



UNIVERZITET U SARAJEVU
FAKULTET POLITIČKIH NAUKA
ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA
USMJERENJE PR

**UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA JEZIK U BOSNI I
HERCEGOVINI
-magistarski rad-**

Kandidatkinja:
Nusrah Hadžić
Broj indeksa: 1134//II-K

Mentorica:
doc. dr. Enita Čustović

Sarajevo, oktobar 2024.



**FAKULTET
POLITIČKIH
NAUKA**
UNIVERZITET U SARAJEVU
MCMXLIX

ODSJEK KOMUNIKOLOGIJA

**UTJECAJ DRUŠTVENIH MREŽA NA JEZIK U BOSNI I
HERCEGOVINI
-magistarski rad-**

Kandidatkinja:
Nusrah Hadžić
Broj indeksa: 1134//II-K

Mentorica:
doc. dr. Enita Čustović

Sarajevo, oktobar 2024.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. METODOLOŠKI OKVIR RADA	4
2.1. Predmet istraživanja	4
2.2. Problem istraživanja.....	5
2.3. Definiranje pojmova i pojmovna analiza	6
2.3.1. Internet.....	6
2.3.2. Društvene mreže	6
2.3.3. Jezik.....	7
2.3.4. Bosanski jezik.....	7
2.3.5. Komunikacija.....	8
2.3.6. Pravopis	8
2.3.7. Žargon.....	8
2.5. Ciljevi istraživanja.....	9
2.5.1. Društveni cilj	9
2.5.2. Naučni cilj.....	10
2.6. Sistem hipoteza	10
2.7. Način istraživanja.....	10
2.7.1. Anketa.....	11
2.7.2. Intervju.....	11
2.8. Vremensko i prostorno određenje predmeta istraživanja.....	11
3. TEORIJSKE OSNOVE RADA.....	11
3.1. Društvene mreže.....	12
3.2. Najčešće korištene društvene mreže u Bosni i Hercegovini	12
3.2.1. Korištenje društvenih mreža	13
3.2.2. Glavna društvena mreža u Bosni i Hercegovini	14
3.3. Utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini.....	15
3.3.1. Skraćenice.....	16
3.3.2. Sleng	17
3.4. Jezik na društvenim mrežama	17
3.4.1. Aspekti utjecaja društvenih mreža na jezik	17
3.5. Kratke crte o jeziku	19

3.5.1. Jezik u društvenoj krizi.....	19
3.5.2. Jezik kao komunikacioni sistem i jezičke funkcije	19
3.5.4. Opće osobine jezika.....	22
3.5.6. Etika na društvenim mrežama	22
3.5.7. Jezička situacija u Bosni i Hercegovini.....	24
3.6. Komunikacija na društvenim mrežama.....	24
3.6.1. Pozitivni utjecaji komunikacije na društvenim mrežama.....	25
3.6.2. Negativni utjecaji komunikacije na društvenim mrežama	25
3.7. Utjecaj društvenih mreža na komunikaciju.....	25
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA.....	27
4.1. Upitnik.....	27
4.2. Intervju.....	47
5. DISKUSIJA.....	54
6. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA.....	58
BIBLIOGRAFIJA.....	62
POPIS SLIKA I GRAFIKONA	64
PRILOZI.....	66
BIOGRAFIJA KANDIDATKINJE	87
IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA	88

SAŽETAK

Ovaj rad pod nazivom „Utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini“ istražuje kakav je to utjecaj društvenih mreža, s posebnim naglaskom na promjene koje ove platforme donose u svakodnevnu komunikaciju korisnika u Bosni i Hercegovini. Kroz kvantitativno-kvalitativni način istraživanja, proveden putem ankete, analizirani su stavovi korisnika društvenih mreža u vezi s utjecajem društvenih mreža na jezik, i kako se te promjene odnose na jezik, pa i pravopis, gramatiku i stilistiku. Također je obavljen strukturirani intervju sa relevantnim stručnjakinjama za jezik, prof. dr. Amelom Šehović i doc. dr. Elmom Durmišević. Na osnovu njihovih odgovora uvidjeli smo kakve su to jezičke prakse u Bosni i Hercegovini i koje su to novine u jeziku pod utjecajem društvenih mreža. Rezultati ankete pokazat će da društvene mreže kao što su Facebook, Instagram i tako dalje značajno utječu na jezičke prakse, naročito među mlađim generacijama, koje brže akumuliraju promjene u jeziku, što je vidljivo u velikoj upotrebi anglizama, skraćenica i emotikona. Rezultati istraživanja će pokazati da se anglizmi, skraćenice, i neformalni izrazi sve češće koriste u online komunikaciji, što se prenosi i na svakodnevni govor. Pored toga, upotreba emotikona i sličnih vizualnih elemenata kao što su gifovi, memeovi¹ i slično, postala je integralni dio izražavanja na društvenim mrežama, što mijenja način na koji korisnici prenose svoje emocije i poruke. Rad ukazuje na potrebu za daljnjim istraživanjem posljedica koje društvene mreže imaju na jezik u Bosni i Hercegovini, ali i na važnost edukacije o očuvanju standardnog jezika.

¹ Kratki humoristični vizualni format. (Salkanović, 2023)

ABSTRACT

This research named "The influence of social networks on the language in Bosnia and Herzegovina" investigates the influence of social networks, with a special emphasis on the changes that these platforms bring to the daily communication of users in Bosnia and Herzegovina. Through quantitative-qualitative research conducted through a survey, the attitudes of social network users regarding the influence of social networks on language, and how these changes relate to language, including spelling, grammar and stylistics, were analyzed. A structured interview was also conducted with relevant language experts, Prof. Dr. Amela Šehović and Assoc. Dr. Elma Durmišević. On the basis of their answers, we saw what kind of language practices are in Bosnia and Herzegovina and what kind of news in the language are under the influence of social networks. The results of the survey will show that social networks, such as Facebook, Instagram and so on, significantly influence language practices, especially among the younger generations, who accumulate changes in the language faster, which is visible in the large use of anglicisms, abbreviations and emoticons. The results of the research will show that anglicisms, abbreviations, and informal expressions are increasingly used in online communication, which is also transferred to everyday speech. In addition, the use of emoticons and similar visual elements such as gifs, memes and the like has become an integral part of expression on social networks, which changes the way users convey their emotions and messages. The paper points to the need for further research into the effects of social networks on the language in Bosnia and Herzegovina, but also to the importance of education on preserving the standard language.

1. UVOD

Tokom posljednjih desetljeća društvene mreže ušle su u naš svakodnevni život i danas predstavljaju jedno od glavnih sredstava komunikacije među ljudima. Unutar okvira Bosne i Hercegovine, zemlje u kojoj koegzistiraju tri standardna jezika — bosanski, hrvatski i srpski — društvene mreže evoluiraju u prostore gdje se susreću različita jezična ponašanja i međusobno utječu. S obzirom na ove promjene, vidljivo je da je pojava društvenih mreža pridonijela komunikaciji na svim područjima: kulturi, obrazovanju pa i jeziku.

Ovdje bi se trebala napraviti iznimka i reći da ovaj pristup podrazumijeva nekoliko aspekata; prije svega, to je tehnološki i društveni kontekst, koji, kroz razvoj interneta i društvenih mreža poput Facebooka, Instagrama, Twittera i TikToka, uvodi nove načine komunikacije. Ove platforme postale su ključne u oblikovanju svakodnevne komunikacije. One promoviraju upotrebu skraćénica, sve češću upotrebu anglizama i neformalnog izražavanja, što dovodi do stvaranja novih leksičkih i sintaktičkih obrazaca. Pa tako u Bosni i Hercegovini, s obzirom na postojanje tri službena jezika (bosanski, hrvatski i srpski), društvene mreže postaju platforme na kojima se susreću različite jezičke prakse. Već spomenuti leksičko-sintaksički aspekt uključuje i to da društvene mreže promoviraju brzu komunikaciju, a to ćemo vidjeti dalje u obradi ovog rada.

Razvoj društvenih mreža kao što su Facebook, Instagram, TikTok i Twitter donio je nove oblike komunikacije koji su promijenili jezičke norme i stilove izražavanja. Korištenje skraćénica, anglizama i neformalnih izraza postalo je uobičajeno, što je posebno izraženo među mlađim generacijama. Pored toga, društvene mreže omogućavaju brzu i efikasnu komunikaciju, ali istovremeno potiču na jednostavniji i često gramatički manje precizan način izražavanja, što će pokazati i rezultati ankete u drugom dijelu rada.

Današnje vrijeme je ubrzano, i, glede toga, sasvim je očekivano i da naša komunikacija bude takva, ubrzana. Dakle, brza komunikacija je vrlo česta u našim životima, ali ono što nas zanima jeste kako to korisnici društvenih mreža prihvataju ovakav i brz način življenja. U radu će biti upravo predstavljeni pozitivni i negativni utjecaji društvenih mreža na komunikaciju. Upravo zbog toga često nas društvene mreže podvrgavaju korištenju različitih vrsta skraćénica i slengova. Ova upotreba skraćénica i slenga, a naročito anglizama uglavnom koriste mladi ljudi u Bosni i

Hercegovini poput "like", "share" ili "follow" u svakodnevnom govoru ili kratica poput "LOL" (Laughing Out Loud) ili "OMG" (Oh My God). Sljedeći redovi bit će razmotreni o ovom pitanju. Upotreba ovakvih izraza, općenito, utječe na razvoj jezika njegovih govornika, a najčešće onih mlađih koji, uz sve veću učestalost upotrebe takvih jezičkih konstrukcija, i oni se najbolje prilagođavaju novim promjenama, za razliku od starijih osoba. Važno je baviti se ovom pojavom i kod starijih osoba kako bi istraživanje obuhvatilo sve dobne skupine i kako bi uzorak bio što relevantniji.

