kroz procjenu učenika 8. razreda osnovne škole o učestalosti zastupljenosti elemenata jezika novih medija u njihovim radovima pisanim u školi i za školu te u tekstovima pisanim u slobodno vrijeme utvrditi utječe li jezik novih medija na pismenost učenika osnovne škole. U tu svrhu postavljene su sljedeće hipoteze:

H1: Učenici procjenjuju da u pisanim radovima u školi i za školu vrlo rijetko rabe elemente jezika novih medija (anglizme, kratice, emotikone, višestruke interpunkcijske znakove i druge ikoničke znakove).

H2: Učenici procjenjuju da u tekstovima pisanim u slobodno vrijeme vrlo često koriste elemente jezika novih medija (anglizme, kratice, emotikone, višestruke interpunkcijske znakove i druge ikoničke znakove).

H3: Jezik novih medija ne utječe negativno na pismenost učenika osnovne škole.

Prigodni uzorak ispitanika činilo je 56 učenika (N=56) 8. razreda Osnovne škole »Ivan Benković«. Učenici su ispunili anketni upitnik koji su osmislili Filipan-Žignić i dr. 2015a. godine (na temelju upitnika Dürscheid et al. 2010), a odnosi se na korištenje elemenata jezika novih medija u pisanim radovima u školi i za potrebe škole, kao i u tekstovima pisanim u novim medijima u slobodno vrijeme: na *Facebooku*, u pričaonici, forumu i SMS-porukama (*Viberu*, *WhatsAppu*...) kod učenika 8. razreda osnovne škole.

U anketnom upitniku, uz sociodemografske podatke, učenici 8. razreda morali su na skali Likertovog tipa s 5 stupnjeva procjene (nikada, vrlo rijetko, ponekad, vrlo često, uvijek) zaokružiti učestalost njihovog korištenja elemenata jezika novih medija, odnosno pojedinih čestica upitnika, u pisanim radovima pisanim u školi i za potrebe škole, kao i u tekstovima pisanim u novim medijima u slobodno vrijeme.

Elementi jezika novih medija, tj. pojedinačne čestice upitnika bile su: *kratice, emotikoni, samo velika slova, samo mala slova, mješovita slova, višestruki interpunkcijski znakovi, ikonički znakovi, uzvici i oznake smijeha, sintagme bez subjekta, sintagme bez pomoćnog glagola, dijalektizmi, vulgarizmi i anglizmi.*

Elementi jezika novih medija s objašnjenjima koji su bili dijelom upitnika za učenike o pisanju u školi i za potrebe škole te u slobodno vrijeme u novim medijima bili su sljedeći:

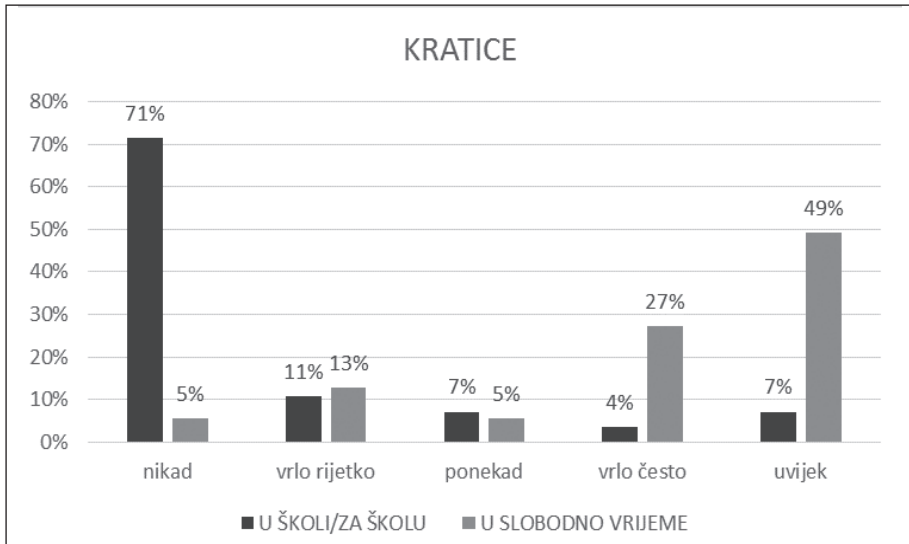
1. kratice (btw, lol, fkt, dns, nmg, odg. i sl.)
2. emotikoni (☺, ☹ i sl.)
3. sva velika slova (NEĆU DOĆI i sl.)
4. samo mala slova (marko je bio u zagrebu i sl.)
5. mješovita slova (unuTar rijEči i sl.)
6. višestruki interpunkcijski znakovi (?????; !!!!!, :::::, i sl.)
7. drugi znakovi (*****, @, @, (((, &&&&, →→, ♥♥ i sl.)
8. uzvici i oznake smijeha (ooooo, uuuuu, haaaa, i sl.)
9. sintagme bez subjekta (bio kod tebe i sl.)
10. sintagme bez pomoćnog glagola (ja čuo ti jučer stigla ... i sl.)
11. aorist i imperfekt umjesto perfekta (dodoh i sl.)
12. dijalektizmi (kaj, napravil, plac i sl.)
13. anglicizmi (šeram, lajkam, forvardiram, fejs i sl.)
14. vulgarizmi (j... se, u pm, i sl.)

Za potrebe ovoga rada analizirani su sljedeći elementi jezika novih medija: *anglizmi, kratice, emotikoni, višestruki interpunkcijski znakovi i drugi ikonički znakovi.*

2 Rezultati istraživanja i rasprava

2.1 Kratice

Rezultati istraživanja provedenog na 56 učenika 8. razreda koji se odnose na korištenje elemenata jezika novih medija u pisanim radovima u školi i za potrebe škole, kao i u tekstovima pisanim u novim medijima u slobodno vrijeme: na *Facebooku*, u pričaonici, forumu i SMS-porukama (*Viberu, WhatsAppu...*) kod učenika 8. razreda

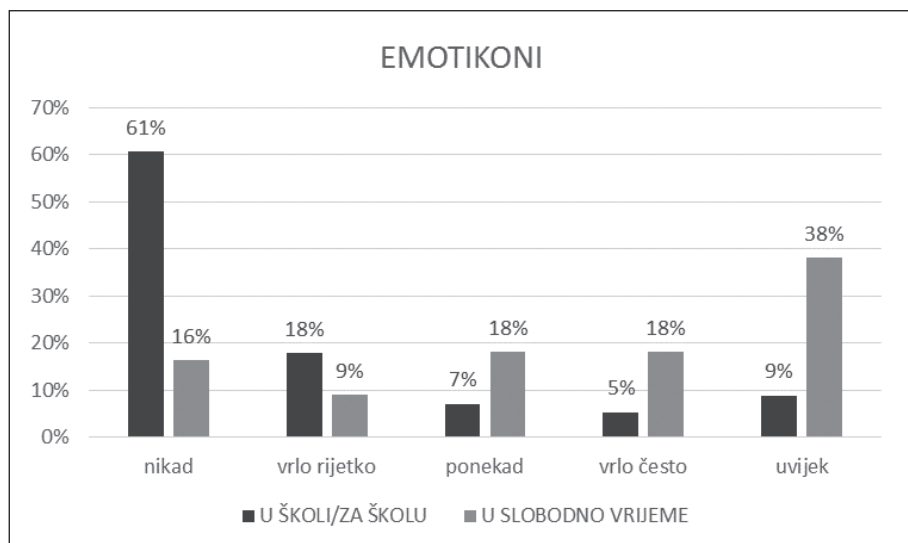


Grafikon 1: Upotreba kratica u tekstovima pisanim u školi i za školu te u slobodno vrijeme u novim medijima.

osnovne škole, govore da 71% učenika u tekstovima pisanim u školi ili za školu nikad ne koristi kratice, 11% ih koristi vrlo rijetko, 7% učenika kratice koristi ponekad, dok ih vrlo često koristi 4%, a uvijek 7% učenika. Prepostavlja se da učenici koji procjenjuju da vrlo često ili uvijek koriste kratice u tekstovima pisanim u školi ili za školu misle na uobičajene kratice koje se službeno koriste u standardnome hrvatskom jeziku poput *tj.*, *itd.*, *i sl.*, *i dr.*, dok se u upitniku mislilo isključivo na kratice koje su se počele koristiti tek nedavno pojavom novih medija (interneta i pametnih telefona) poput *btw*, *tnx*, *lol* i slično. U tekstovima pisanim u slobodno vrijeme kratice uvijek koristi 49% učenika, dok ih 27% koristi vrlo često. 5% učenika upotrebljava kratice ponekad, 13% vrlo rijetko, a 5% nikad.