U suštini, ovaj rad će se baviti društvenim mrežama i na koji način one utječu na jezik koji koristimo na njima, ali i kako njihovo korištenje utječe na jezik koji koristimo u svakodnevnoj komunikaciji. Uvidjet ćemo šta to građani Bosne i Hercegovine misle o jeziku na društvenim mrežama i koje su promjene primijetili u svom jeziku zbog korištenja, ali i utjecaja društvenih mreža. Poseban fokus bit će stavljen na mlađu generaciju, koja najviše koristi ove mreže, ali će se istražiti i kako starije generacije reagiraju na ove promjene.

Cilj ovog rada jeste ukazati i analizirati da li postoji i kakav je utjecaj društvenih mreža na komunikaciju, online i offline, i da li se to odražava na jezik koji korisnici u Bosni i Hercegovini koriste u svojoj svakodnevnoj komunikaciji. S obzirom na to da su društvene mreže postale sastavni dio života, razumijevanje njihovog utjecaja na jezik je od ključne važnosti za lingvističke i komunikološke studije, ali i za širu društvenu zajednicu. Nadati se da će ovaj rad doprinijeti boljem razumijevanju koncepcije jezičkih promjena u ovom digitalnom dobu.

Tabela 1. daje pregled osnovnih informacija o postupku istraživanja.

Period provođenja istraživanja	5. 6. 2024-25. 6. 2024.
Metoda i tehnika prikupljanja podataka	Polustrukturirani intervju po modelu seta otvorenih pitanja
Instrument	Stručnjakinje za jezik, profesorice na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu
Sudionici u istraživačkom postupku	Intervju uživo
Veličina uzorka	U intervjuima su učestovale dvije profesorice i to: prof. dr. Amela Šehović, redovna profesorica na Filozofskom fakultetu u Sarajevu; doc. dr. Elma Durmišević, profesorica na Filozofskom fakultetu u Sarajevu.

Tabela 1: Osnovne informacije o postupku istraživanja

Nakon što je završen proces prikupljanja podataka (intervjuisanje), pristupilo se kvalitativnoj analizi i interpretaciji podataka. Intervjuisanje je obavljeno uživo, pomoću snimača nakon čega se pristupilo transkripciji odgovora. Transkript je poslužio kao dobra osnova za daljnje upoređivanje sa odgovorima iz anketnog upitnika. Prof. dr. Ameli Šehović je postavljeno devet pitanja, a doc. dr. Elmi Durmišević osam. Neka pitanja su se ponavljala i jednoj i drugoj profesorici, ali isto tako su se i određena pitanja razlikovala jer se htjela dobiti što šira persepektiva od strane jezičara na ovu temu. Postavljena pitanja, ali i dobijeni odgovori korespondiraju s pitanjima i odgovorima iz ankete i na taj način su se htjele povezati ove dvije tehnike istraživanja.

Period provođenja istraživanja	24. 7. 2024-5. 8. 2024.
Tehnika prikupljanja podataka	Tehnika ankete
Instrument	Kombinovani upitnik sa skalama procjene i otvorenim pitanjima
Sudionici u istraživačkom postupku	Stanovnici Bosne i Hercegovine – mladi i stari
Način provođenja ankete	Pisana forma, online (GoogleForms)
Veličina uzorka	U istraživanju je učestvovalo ukupno 229 ispitanika
Zastupljenost	Jednostavni slučajni uzorak

Tabela 2: Osnovne informacije o postupku istraživanja

Nakon što je završen proces prikupljanja podataka, pristupilo se analizi dobivenih podataka. Anketni upitnik se sastojao iz 27 pitanja, od čega su 22 bila zatvorena pitanja, a ostalih 5 su bila otvorena pitanja. Dalje u radu će se detaljnije objasniti rezultati anketnog upitnika.

2. METODOLOŠKI OKVIR RADA

2.1. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja u ovom radu predstavlja analiziranje načina korištenja novih medija, odnosno društvenih mreža za komunikaciju u svakodnevnom životu i kako to utječe na jezik i promjenu jezika u Bosni i Hercegovini. Identifikacija i analiza specifičnih promjena u jeziku koje su povezane s korištenjem društvenih mreža će, također, biti predmet istraživanja ovog rada. Sve brža komunikacija u današnjem vremenu utječe na to kako govorimo i pišemo, a na to naročito utječe ubrzan način života i manjak vremena. Zbog toga smo često podložni korištenju raznih skraćenica, emotikona i slengova. Društvene mreže postale su integralni dio svakodnevnog života, posebno među mlađim generacijama. Njihova sveprisutnost utječe na različite lingvističke promjene, sociolingvističke aspekte te percepcije korisnika kada su u pitanju njihovi stavovi društvenih mreža prema promjenama u jeziku.

2.2. Problem istraživanja

Shodno navedenom, problemsko pitanje glasi:

Kako društvene mreže utječu na jezik u Bosni i Hercegovini?

Ovo pitanje pruža okvir za istraživanje utjecaja društvenih mreža na jezičku komunikaciju te predlaže da istraživanje treba obuhvatiti kako pozitivne, tako i negativne aspekte ovog utjecaja. Istraživanje bi se trebalo fokusirati na faktore koji oblikuju jezičku evoluciju u digitalnoj komunikaciji. Različiti elementi jezičke komunikacije, uključujući gramatiku, pravopis, stil i drugi faktori čine promjenu jezika na društvenim mrežama, ali i brzina života i protoka informacija utječe na jezik ali i kvalitet komunikacije. Društvene mreže kao što su: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok omogućavaju korisnicima da kreiraju i dijele sadržaje brzo i efikasno, što rezultira dinamičnim i često neformalnim načinom komunikacije. Ovakvim načinom komunikacije može se doći do nekoliko promjena u jeziku kao što su: usvajanje novih izraza i skraćenica, utjecaj stranih jezika, promjene u pravopisu i gramatici te kreativnost i inovacije koje podrazumijevaju nove izraze, takozvane memeove i načine izražavanja koji odražavaju kulturne i društvene trendove. Razrađujući ključno problemsko pitanje o tome kako društveni mediji utječu na promjenu jezika u istraživanju smo nastojali da pribavimo odgovore na pitanja:

P1 Na koji način društvene mreže uzrokuju jezičke promjene kod stanovništva Bosne i Hercegovine?

P2 Gledajući dobnu skupinu korisnika društvenih mreža ispod 25 godina, koliko prosječno mlađa generacija koristi društvene mreže?

P3 Kako se upotreba anglicizama na društvenim platformama prevodi na svakodnevni jezik u Bosni i Hercegovini?

P4 U kojoj su mjeri društvene mreže odgovorne za nastajanje novih oblika slenga u Bosni i Hercegovini?

P5 Kako različite generacije u Bosni i Hercegovini koriste jezik na društvenim mrežama i koje su razlike između njih?

P6 Kakvi su stavovi korisnika društvenih mreža u Bosni i Hercegovini prema jezičkim promjenama uzrokovanim ovim platformama?

P7 Kako se društvene mreže mogu uporediti s društvenim svakodnevnim jezičkim praksama, formalnim i neformalnim jezikom, u Bosni i Hercegovini?

P8 Kako društvene mreže donose promjene u jezičkom standardu u Bosni i Hercegovini?

P9 Kako društvene mreže određuju korištenje gramatike, pravopisa i stila pisanja te utječu na govorne/pisane jezike svojih korisnika?

P10 Hoće li se utjecaj društvenih platformi na jezik u Bosni i Hercegovini dugoročno posmatrati kao pozitivan ili negativan?

2.3. Definiranje pojmova i pojmovna analiza

Iz predmeta istraživanja i problemskog pitanja proizlaze i ključni pojmovi koji će se istraživati u ovoj master tezi: *internet, društvene mreže, jezik, bosanski jezik, komunikacija, pravopis, žargon*

2.3.1. Internet

Internet je digitalizirano i savremeno informacijsko-komunikacijsko sredstvo i digitaliziran medij koji funkcioniše na principu mrežnog povezivanja i nelinearnog kretanja prema sadržajima – kontekstima na mreži. (Medijska i informacijska pismenost, 2021)

2.3.2. Društvene mreže

Društvene mreže su najpopularniji globalni komunikacijski fenomen jer je čovjek društveno biće i jer ga društvena komunikacija zanima i privlači. Na društvene mreže dolazimo kako bismo se zbližili, povezali i prijateljski s novim ljudima, kako bi podijelili odnosno primili ili razmijenili razne informacije, jednostavno kako bi komunicirali s ljudima na svaki mogući način (od chattanja/čavrljanja do razmjene slika i sl.). (Grbavac & Grbavac, 2014)

Društvene mreže, kao takve, nastale su prije pojave interneta, mreža i društvenih medija. Danas, kad se govori o društvenim mrežama, misli se prevashodno na digitalne društvene mreže koje su za relativno kratko vrijeme postale u tolikoj mjeri raširene da trenutno broje više od 3,8 milijardi

korisnika. Društvene mreže povezuju nas sa poznatim i nepoznatim osobama iz okoline i širom svijeta, najčešće sa onima sa kojima dijelimo ista interesovanja, stavove ili ideje. Pored toga, društvene mreže postale su nezaobilazan faktor društveno-političkog života u 21. vijeku, o čemu svjedoče brojni protesti i „proljeća“ u zemlji, regionu i svijetu, koji su na efikasan i jeftin način bili organizirani upravo putem društvenih mreža, i omogućili tako ogromnom broju građana da učestvuju u javnom životu. (Medijska i informacijska pismenost, 2021)

2.3.3. Jezik

Jezik je sredstvo govora i njegova osnovna funkcija jeste sporazumijevanje. Njime ljudi iskazuju svoje misli i osjećanja, prenose jedni drugima informaciju. Jezik je tekovina ljudske zajednice od njenih prvih začetaka – on je društvena vrijednost i smatra se najsavršenijim sistemom znakova za sporazumijevanje. Zahvaljujući takvom načinu sporazumijevanja (jezik, govor), čovjek se razlikuje od svih drugih živih bića. (Vajzović & Čatović, 1994)

2.3.4. Bosanski jezik

Bosanski jezik spada u južnoslavenske jezike, kao dio širega srednjojužnoslavenskoga dija-sistema, koji čine nekoliko većih dijalekatskih grupa. Južnoslavenski jezici pripadaju užoj porodici slavenskih jezika, a slavenski jezici su dio velike indoevropske jezičke zajednice. (Jahić, Halilović, & Palić, 2004)

Nakon serbokroatističkog perioda koji je trajao čitav jedan vijek i svojom normom se duboko urezao u našu jezičku praksu, šta se može reći o savremenom standardnom jeziku bosanskom? Kakav je on sada i kakav treba da bude? Naš jezik u svojoj standardizovanoj formi zapravo je nužno revidirani “bh. standardnojezični izraz”. On je, dakle, isti onaj jezik koji se upotrebljavao kao segment srpskohrvatskog-hrvatskosrpskog dija-sistema (zajedničkog jezika), ali uz neophodne ispravke onih jezičkih osobina koje nisu usklađene sa lingvističkom stvarnošću na bh. prostorima. (Vajzović & Čatović, 1994)

Dakle, bosanski jezik je jedan od triju standardnih jezika u Bosni i Hercegovini koji su nastali raslojavanjem nekadašnjeg zajedničkog sh/hs. jezika.

2.3.5. *Komunikacija*

Komunikacija je razmjena informacija i međusobna interakcija između dvije ili više osoba. Riječ „komunikacija“, zajednička mnogim jezicima, izvedena je od latinskoga pridjeva *communis* u značenju „javni“, „koji dijele mnogi“. Dijeljenje životnoga prostora s drugima, a time i dijeljenje i razmjena informacija, jedno je od bitnih svojstava ljudskih bića jer je život čovjeka kao društvenoga bića nezamisliv bez komunikacije s drugim ljudima. Osim društvenoga aspekta, komunikacija je ključna za stvaranje osobnoga identiteta budući da svijest o njemu nastaje tek stupanjem u interakciju s drugima, pri čemu se dobivaju povratne informacije te je moguće uspoređivati sebe s drugima. (Tubbs, 2015)

2.3.6. *Pravopis*

Pravopis je jedan od izvora normiranja književnog jezika. U njemu se utvrđuju pravila pisanja. Pravopisna norma objašnjava pravila pisanja koja su prihvaćena kao šira jezičko-kulturna pisana komunikacija, odnosno dogovor. Ali ona objašnjava i pravila koja su rezultat pisane tradicije. Mada je pravopis u principu pisana konvencija i konzervativna upotreba jezika, njegova osnovna osobina i uvjet za postojanje i neometanu primjenu u praksi jesu da što duže ostane važeći. Poželjan je duži vremenski period u kojem će njegova pravila ući u navike ljudi i biti zapamćena, naučena i pretvorena u neku vrstu mehaničke i rutinske upotrebe standardnog jezika. Ipak, pravopis se s vremena na vrijeme mijenja. To mijenjanje je proizvod jezičke prakse i jezičkog razvoja. Tu praksu i razvoj pravopis mora pratiti i adekvatno na nju reagirati (ali ne prečesto). (Jahić, Halilović, & Palić, 2004)

2.3.7. *Žargon*

Žargon je poseban govorni jezik neke uže skupine koju vezuje zajednički interes, bilo to poslovni (profesionalni žargon npr.), ili neki drugi (generacijski npr.). Postoje različiti žargoni: šatrovački (u užem smislu govor uličara ili lopova, džeparoša, kriminalaca i sl., ali i uopće govor ulice), zatim zatvorenika (zatvorenički ili zatvorski žargon), žargon narkomana, potom đачki žargon, studentski, vojnički, žargoni različitih hobija kao što su: lovački žargon, žargon ribolovaca, planinara (naročito alpinista i sl.), žargoni pojedinih profesija: ljekara, rudara, advokata, pa i sportski žargon.

Žargon je kao govorni jezik u potpunosti dostupan i razumljiv samo pripadnicima skupina koje se njima sporazumijevaju. Nema svoju gramtičku posebnost, jer se služi postojećim glasovima, riječima, grupama riječi i rečenicama iz dijalekata, ili razgovornog pa i standardnog jezika. Ali ga zato odlikuje specifičan rječnik, tj. žargonska leksika i frazeologija. Taj rječnik je glavni i jedini lingvistički temelj žargona. (Jahić, Halilović, & Palić, 2004)

2.3.7.1. Žargonizmi

Žargnozimi su posebno zanimljiv sloj kolokvijalno markirane leksike.

Može se reći da žargon predstavlja svojevrsno jezično osvježenje, dokaz postojanja jezične kreativnosti, duhovitosti. Istovremeno, žargon postaje negativna pojava onda kada pojedincu u svom idiolektu ne posjeduju mogućnost prebacivanja s kdoa na kod, tj. ne posjeduju stilističku kompetenciju. (Katnić-Bakaršić, 2001)

2.5. Ciljevi istraživanja

2.5.1. Društveni cilj

Društveni cilj ovog rada jeste ukazivanje na utjecaj društvenih mreža koje utječu na jezik, pa i na njegovu svojevrsnu promjenu u Bosni i Hercegovini. Rezultati istraživanja će pokazati u kakvoj mjeri i na koji način se jezik koristi u komunikaciji na društvenim mrežama. Zbog toga će ovo istraživanje biti korisno po društvo jer je ova tema aktualna danas, i već pomenuti rezultati će, pored navedenog, i uz postavljenu anketu pokazati zanimljivu prizmu korištenja jezika na društvenim mrežama, naročito kod mlađih korisnika. Ovaj rad je posvećen svima onima koje zanima jezik (lingvistika, morfologija, semantika) i komunikologija, dakle učenicima, studentima, profesorima, jezikoslovcima, komunikolozima. Cilj je osvijestiti javnost o problemu u komunikaciji na društvenim mrežama, npr. korištenja skraćenica, slengova i emotikona u svakodnevnoj komunikaciji i da li se i u kolikoj mjeri, ustvari, ugrožava opća pismenost pa samim time pravopis i gramatika kod korisnika u Bosni i Hercegovini.

2.5.2. Naučni cilj

Naučni cilj ovog rada podrazumijeva istraživanje upotrebe društvenih mreža u komunikaciji i njihovim utjecajem na promjene u jeziku, pravopisu ili gramatici, kako često tinejdžeri i mladi koriste skraćenice u komunikaciji sa svojim vršnjacima. Klasificirat ćemo problem u skladu sa uzrokom i posljedicom: uzrok ovog problemskog istraživanja jesu društvene mreže, a posljedica je komunikacija na istim, odnosno način na koji se jezik koristi na njima.

U samoj eksplanaciji problemskog istraživanja ispitat ćemo promjene u jezičkim oblicima (npr., skraćenice, sleng, emotikoni) koji se koriste na društvenim mrežama; analizirati kako društvene mreže utječu na opseg i strukturu poruka u komunikaciji.

2.6. Sistem hipoteza

Generalna hipoteza: Društvene mreže utječu na pravopis, gramatiku i korištenje slenga u jezičkoj komunikaciji korisnika.