2.2 Emotikoni

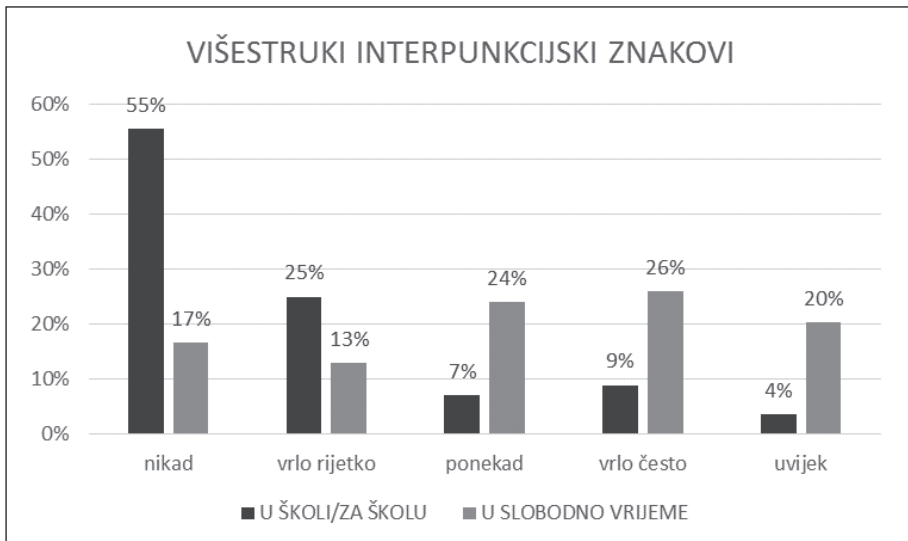
Rezultati istraživanja uporabe emotikona pokazali su da 61% učenika 8. razreda u tekstovima pisanim u školi ili za školu nikad ne koristi emotikone. Vrlo rijetko ih koristi 18% učenika, ponekad 7% učenika, 5% vrlo često te 9% uvijek. Učenici koji koriste emotikone u tekstovima pisanim u školi ili za školu vjerojatno ih umeću u *PowerPoint* prezentacije, plakate i sl. kako bi istaknuli šalu ili izmamili osmijeh, ali ne i u one tekstove koje pišu u školi ili za školu i koji se ocjenjuju. Nasuprot tomu, 38% učenika 8. razreda uvijek, a 18% vrlo često i 18% ponekad koriste emotikone u tekstovima pisanim u novim medijima u slobodno vrijeme: na *Facebooku*, u pričaoici, forumu i SMS-porukama (*Viberu*, *WhatsApp*...). Emotikone nikad ne koristi 16% učenika, a 9% ih koristi vrlo rijetko. Navedeni podatci govore da mladi jesu ljubitelji emotikona, ali u pravilu onda kada rabe nove medije.



Grafikon 2: Upotreba emotikona u tekstovima pisanim u školi i za školu te u slobodno vrijeme u novim medijima.

2.3 Višestruki interpunkcijski znakovi

Rezultati istraŕivanja za uporabu višestrukih interpunkcijskih znakova pokazuju da ih u školi i za školu nikad ne koristi 55% uĉenika, a vrlo rijetko 25% uĉenika. U tekstovima pisanim u novim medijima u slobodno vrijeme 20% uĉenika uvijek koristi višestruke interpunkcijske znakove, dok ih 26% koristi vrlo ĉesto, a 24% ponekad. Moŕe se zakljuĉiti da njihovo korištenje ovisi o osobnosti, tj. karakteru osobe i vremenu potrebnom da napiše poruku.



Grafikon 3: Upotreba višestrukih interpunkcijskih znakova u tekstovima pisanim u školi i za školu te u slobodno vrijeme u novim medijima.