Pomoćna hipoteza 1: **Društvene mreže povećavaju upotrebu anglizama u svakodnevnom govoru korisnika u Bosni i Hercegovini.**

Pomoćna hipoteza 2: **Upotreba emotikona, gifova i memeova na društvenim mrežama mijenja način izražavanja emocija i poruka među korisnicima u Bosni i Hercegovini.**

Pomoćna hipoteza 3: **Korisnici društvenih mreža u Bosni i Hercegovini koriste kraće i jednostavnije rečenice u svojim online komunikacijama.**

2.7. Način istraživanja

Ovo istraživanje je teorijsko-empirijsko. Teorijski dio istraživanja će ponuditi spoznaje koristeći razne izvore iz oblasti jezika i komunikologije. U empirijskom dijelu ukazat će se na današnja iskustva korisnika društvenih mreža u Bosni i Hercegovini, te kakav je njihov utjecaj na jezik, ali i njegovu promjenu. Podaci za ovo istraživanje bit će prikupljeni ispitivanjem, odnosno anketom, gdje će se prikupljati stavovi i mišljenja korisnika društvenih mreža, mlađih i starijih, te će

istraživanje pokazati pozitivne i negativne aspekte utjecaja društvenih mreža na jezik u BiH. Pored anekdnog upitnika, u radu je, kao sastavni dio istraživanja, korišten i intervju sa relevantnim stručnjacima vezanih za tematiku i predmet rada. Obavljen je dubinski, strukturirani intervju sa ekspertima iz oblasti jezika.

2.7.1. Anketa

U istraživanju je prvo provedena pilot-anketa, sa 5 učesnika. Nakon toga, upitnik je distribuiran putem društvenih mreža. U istraživanju je anketirano ukupno 229 učesnika. Upitnik je strukturiran tako da za njegovo kompletiranje nije bilo potrebno više od 5 minuta. U upitniku je bilo vidno naznačeno da su svi podaci na anonimnoj bazi i da neće biti korišteni u druge svrhe osim za izradu master teze.

2.7.2. Intervju

Za potrebe pisanja ovog rada, objavljen je dubinski intervju sa univerzitetskim profesorima, prije svega profesionalcima i jezičarima.

2.8. Vremensko i prostorno određenje predmeta istraživanja

Vrijeme predviđeno za istraživanje ovog magistarskog rada obuhvata period od maja 2024. godine do augusta 2024. godine. Prostorna dimenzija istraživanja obuhvata područje Bosne i Hercegovine.

3. TEORIJSKE OSNOVE RADA

Teorijskim dijelom rada nastoji se obrazložiti kako te na koji način društvene mreže mogu utjecati na jezik u Bosni i Hercegovini, odnosno kako one utječu na njihov razgovorni i svakodnevni jezik. Kroz istraživanje će se detaljno obrazložiti nastanak i razvoj društvenih medija, novih društvenih platformi, te na koji način savremeni mediji utječu na jezik u Bosni i Hercegovini.

Za istraživanje utjecaja društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini, potrebno je primijeniti kombinaciju kvantitativnih i kvalitativnih metoda. Metodološki pristup trebao bi obuhvatiti različite tehnike prikupljanja podataka, analize i interpretacije kako bi se dobila sveobuhvatna slika o ovom fenomenu. S tim u vezi, koristit će se kvantitativna metoda poput anketnog upitnika, a kvalitativna metoda će obuhvatiti polustrukturirani intervju u kojem će se dubinski razumjeti individualne percepcije ali i iskustva korisnika društvenih mreža vezane za jezičke promjene.

Kombinacija kvantitativnih i kvalitativnih metoda omogućit će sveobuhvatno razumijevanje utjecaja društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini. Ovakav metodološki pristup osigurat će prikupljanje detaljnih i pouzdanih podataka što će doprinijeti boljem razumijevanju dinamike jezičnih promjena u digitalnom dobu.

3.1. Društvene mreže

Četiri najpoznatije kategorije društvenih medija su: (a) društvene mreže kao što su Facebook, LinkedIn, Xing i druge; (b) korporativni blogovi ili mikroblogovi kao što su Twitter i drugi; (c) web stranice za dijeljenje multimedijalnog sadržaja kao što su YouTube, Instagram, Flickr, SlideShare i drugi; i (d) wiki-bazirane alate za razmjenu znanja.

U 2021. godini, 59% preduzeća u EU koristilo je barem jednu od ovih vrsta društvenih medija, što je povećanje od 22 procentna poena u odnosu na 2015. Procenti se uvelike razlikuju od zemlje do zemlje, u rasponu od 80% i više na Malti (84%) , Švedskoj (80 %) i Holandiji (80 %) na manje od 40 % u Bugarskoj (39 %) i Rumuniji (36 %). (Eurostat, 2024)

Broj korisnika društvenih medija na globalnom nivou porastao je sa 4,72 milijarde u januaru 2023. na 5,04 milijarde u januaru 2024. To predstavlja rast od 8% od +320 miliona korisnika u odnosu na prethodnu godinu. Uz još veći rast koji se predviđa u ostatku godine... (Chaffey, 2024)

3.2. Najčešće korištene društvene mreže u Bosni i Hercegovini

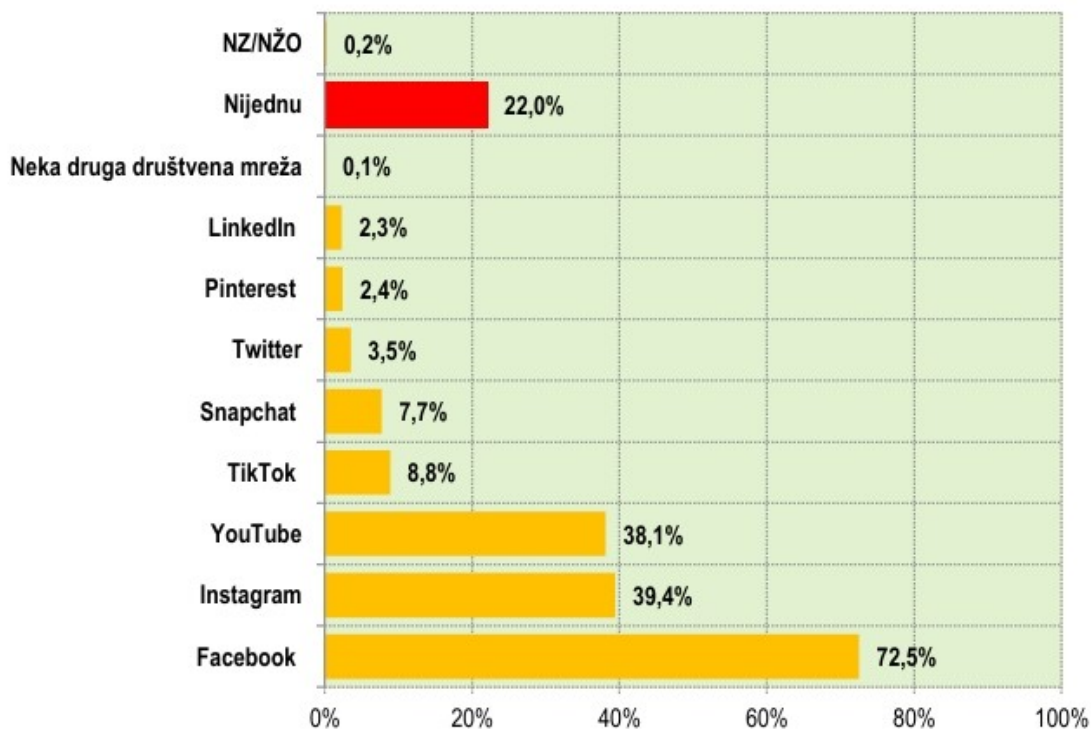
Prema podacima Istraživanja o medijskim navikama odraslih Vijeća Europe i Regulatorne agencije za komunikacije BiH (RAK), skoro 80 posto stanovnika Bosne i Hercegovine koristi barem jednu društvenu mrežu, a na njima dnevno provedu oko sat i po vremena. Najzastupljenija mreža među bh. građanima je Facebook i na toj platformi aktivan profil ima oko 73% stanovnika, dok je drugi u nizu prema broju korisnika Instagram. Na trećem mjestu se nalazi YouTube s jednim postotkom

manje, odnosno tu mrežu koristi 38% stanovnika. Istraživanje je pokazalo da, za razliku od ostalih starosnih kategorija, mladima Facebook nije glavna društvena mreža, nego Instagram. (Bljesak.info, 2021)

3.2.1. Korištenje društvenih mreža

Podaci navedenog istraživanja pokazali su da osam od deset (78%) stanovnika BiH koristi barem jednu društvenu mrežu. Najčešća društvena mreža je Facebook, na kojoj aktivan profil imaju skoro tri četvrtine (73%) stanovnika. Znatno rjeđe se koriste Instagram (39%) i YouTube (38%). Sve ostale društvene mreže koristi manje od 10% stanovnika – ipak, TikTok i SnapChat se koriste češće od Twitter-a, Pinterest-a i LinkedIn-a (9% i 8% naprema 4%, 2% i 2%).

Facebook je ubjedljivo najčešće glavna društvena mreža stanovnika BiH. Naime, 70% onih koji imaju aktivan profil na nekoj od društvenih mreža najčešće koriste upravo Facebook. Instagram je glavna mreža za znatno manje stanovnika BiH (21%), dok 6% ističe da je to YouTube. Sve ostale društvene mreže skoro da niko ne koristi češće od prethodno navedenih. (Hasanagić, Papović, & Lević, 2021)



Slika br. 1. Najčešće korištene društvene mreže u Bosni i Hercegovini

Izvor slike: Medijske navike odraslih u BiH, Vijeće Evrope i Regualtorna agencija za komunikacije BiH, Sarajevo, 2021.