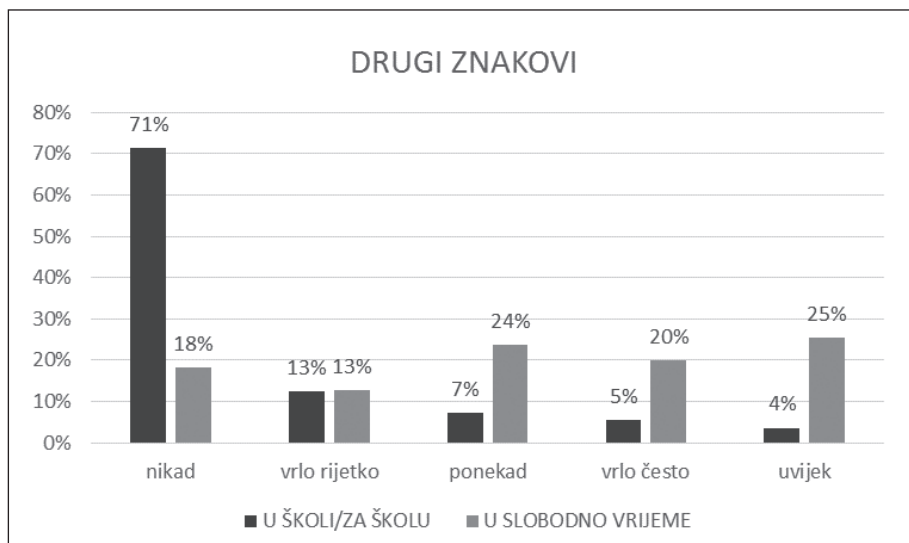
2.4 Drugi znakovi

Slični su rezultati istraŕivanjem dobiveni i za uporabu drugih ikoniĉkih znakova, tj. grafo-stilistiĉkih sredstava. Tako se dogaĊa da 71% uĉenika 8. razreda u školi i za školu nikad ne koristi druge ikoniĉke znakove, dok ih 13% koristi vrlo rijetko. U slobodno pak vrijeme uvijek ih koristi 25% uĉenika, 20% vrlo ĉesto, a 24% ponekad. Nikad ih ne koristi 18%, a vrlo rijetko 13% uĉenika 8. razreda.

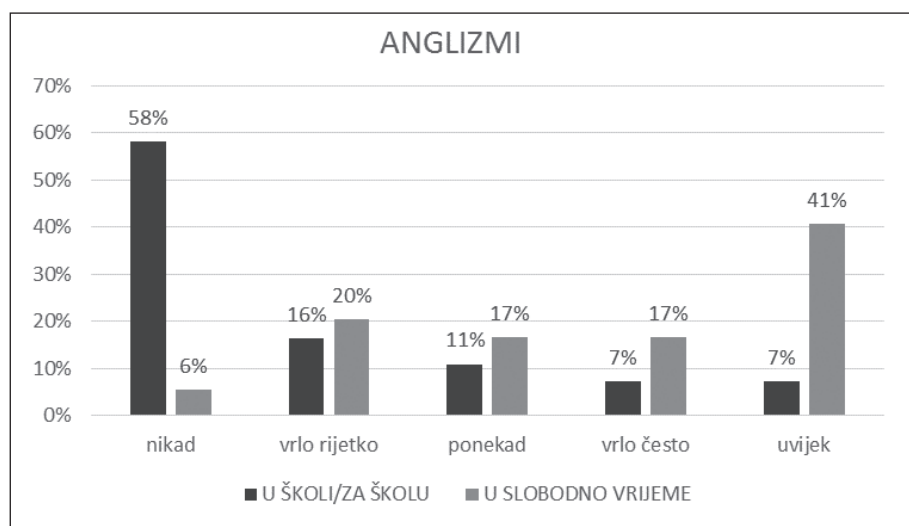
2.5 Anglizmi

Rezultati ovog istraŕivanja provedenog anketiranjem ukazuju na ĉinjenicu da 58% uĉenika 8. razreda anglizme nikad ne upotrebljava u tekstovima pisanim u školi i za potrebe škole. 16% uĉenika ih u školi upotrebljava vrlo rijetko, 11% ponekad 7% vrlo ĉesto i 7% uvijek. Postoji vjerojatnost da su uĉenici imali upravo one anglizme na umu koji su u uporabi veċ neko vrijeme (npr. *sport, hotel, klub, bestseler, diler*; itd.), a

ne one koji su tek nedavno došli u uporabu te su postali dio jezika kao što su *cool, like, click, Facebook* i sl. U tekstovima pisanim u novim medijima u slobodno vrijeme: na *Facebooku*, u pričaonici, forumu i SMS-porukama (*Viberu, WhatsAppu...*), 41% učenika 8. razreda anglizme koristi uvijek, 17% vrlo često, 17% ponekad, 20% vrlo rijetko, a 6% nikad.



Grafikon 4: Upotreba drugih znakova u tekstovima pisanim u školi i za školu te u slobodno vrijeme u novim medijima.