3.2.2. Glavna društvena mreža u Bosni i Hercegovini

Facebook je ubjedljivo najčešće glavna društvena mreža stanovnika BiH. Naime, 70% onih koji imaju aktivan profil na nekoj od društvenih mreža najčešće koriste upravo Facebook. Instagram je glavna mreža za znatno manje stanovnika BiH (21%), dok 6% ističe da je to YouTube. Sve ostale društvene mreže skoro da niko ne koristi češće od prethodno navedenih.

Za razliku od ostalih starosnih kategorija, mladima Facebook nije glavna društvena mreža, nego je to Instagram. Tako se izjašnjavaju tri petine mladih (60%) koji imaju aktivan profil na nekoj od društvenih mreža, trećina (32%) osoba 25-34 godine, te 9% osoba starijih od 34 godine. A zanimljivo je da stare osobe (uz osobe 55-65 godina) češće od mlađih od 45 godina ističu da im je glavna društvena mreža YouTube (12% i 14% naprema 3%). U skladu sa tim, Instagram je glavna društvena mreža za učenike i studente (za 62% učenika i studenata), druga po zastupljenosti kod nezaposlenih i zaposlenih (najčešće ga koristi 21% nezaposlenih i 19% zaposlenih osoba) dok ga

penzioneri vrlo rijetko biraju za glavnu mrežu (3%) i, češće od njega, pored Facebook-a koji dominira (78%), upotrebljavaju i YouTube (16%). Domaćice pretežno upotrebljavaju Facebook (85%), te u istoj (maloj) mjeri češće od njega i drugih društvenih mreža koriste Instagram i YouTube (po 8%). (Hasanagić, Papović, & Lević, 2021)

	Starost (u godinama)					
	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Facebook	30.9%	62.3%	83.9%	85.5%	76.2%	75.3%
Instagram	59.6%	32.3%	11.2%	7.3%	7.7%	9.3%
LinkedIn	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	1.0%
Pinterest	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%
Snapchat	2.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
TikTok	3.7%	1.5%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%
Twitter	1.1%	0.0%	0.4%	0.0%	0.0%	1.0%
YouTube	2.1%	3.1%	2.7%	7.3%	14.3%	12.4%
Neka druga društvena mreža	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%
NZ/NŽO	0.0%	0.8%	0.9%	0.0%	0.6%	0.0%
UKUPNO	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Slika br. 2. Glavna društvena mreža

Izvor slike: Medijske navike odraslih u BiH, Vijeće Evrope i Regualtorna agencija za komunikacije BiH, Sarajevo, 2021.

3.3. Utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini

Utjecaj društvenih mreža na jezik može implicirati nekoliko stvari, ali ono što je sigurno jeste da to pojam koji se duboko ukorijenio u način na koji komuniciramo u ovom digitalnom dobu. Upravo taj utjecaj je vidljiv u različitim aspektima jezika, od gramatike, rječnika i našeg vokabulara do uvođenja novih oblika izražavanja kao što su skraćenice, memeovi i sleng. Priroda društvenih mreža jeste, upravo, brzina koja je potaknula evoluciju jezika da bude razgovorljiviji i trenutačan.

Na osnovu ankete, koja će se provesti među građanima u Bosni i Hercegovini, pokazat će se koji to jezički izrazi se mijenjaju i koliko su skraćenice pa i sleng, u suštini, prisutni u svakodnevnoj komunikaciji na njima i da li se to odražava na živi jezik. Prema tome ćemo u nastavku definirati skraćenice i utvrditi sleng, odnosno žargon.

3.3.1. Skraćenice

Skraćenice se mogu definirati kao proizvoljno skraćivanje riječi ili riječi korištenjem više od jednog slova iz svake riječi, zamjenom slova apostrofom, odsijecanjem slova s kraja ili iz sredine i dodavanjem tačke ili, u poštanskim standardima, eliminacijom većine samoglasnika i neki suglasnici. (Burmeister, 2008)

Skraćenice na društvenim mrežama igraju veliku ulogu, a s obzirom na već spomenuti ubrzan način života i komunikacije, one su postale primarni alat za komunikaciju na njima.

U nastavku ćemo ponuditi nekoliko čestih skraćenica koje se koriste na društvenim mrežama:

LOL: Laughing Out Loud (glasno smijanje, smijanje naglas)

BRB: Be Right Back (vraćam se uskoro)

OMG: Oh My God/Goodness (O moj Bože)

TBH: To Be Honest (da budem iskren)

FYI: For Your Information (za tvoju/Vašu informaciju)

YOLO: You Only Live Once (samo se jednom živi)

Osim engleskih riječi, na društvenim mrežama se često skraćuju riječi poput:

nzm – ne znam

vjv – vjerojatno

ozb – ozbiljno

pozz – pozdrav

Navedene skraćenice su postale dio neformalne komunikacije na internetu, odnosno društvenim mrežama. Postavlja se pitanje koliko, zapravo, ove skraćenice pozitivno ili negativno utječu i u razgovoru uživo? Ovaj fenomen se najčešće primjećuje kod mlađe populacije koja u prosjeku provodi više vremena na društvenim mrežama nego starija populacija, te stoga one (društvene mreže) više utječu na njihov jezik, bio on pisani ili razgovorni. Ova činjenica itekako ukazuje na ozbiljnu promjenu jezika ne samo u Bosni i Hercegovini, već i šire.

3.3.2. Sleng

Encarta World English Dictionary definira sleng kao vrlo ležeran govor ili pisanje riječi, izraza koji su ležerne, živopisne, oštre ili razigrane zamjene za standardne, često su kratkotrajne i obično se smatraju neprikladnim za formalni kontekst i da je to oblik jezika isključive grupe koji koristi određena grupa ljudi, često namjerno kreiran i korišten za isključivanje ljudi van grupe. (Adams, 2009)

Sinonim za sleng je i žargon. On se u *Gramatici bosanskog jezika* definira kao poseban govorni jezik neke uže skupine koju vezuje zajednički interes. Iz tog razloga će se, kao što će i anketa pokazati, utvrditi kakav tip žargona ili slenga se koristi na društvenim mrežama, koliko je on, ustvari, prisutan na njima i da li se on, kao takav, prenosi na jezik koji danas govorimo.

3.4. Jezik na društvenim mrežama

U metodološkom dijelu rada, u podnaslovu definiranja pojmova i pojmovne analize, objašnjen je pojam jezika. Ovaj podnaslov će dalje ukazati na to kakav je to jezik na društvenim mrežama, šta se dešava sa jezikom na njima i koliko je on promjenjiv u stvarnosti. Jezik društvenih mreža u Bosni i Hercegovini oslikava dinamičan i raznolik jezički kolorit ove zemlje.

Društvene mreže imaju značjan utjecaj na način na koji ljudi komuniciraju, mijenjajući i obogaćujući svakodnevni jezik. Da bi se uvidjela jasnija slika o predmetu ovog podnaslova, i ovog rada u cjelosti, bitno je ukazati na neke aspekte koji opisuju ovaj fenomen.

3.4.1. Aspekti utjecaja društvenih mreža na jezik

3.4.1.1. Upotreba anglizama

Facebook, Instagram, Youtube, TikTok i ostale globalne platform donose veliki broj anglizama u svakodnevni jezik. Izrazi kao što su: “like”, “share”, “post” i “comment” postali su skoro pa uobičajeni, naročito među mlađim generacijama.

3.4.1.2. Skraćenice i akronimi

U online komunikaciji često se koriste skraćenice i akronimi radi brže i efikasnije komunikacije. Izrazi kao što su „LOL“ (Laughing Out Loud), „BRB“ (Be Right Back) i „IDK“ (I Don't Know) su česti u digitalnim i online razgovorima.

3.4.1.3. Utjecaj slenga

Već pomenuti sleng, koji se vrlo brzo razvija preko društvenih mreža, stvara nove načine izražavanja koji često bivaju usvojeni u svakodnevnom govoru. To je odraz globalnih i lokalnih trendova koji u Bosni i Hercegovini, kao i u drugim zemljama, uključuje kombinaciju domaćih izraza, anglizama, stickera i emojija. Naročito je vidljivo kod mladih koji brzo usvajaju i prilagođavaju nove izraze svom jeziku. Prema tome, ova pojava dovodi do stvaranja novih riječi i izraza koji reflektiraju trenutne društvene i kulturne karakteristike.

Pored navedenih primjera u prethodnim aspektima, navest ćemo i primjere domaćeg slenga, hashtagova, stickera i emojija koji se često koriste u online komunikaciji:

Brt – skraćenica za "brate", često se koristi kao uzvik ili obraćanje prijatelju.

Raja – znači društvo, ekipa.

Haj'mo – skraćeno od "hajdemo", znači idemo.

#TBT (Throwback Thursday) – koristi se za označavanje starih slika ili uspomena koje se dijele četvrtkom.

#BFF (Best Friends Forever) – koristi se za označavanje najboljih prijatelja.

#OOTD (Outfit Of The Day) – koristi se za prikazivanje odjeće koja se nosi taj dan.

😊 – koristi se za izražavanje smijeha.

♥ – koristi se za izražavanje ljubavi ili naklonosti.

👍 – koristi se za izražavanje odobravanja.

3.5. Kratke crte o jeziku

3.5.1. Jezik u društvenoj krizi

Ranko Bugarski je srpski lingvist i redovni profesor u miru Filološkog fakulteta u Beogradu. U knjizi *Jezik u društvenoj krizi*, zbirci referata, predavanja, ogleda i intervjua, Bugarski najprije tematizira aktuelni status srpskohrvatskog jezika, odnosno idioma na koje je on administrativno rastočen. Potom slijede razmatranja jezičkih granica i manjina, te uloge jezika u porastu nacionalizma. Na kraju se ispituje i ilustruje priroda tekućeg političkog diskursa, s naročitim obzirom na jezičke manipulacije. U odjeljku *Jezik u društvenoj krizi* kaže sljedeće:

Prilikom svakog obuhvatnijeg razmatranja aktuelnog stanja neke kulture neophodno je posvetiti pažnju i jeziku, kao jednom od glavnih konstitutivnih činilaca i izražajnih sredstava kulture. U tom kontekstu prirodno se pomišlja i na pojam jezičke kulture, koji se po tradiciji najviše odnosi na poštovanje pravila književnog jezika, izbegavanje nestandardnih oblika, kontrolisanje stranih reči i slično. No to je program za mirnija vremena. U teškim danima koje naše društvo upravo preživljava, u sveopštoj eroziji vrednosti, u dubokoj krizi u koju su zapali i svi segmenti kulture, našoj pažnji se ovom prilikom preporučuju širi sociolingvistički, sociopsihološki i pragmatički aspekti upotrebe jezika u ovakvom okruženju. (Bugarski, 1997)

Bugarski u knjizi dosta govori o jezičkom identitetu u pogledu jugoslovenskog iskustva, ali i o mržnji koja se pojavljuje u medijima, ali to, za sada, nije tema našeg rada. Za potrebe rada smo uzeli samo jedan segment iz knjige Bugarskog.

3.5.2. Jezik kao komunikacioni sistem i jezičke funkcije

Jezik se veoma često definira kao sistem znakova koji služi za komunikaciju. Roman Jakobson, jedan od najznačajnijih lingvista 20. vijeka, na osnovu komunikacijske sheme, koju je preuzeo iz teorije komunikacije, određuje šest jezičnih funkcija, i to tako da svakom elementu komunikacionog procesa odgovara jedna od tih funkcija. (Katnić-Bakaršić, 2001)

Katnić-Bakaršić u svojoj knjizi opisuje šest funkcija komunikacionog procesa:

Referencijalna funkcija (denotativna, kongitivna), odnosi se na predmet poruke, tj. izražava odnos između poruke i referenta.

Ekspresivna (emotivna) funkcija označava usmjerenost na emitenta poruke. Ova funkcija izražava govornikov subjektivni stav prema poruci.

Konativna (apelativna) funkcija usmjerena je na primaoca poruke.

Fatička funkcija usmjerena je na kontakt, tj. na kanal. Ona služi prije svega uspostavljanju, produženju ili obustavljanju komunikacije.

Metajezična funkcija označava usmjerenost poruke na kod.

Poetska (estetska) funkcija definira je kao usmjerenost poruke na samu sebe, pri čemu poruka prestaje biti sredstvo općenja i postaje njegov cilj. (Katnić-Bakaršić, 2001)

U svakom komunikacijskom događaju, pa tako i u svakom govornom događaju, koji je komunikacijski događaj par excellence, pošiljalac (emitent, adresant) šalje poruku primaocu (recipijentu, adresatu) o određenom predmetu (referentu), koji Jakobson naziva kontekstom. Poruka mora biti na kodu koji je zajednički primaocu (koji poruku enkodira) i pošiljaocu (koji poruku dekodira), u protivnom je komunikacija nemoguća, ili se uvodi posrednik (npr. prevodilac). Svaka poruka kreće s određenim kanalom (to može biti zrak, ili žice, ili elektronski impulsi). (Katnić-Bakaršić, 2001)

3.5.3. Raslojavanje jezika – jezično variranje

Raslojavanje jezika je jedna od prvih sistematičnih i znanstveno utemeljenih teorija o tome da jezik nije jedinstven i da se u zavisnosti od niza faktora raslojava na pojedine podsisteme. Polazeći od različitih kriterija, moguće je izdvojiti različite tipove raslojavanja jezika. Prema jednoj mogućoj klasifikaciji razlikuju se četiri tipa raslojavanja jezika:

socijalno,

teritorijalno,

individualno,

funkcionalno-stilsko.

3.5.3.1. Socijalno raslojavanje jezika

Socijalno raslojavanje jezika podrazumijeva istraživanje govornih uloga pojedinca, koje su direktno u vezi sa brojem njegovih socijalnih uloga. Ukupan broj govornih uloga čini govorni repertoar jedne osobe; naravno, nemaju svi iste govorne repertoare. Student matematike tako će virtuelno imati govorne uloge studenta matematike (poznaje metajezik nauke), sina (familijaran, neformalni stil), prijatelja (neformalan stil, uz primjesu žargona, ponekad i vulgarizama), zaljubljenog mladića (emocionalno-ekspresivna leksika), ali i niz drugih uloga (kupca, pisca molbi...). Čitav je niz jezičnih sredstava koaj će se u tim govornim ulogama razlikovati. (Katnić-Bakaršić, 2001)

3.5.3.2. Teritorijalno raslojavanje jezika

Pod teritorijalnim raslojavanjem podrazumijevaju se različiti dijalekti jednoga jezika ili njegove varijante. Sociolingvistika proučava i tzv. urbane dijalekte, specifične govore pojedinih većih gradskih sredina. Ovi se varijeteti odnose na gradski supstandard – može se, npr., govoriti o specifičnoj redukciji samoglasnika kao obilježju sarajevskog govora, o specifičnim elipsama i frazama („Š'a ima?“) i slično.

U nekim situacijama preklapaju se, odnosno međusobno utječu jedno na drugo, dijalekatsko i funkcionalno-stilsko raslojavanje. Naime, dva sugovornika (oba zaposlena u nekom naučno-istraživačkom institutu) mogu govoriti u dijalektu dok piju kavu ili nekoj sličnoj neformalnoj situaciji, ali prelaze na standardni, književni jezik čim se priključe na jezik nauke. Moguć je, naravno, i obrnuti proces, kao i niz prijelaznih slučajeva.

3.5.3.3. Individualno raslojavanje jezika

Individualni stil podrazumijeva ukupnost jezičnog ponašanja, kompletan jezični repertoar nekoga pojedinca. Danas se u diskurs-analizi i konverzacijskoj analizi naročito insistira na različitim ličnim *komunikacionim stilovima*. Pokazuje se, naime, da ispitivanje različitih problema kao što su, npr., uzimanje riječi (učestalost i način na koji se to odvija) dominantna ili podređena uloga u konverzaciji i slično, nije moguće samo na osnovu socijalno-kulturne determiniranosti sudionika.

3.5.4. Opće osobine jezika

Umberto Eko je bio italijanski pisac, filozof, esejista i lingvista. Značajan je na polju jezika i spomenut ćemo samo jedan dio iz njegove knjige *Kultura, informacija, komunikacija*, a tiče se općih osobina jezika. On, između ostalog, kaže: „pre svega, opšte osobine jezika, u trenutku kada ih otkrivamo, ne predstavljaju neophodno i opšte strukture duha. One su *činjenice*. Jedno je utvrditi konstante (konačna operacija), a drugo je filozofski ih zasnovati tako definitivno da se time onemogućava svaka revizija konstatacije. Proučavanje općih osobina komunikacije povezuje se u tom smislu sa proučavanjem psiholoških struktura u njihovim odnosima sa našim biološkim osnovama; biologija i kibernetika se ovde uzajamno pomažu da bi ustanovile fizičke strukture koje omogućavaju komunikaciju.

Ovakvi problemi postaju urgentni u proučavanju prirodnih jezika, u kojima se polazi od priznatog relativizma kodova da bi se došlo do utvrđivanja konstanti. U drugim znakovnim sistemima situacija je drukčija.“ (Eko, 1973)

3.5.6. Etika na društvenim mrežama

O etici na društvenim mrežama gotovo da se i ne raspravlja. Kako su društvene mreže dio interneta, koji je najdemokratičniji medij, rijetko se pod povećalo stavlja njihova etička strana. Međutim, cijela stvar je veoma jednostavna jer na internetu, i na društvenim mrežama, vrijede ista etička pravila kao i u offline svijetu.

Na društvenim se mrežama javljaju standardna kršenja temeljnih zakonskih i etičkih pravila, u što najvećim dijelom ulazi – krađa. Ako prikupljate, pohranjujete i dijelite sadržaj koji pronalazite na internetskim tražilicama, pritom bez pravnih sankcija, ne znači da biste to trebali nastaviti raditi. Ipak, većina to radi, a brojka se korištenjem društvenih mreža abnormalno povećava i širi svake sekunde. Za to vrijeme nitko se ne preispituje oko takvih radnji – neki to rade premda znaju da ne bi trebali, dok se drugi pak ne trude niti informirati.

No, kršenje tuđih prava nije jedino s čime se ovdje susrećemo. Svako dijeljenje sadržaja na raznim internetskim platformama ima svoja dva lica. Dok korisnicima otvara mnoge mogućnosti za povezivanje i odašiljanje vlastitog (ali i tuđeg) sadržaja na velik broj adresa, s druge strane

korisnici se često, u velikom broju slučajeva i bez svog znanja, djelomično odriču prava vlasništva. Besplatno korištenje online platformi poput društvenih mreža korisnika stavlja u nepovoljan položaj, jer se nalazi na tuđem teritoriju na kojemu vrijede tuđa pravila.