Grafikon 5: Upotreba anglizama u tekstovima pisanim u školi i za školu te u slobodno vrijeme u novim medijima.

Navedene rezultate istraživanja pokušali smo usporediti s istraživanjima drugih autora, ali i vlastitim prethodno provedenim istraživanjima. Nema identičnih istraživanja na nekim drugim ciljnim skupinama pa smo bili u mogućnosti naša istraživanja usporediti sa sličnima. Prvo smo to pokušali s istraživanjem pismenosti slične ciljne skupine učenika (14-16 godina) i to na ponešto izmijenjenom upitniku koje su proveli Dürscheid i dr. 2010. godine na švicarskim učenicima. Navedeni su autori došli do zaključka da učenici rabe mnoge elemente jezika novih medija u novim medijima, ali da se nije pokvarilo njihovo pisanje u školi. Jednako tako ranija istraživanja Filipan-Žignić i dr. (2015a, 2016) na gimnazijalcima i to maturantima pokazala su slične rezultate, tj. i kod maturanata nije uočena značajnija prisutnost elemenata jezika novih medija u školskim radovima, za razliku od onih koje pišu u slobodno vrijeme. Zanimljivo je istaknuti da su se gimnazijalci u upitniku izjašnjavali da u školskim tekstovima u određenoj mjeri rabe primjerice i anglizme i kratice, međutim dodatno proučavanje njihovih školskih uradaka programom WordSmith 6.0 pokazalo je da su oni rabili uobičajene anglizme i kratice koji se nisu pojavili u najnovije vrijeme s pojavom komunikacije novim medijima, dakle u školskim tekstovima gotovo uopće nisu rabili elemente jezika novih medija.

I drugi su autori upućivali na slična zapažanja poput Schlobinskog (2002) te Kessa i Corra (2013) u njemačkom govornom području, kao i Crystala (2006, 2011) u engleskom govornom području. U oba jezika navedeni autori zaključuju da pismenost učenika nije ugrožena zbog njihova pisanja u novim medijima jer oni itekako razlučuju pisanje u školi od onoga u novim medijima.

Autorice pak Opačić (2012), Pavličević-Franić (2011) te Vrsaljko i Ljubimir (2013) ukazuju na narušavanje jezične norme, ali prvenstveno u neformalnoj komunikaciji, tj. u novim medijima. S obzirom da naša istraživanja pokazuju da u školskim radovima koji se pišu za ocjenu takve tendencije nisu izražene, ne može se izražavati bojazan da bi učenici pod utjecajem pisanja u novim medija pokvarili svoju pismenost. A istraživanja, kako u engleskom, njemačkom, tako i hrvatskom jezikoslovlju ukazuju na gotovo identične procese pa se može zaključiti da gotovo nema razlika u jezičnom ponašanju učenika u novim medijima odnosno u školskim pisanim radovima u sva tri jezika, a za pretpostaviti je i u drugima.

3 Zaključak

Sve su polazne hipoteze u provedenom istraživanju potvrđene. Rezultati ovog istraživanja pokazali su da velika većina učenika 8. razreda u školskim pisanim radovima nikad ili vrlo rijetko koristi elemente jezika novih medija, dok istovremeno učenici 8. razreda većinom vrlo često ili uvijek koriste elemente jezika novih medija samo kada pišu u novim medijima u svoje slobodno vrijeme na *Facebooku*, u pričaonici, forumu i SMS-porukama (*Viberu*, *WhatsApp* ...). Stoga nema dovoljno elemenata koji bi potvrdili mišljenja da se jezik osnovnoškolaca u njihovim školskim radovima pogoršao zbog uporabe jezika novih medija na internetu i mobilnom telefonu što govori da jezik novih medija zasada ne utječe negativno na pismenost učenika

osnovne škole (H3), iako se pisanje u novim medijima razlikuje od tradicionalnih pisanih tekstova prvenstveno zbog jezične ekonomije i tehnoloških ograničenja. Činjenica je da mladi u velikoj mjeri koriste elemente jezika novih medija gotovo u svim tekstovima pisanim u svoje slobodno vrijeme u novim medijima (na internetu i mobilnom telefonu), no u ovome trenutku ne čini se da bi se događali štetni utjecaji na pismenost učenika uslijed njihove učestale uporabe jezika novih medija.