Da je i o ovoj značajki društvenih mreža informirano premalo ljudi – pokazuje Instagram. On je suptilno svojim korisnicima pokušao “podvaliti” korištenje njihovih fotografija u promotivne svrhe, i to bez ikakve novčane naknade autorima odnosno korisnicima tog fotografskog servisa. Logično, korisnici su se pobunili protiv odluke koja izravno krši njihova autorska prava. Ali u pravilima korištenja svake društvene mreže, pa tako i ove, stoji stavka koja se tiče upravo ovog djela i kaže da je mreža slobodna koristiti sav uploadan sadržaj svojih korisnika sve dok su oni članovi te mreže, no naravno, ne u takve komercijalne svrhe.

Facebook u svome pravilniku ima istaknuto da mu korisnik na sav sadržaj koji je zaštićen pravima na intelektualno vlasništvo daje dopuštenje za korištenje bilo kakvog IP sadržaja koji objavi na njegovoj usluzi, s pravom podlicenciranja i bez naplate naknada za intelektualno vlasništvo, što je valjano širom svijeta. Ta IP licenca prestaje važiti u trenutku kada korisnik izbriše IP sadržaj ili svoj račun. Sve to naravno uz poštovanje postavki zaštite privatnosti i postavki aplikacije. U ovaj dio također ulazi i ustupanje određenih privatnih podataka oglašivačima zbog što kvalitetnijeg i personaliziranijeg načina oglašavanja. Ipak, broj korisnika društvenih mreža svakodnevno raste, a otkrivanje i dijeljenje privatnih podataka više gotovo nikome ne predstavlja prepreku.

Sve ovo nam ukazuje na to da dolazi do nove vrste konzumenata koji pretjerano ne mare za autorska prava, čak ne poštuju niti se dovoljno informiraju o vlastitim pravima dok su online, te sve zahtijevaju odmah i besplatno.

Bez obzira na sve navedeno, naoružani informacijama ili ne, korisnici pristaju na takve uvjete. Oni se mijenjaju, a u današnje vrijeme prihvaćaju više zakonskih i etičkih ograničenja s premalo kritičkog promišljanja o tome, kao što krše tuđa prava bez svjesnosti da rade nešto loše. Nove tehnologije koje su u neprestanom razvoju postavljaju nove etičke izazove, ali i proširuju prostor poštivanja odnosno kršenja istih. Čini se da ljude treba podsjetiti na temeljne etičke norme, bolje ih informirati o novim pravilima na internetu, a o ovoj temi svakako više raspravljati i educirati javnost. (Sok, 2012)

3.5.7. Jezička situacija u Bosni i Hercegovini

„Jezička je situacija u Bosni i Hercegovini, u najmanju ruku, vrlo složena. Za mjesto i vrijeme, reklo bi se, ništa neobično – Bosna je to, i rat u Bosni, i jezik u ratu, pa i: rat u jeziku!? No, je li baš obično i je li očekivano da se stanje ni pet-šest godina poslije rata ne mijenja? Ili se, možda, tek neznatno stabilizira. Svi su u našoj državi nekako zbunjeni – i političari, i lingvisti, i obični građani kao korisnici jezika. Desetogodišnja zbunjenost!? Obični govornik, ma koje nacije bio, koji nema direktnog utjecaja na zbivanja, ne nalazi odgovore na brojna pitanja niti zna kako se u novim okolnostima treba jezički ponašati.“ (Institut za jezik u Sarajevu, 2001)

Na osnovu globalnih razmišljanja prosječnih korisnika jezika u Bosni i Hercegovini, može se potvrditi opća postavka da ih je većina, bez obzira na nacionalnost, zbunjenih, jezički „obezglavljenih“, još uvijek zatečenih različitim naglim promjenama u jeziku i u vezi sa jezikom. (Institut za jezik u Sarajevu, 2001)

3.6. Komunikacija na društvenim mrežama

Komunikacija među mladima danas se sve više odvija putem novih medija – mobilnih telefona ili računala. Tekstovi mladih pisani u novim medijima (Facebook, SMS, WhatsApp i sl.) imaju sastavnice usmenoga govora tipičnoga za slobodan stil usmene komunikacije, tj. razgovorni jezik. (Filipan-Žignić, 2012)

Komunikacija na društvenim mrežama se razlikuje od formalne komunikacije, što je i odlika takvog stila, odnosno komunikacije, te je bliža razgovornom stilu nego administrativnom ili književnom.

Komunikacija na društvenim mrežama ima određene pozitivne učinke na međuljudsku komunikaciju, kao što je proširenje rječnika ili ispravljanje pravopisnih pogrešaka. Ipak, kako postoje pozitivni učinci društvenih mreža, tako postoje i oni negativni, kao što su, primjerice, deformacija riječi (npr. korištenje skraćenice „nezz“, dovelo je do toga da sve više ljudi „ne znam” ne piše rastavljeno) ili odstupanje od materinskoga jezika te upotreba tuđica, najčešće anglizama. (Filipan-Žignić, 2012)

3.6.1. Pozitivni utjecaji komunikacije na društvenim mrežama

Postoje razni pozitivni utjecaji komunikacije na društvenim mrežama, kako na individualnom tako i na društvenom nivou. Prije svega, tu se izdvaja jezička raznolikost koja se promovira putem društvenih mreža na način da one omogućavaju korisnicima da komuniciraju na različitim jezicima. Jezik na društvenim mrežama brže evoluirao te se na taj način žargonizmi, odnosno slengovi, brže šire među različitim zajednicama. Na društvenim mrežama komunikacija se lakše provodi putem pisanja postova, komentara i poruka. I ono što je iznimno važno jeste podizanje svijesti o standardu jezika i njegovim normama. U skladu s tim, sve je češće prisutna pojava lektora na društvenim mrežama. Putem društvenih mreža se može jako brzo doći do željenih informacija, i to je još jedna pozitivna stavka kada je u pitanju komunikacija na društvenim mrežama.

3.6.2. Negativni utjecaji komunikacije na društvenim mrežama

Kao što postoje razni pozitivni utjecaji komunikacije na društvenim mrežama, tako postoje i neki negativni utjecaji na tu istu komunikaciju. U ostatku rada će biti predstavljeni rezultati istraživanja kao i intervju s relevantnim jezičkim stručnjacima, koji su pokazali da su komunikacija i jezik na društvenim mrežama skloni promjenama i da su korisnici, a to su najčešće mladi ljudi, više privrženi pisanju skraćenica i mijenjaju jezičkog obrasca. Međutim, pod utjecajem tehnologije mnoge stvari se pojednostavljaju. Na taj način dolazi se i do pojednostavlivanja jezika i korištenja skraćenica, koje su odlika pisanja na društvenim mrežama. Problem nastaje kada, kako je i doc. dr. Elma Durmišević kazala u jednom od svojih odgovora, korisnici upotrebljavaju te skraćenice i u formalnom stilu pisanja. Dakle, treba se voditi računa o tome da, uredu je koristiti skraćenice, ali treba i znati kada ih koristiti.

3.7. Utjecaj društvenih mreža na komunikaciju

U radu će se detaljnije opisati kakve su to još posljedice korištenja društvenih mreža na jezik općenito. Međutim, da bismo razumjeli način na koji su društvene mreže promijenile upotrebu jezika, važno je razumjeti utjecaj društvenih mreža na komunikaciju općenito. Društvene mreže

imaju snažan utjecaj na na način putem kojeg ljudi komuniciraju. To je, prije svega, brzina i dostupnost komunikacije na osnovu koje korisnici mogu što prije doći do informacija, ali i dijeliti što brže informacije, ali i dijeliti određen sadržaj na istim društvenim mrežama. Skraćivanje poruka je nešto što je možda jedna od najbitnijih oznaka komunikacije na društvenim mrežama i njihov utjecaj na komunikaciju je takav da korisnici, zbog potrebe za brzim pisanjem, često koriste skraćenice i druge vizualne elemente kao što su emotikoni, gifovi ili memeovi i na taj način mogu bolje izraziti svoje osjećaje. Dosta je lakše poslati određeni emotikon umejsto što bi određena osoba pisala o tome kako se osjeća. To je prosto nešto što je postala svakodnevica online komunikacije. Dakle, prednost je ta što se informacije i poruke brže šire, ali mana je ta da korištenjem ovih elemenata online alata može se smanjiti dubina komunikacije, koja je dosta složenija nego što to mi mislimo. Zatim, dosta je utjecajan audiovizualni sadržaj, kao što su slike ili videi, na osnovu kojih ljudi ne moraju puno toga reći – dovoljna je slika koja, kako kažu, govori više od hiljadu riječi. Oslanjanje na ovakve tipove komunikacije može uveliko umanjiti značaj verbalne komunikacije, i to je isto jedan od faktora utjecaja društvenih mreža na komunikaciju. Ono što je, također, karakteristično za online komunikaciju, a što je navela i doc. dr. Elma Durmišević u jednom od svojih odgovora na postavljeno pitanje o tome koje društvene mreže najviše utječu na jezičke promjene u Bosni i Hercegovini, to su, prije svega, slivenice ali i jezički ludizam koji je jako prisutan na društvenim mrežama i to posebno na platformi X (nekadašnji Twitter). Ono što je istakla jeste da ukoliko mi, kao pojedinac ili pojedinaka, više vremena provedemo na određenoj društvenoj mreži, na nas će ta mreža ostaviti najviše utjecaja. Upravo je to nešto što je individualno. Svako sam određuje koje će društvene mreže koristiti, ili ih neće nikako koristiti. Očuvanje standardnog jezika na društvenim mrežama, kako će navesti i prof. dr. Amela Šehović je, također, individualna stvar. Bosanski jezik neće nastati jer na njega dosta utječe engleski jezik. Engleski jezik ne utječe samo na bosanski jezik, nego i u cijelom svijetu i to je nešto što je neizbježno. Ono što će biti jedan od zaključaka ovog rada i istraživanja jeste da ljudi uveliko primjećuju pravopisne i gramatičke greške na društvenim mrežama. Međutim, razlika između mlađe i starije populacije je u tome što je mlađa populacija nosilac jezičkih promjena, a starija populacija teže prihvata te promjene i drži se tradicionalnog pristupa u komunikaciji.