Potrebno je također izraziti i određene rezerve spram izjašnjavanja učenika o uporabi elemenata jezika novih medija putem upitnika u kojem se jedan postotak njih izjasnio da rabe određene elemente i u školskim tekstovima jer se u nekim dosadašnjim istraživanjima koja su nakon upitnika provedena i računalnim programom Oxford WordSmith 6.0 (Filipan-Žigniċ i dr., 2015a, 2016) pokazalo da podaci iz upitnika nisu u nekim pitanjima bili identični onima koje je pokazao program Oxford WordSmith 6.0, odnosno da uĉenici u školskim tekstovima gotovo nikada ne rabe kratice, anglizme ili pak emotikone koji su dijelom komunikacije u novim medijima. Stoga bi i u ovom sluĉaju bilo poželjno u sljedećem istraživanju podvrgnuti školske tekstove uĉenika 8. razreda i analizi putem računalnog programa Oxford WordSmith 6.0 koji bi dao stopostotne rezultate.

Dakako da bi istraživanja pismenosti bilo također poželjno ponoviti u dogledno vrijeme kako bi se utvrdilo može li dugogodišnja uporaba elemenata jezika novih medija u različitim internetskim uslugama ili SMS-u dovesti do pogoršanja pismenosti mladih u budućnosti.

Komunikacija novim medijima u različitim internetskim uslugama i SMS-u danas je neizmerno omiljena kod mladih, i u sluĉaju eventualnih negativnih trendova glede pismenosti mladih u budućnosti neće ju se moći izbjeći, već je potrebno da te nove načine komunikacije naučimo koristiti i preusmjeravati na dobrobit mladih što u ovom konkretnom sluĉaju znaĉi da u današnje digitalno doba informacijsku i komunikacijsku tehnologiju trebamo umjeti rabiti s ciljem poboljšanja komunikacijske kompetencije uĉenika.

IZVORI I LITERATURA

- Markus BIESWANGER, 2007: *2 abbrevi8 or not 2 abbrevi8: A Contrastive Analysis of different Space- and Time-Saving Strategies in English and German Text Messages*. Texas Linguistics Forum 50. Austin: University of Texas.
- David CRYSTAL, 2006: *Language and the Internet*. Cambridge: University Press.
- , 2008: 2b or not 2b. Splet.
- , 2011: *Internet linguistic*. London, New York: Routledge.
- Christa DÜRSCHIED, Franc WAGNER, Sarah BROMMER, 2010: *Wie Jugendliche schreiben*. Berlin, New York: De Gruyter.

- Ivanka FERČEC, 2006: Neologizmi u računalnim znanostima. *Jezik i mediji – Jedan jezik: Više svjetova*. Ur. J. Granić. Zagreb, Split: HDPL. 223–29.
- Blaženka FILIPAN-ŽIGNIĆ, 2012: *O jeziku novih medija: Kvare li novi mediji suvremeni jezik?* Split: Matica hrvatska.
- Blaženka FILIPAN-ŽIGNIĆ, Katica SOBO, Damir VELIČKI, 2012: SMS Communication – Croatian SMS Language Features as Compared with those in German and English speaking Countries. *Revija za elementarno izobraževanje* 5. 5–22.
- Blaženka FILIPAN-ŽIGNIĆ, Vladimir LEGAC, Tea PAHIĆ, Katica SOBO, 2015a: New Literacy of Young People Caused by the Use of New Media. *Procedia-Social and Behavioral Journal* 1 192C. 179–86.
- Blaženka FILIPAN-ŽIGNIĆ, Luka MOŠMONDOR, 2015b: Jezična promjena uzrokovana novim medijem internetom: Primjer Facebooka na hrvatskom i njemačkom jeziku. S. A. Toth, *A Magyar Tudomány napján elhangzott horvat (es angol) nyelvi előadások gyűjteménye*. Baja: Eötvös József Főiskolán. 27–45.
- Blaženka FILIPAN-ŽIGNIĆ, Vladimir LEGAC, Katica SOBO, 2016: The Language of New Media and the Literacy of Young People in Their School Assignments and in Leisure. *Lingbaw* (prihvaćen za objavljivanje).
- Jagoda GRANIĆ, 2006: Novi »razrađeni« mediji i »ograničeni« kodovi. *Jezik i mediji – Jedan jezik: više svjetova*. Ur. J. Granić. Zagreb-Split: HDPL. 267–78.
- John HUMPHRYS, 2007: *I h8 txt msgs: How texting is wrecking our language*. MailOnline. Splet.
- Alexander KEUS, Andreas CORR, 2013: *Jugendsprache: Ein Indiz für Sprach- und Kulturverfall?* Splet.
- Peter KOCH, Wulf ÖSTERREICHER, 1994: *Unterscheidung von medialer und konzeptueller Mundlichkeit bzw. Schriftlichkeit: Schrift und Schriftlichkeit*. Berlin, New York: de Gruyter. 587–404.
- Siniša KUŠIĆ, 2010: Online društvene mreže i društveno umrežavanje kod učenika osnovne škole: navike Facebook generacije. *Život i škola* 56/24. 103–25.
- Danijel LABAŠ, 2009: Međuljudska komunikacija, novi mediji i etika. D. Labaš, *Novi mediji – nove tehnologije – novi moral*. Zagreb: Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu.
- Krunoslav NIKODEM, Jasna KUDEK MIROŠEVIĆ, Silvija BUNJEVAC NIKODEM, 2014: Internet i svakodnevne obaveze djece: Analiza povezanosti korištenja interneta i svakodnevnih obaveza zagrebačkih osnovnoškolaca. *Socijalna ekologija* 23/3. 211–35.
- Nives OPAČIĆ, 2012: *Hrvatski ni u zagradama: Globalizacijska jezična teturanja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Dunja PAVLIČEVIĆ-FRANIĆ, 2011: *Jezikopisnice: Rasprave o usvajanju, učenju i poučavanju hrvatskoga jezika u ranojezičnome diskursu*. Zagreb: Alfa.
- Stjepan RODEK, 2011: Novi mediji i nova kultura učenja. *Napredak* 152/1. 9–28.
- Peter SCHLOBINSKI, 2002: *Jugendsprache und Jugendkultur*. Splet.
- Angelika STORRER, 2001: Getippte Gespräche oder dialogische Texte? Zur kommunikationstheoretischen Einordnung der Chat-Kommunikation. *Sprache im Alltag*:

Beiträge zu neuen Perspektiven in der Linguistik. 439–66.

Ivan TANTA, Maja MIHOVILOVIĆ, Zrinka SABLIĆ, 2014: Uses and Gratification Theory –Why Adolescents Use Facebook?. *Medijska istraživanja* 20/2. 85–110.

Slavica VRSALJKO, Tea LJUBOMIR, 2013: Narušavanje pravopisne norme u ranojezičnoj neformalnoj komunikaciji (na primjeru SMS poruka i internetske društvene mreže Facebook). *Magistra Iadertina* 8/1. 155–163.

Yunisrina Qismullah YUSUF, Yuliana NATSIR, Siti Rahimah YUSRA, 2016: (. . .)/ dont 4get 2 txt me plz! Linguistic and Discoursal Features of Short Message Service by Female Texters. 3L: *Language* 22/1. 81–96.

POVZETEK

S pojavom novih medijev, še posebej interneta in mobilne telefonije je prišlo do sprememb tako v celotni družbi kot tudi v jeziku. Jezik, ki je karakterističen za različne internetne storitve Crystal (2006), se imenuje Netspeak. Nekatere glavne lastnosti jezika novih medijev, še zlasti tistega s Facebooka ali Twitterja pa tudi jezika SMS-ov, so hibridizacija pisnih in ustnih oblik, nespoštovanje norm, uporaba čustvenih simbolov (emotikonov), okrajšav, grafično stilskih sredstev, anglizmov, neologizmov. Prodiranje anglizmov in vpliv angleškega jezika na hrvaški jezik neustavljivo narašča, še zlasti v jeziku novih medijev, in sicer zaradi položaja angleškega jezika kot globalnega jezika.

Danes sta internetno komuniciranje in komuniciranje prek mobilne telefonije postali neizogibni del življenja predvsem mladih, zato so pogoste kritike na pismenost in poznavanje pravil standardnega jezika pri mladih. Iz tega razloga smo izvedli raziskavo, v kateri smo želeli raziskati, ali učenci 8. razreda v svojih pisnih izdelkih v šoli in v tekstih, ki jih pišejo v prostem času, uporabljajo prej naštetá sredstva. Rezultati kažejo, da učenci 8. razreda pogosto uporabljajo vse naštetó v tekstih, ki jih pišejo v prostem času, ne pa tudi v tistih, ki nastajajo za namene šolskega pouka.