Društvene mreže kao što su: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok itd. omogućavaju korisnicima da što lakše i brzo kreiraju i dijele sadržaj. To rezultira dinamičnim i vrlo često neformalnim načinom komunikacije. Zbog toga utjecaj društvenih mreža na komunikaciju imaju višeslojan

efekat, a takvim načinom komunikacije može se doći do nekoliko promjena u jeziku kao što su: formuliranje novih izraza i skraćenica, utjecaj stranih jezika (najviše engleskog jezika) promjene u pravopisu i gramatici te jezičke inovacije koje se izražavaju kroz razne nove vizualne elemente poput memeova, emotikona i gifova.

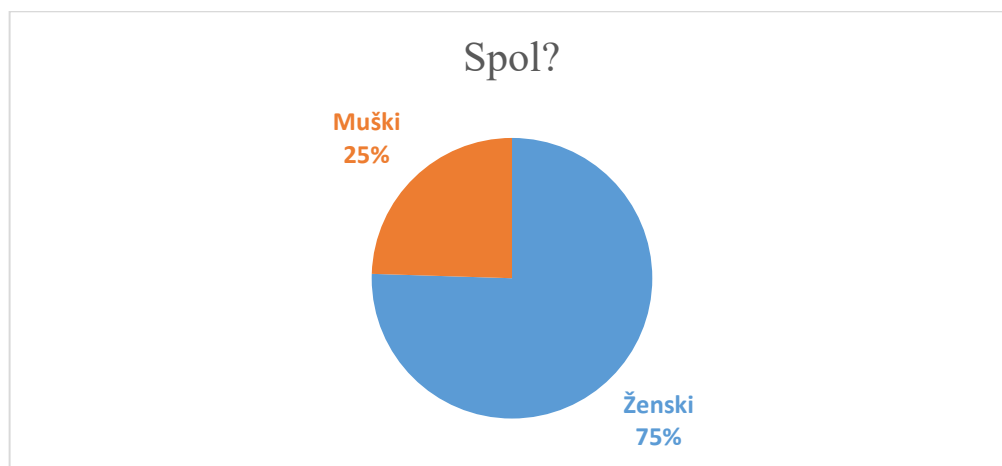
4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U ovom radu istraživano je na koji način stanovnici Bosne i Hercegovine, ali i stručnjaci vide ovu problematiku, odnosno utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini. U tu svrhu kreiran je upitnik, ali i obavljen intervju s ekspertima iz oblasti jezika.

4.1. Upitnik

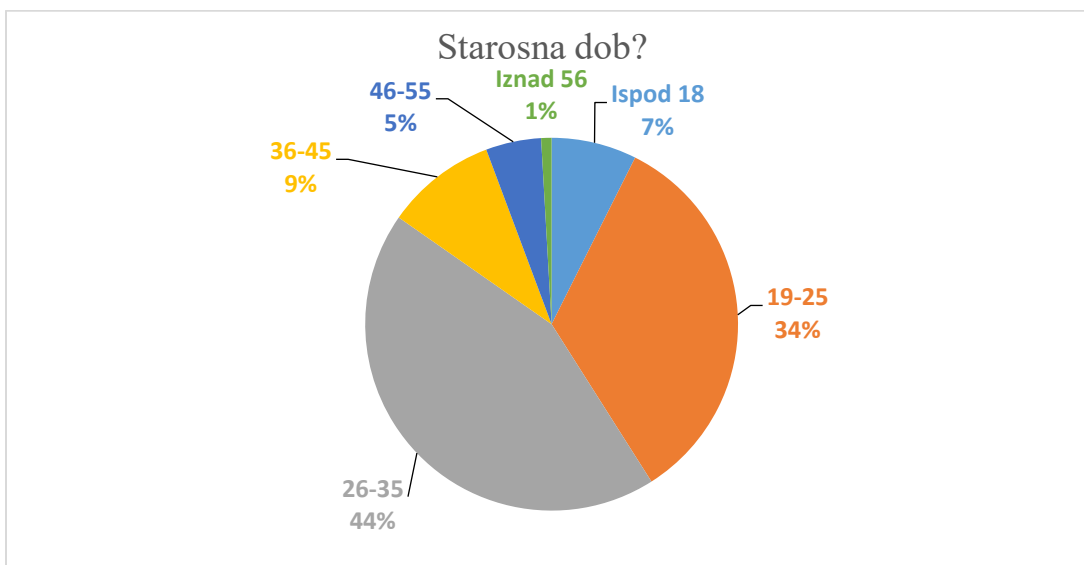
Upitnik se sastojao iz 27 pitanja. Prvih pet pitanja se odnosilo na sociodemografske karakteristike: spol, starosna dob, mjesto boravka, najčešće korištene društvene mreže i pitanje koliko dnevno ispitanici provedu na društvenim mrežama. Ostatak pitanja je imao za cilj ocijeniti percepciju utjecaja društvenih mreža na njihov jezik i koje su to promjene u jeziku koje se dešavaju zbog korištenja društvenih mreža. Upitnik je dijeljen putem društvenih mreža, a kreiran je i obrađen u GoogleForms aplikaciji.

Upitnik je popunilo 229 ispitanika iz Bosne i Hercegovine, 173 ispitanica (75%) i 56 ispitanika (25%).



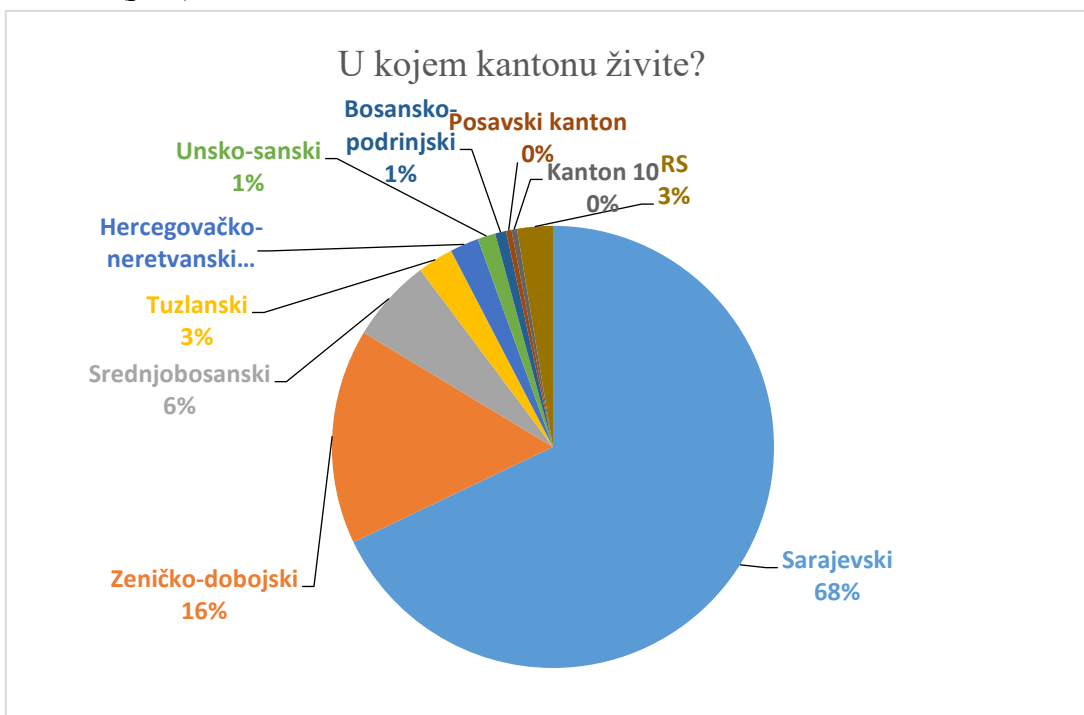
Grafikon 1: Spol ispitanika

Najmanje ispitanika je bilo u kategoriji ljudi starosne dobi iznad 56 godina, njih, 1%, a najviše u kategoriji mladih, 26-35 godina, njih 44%.



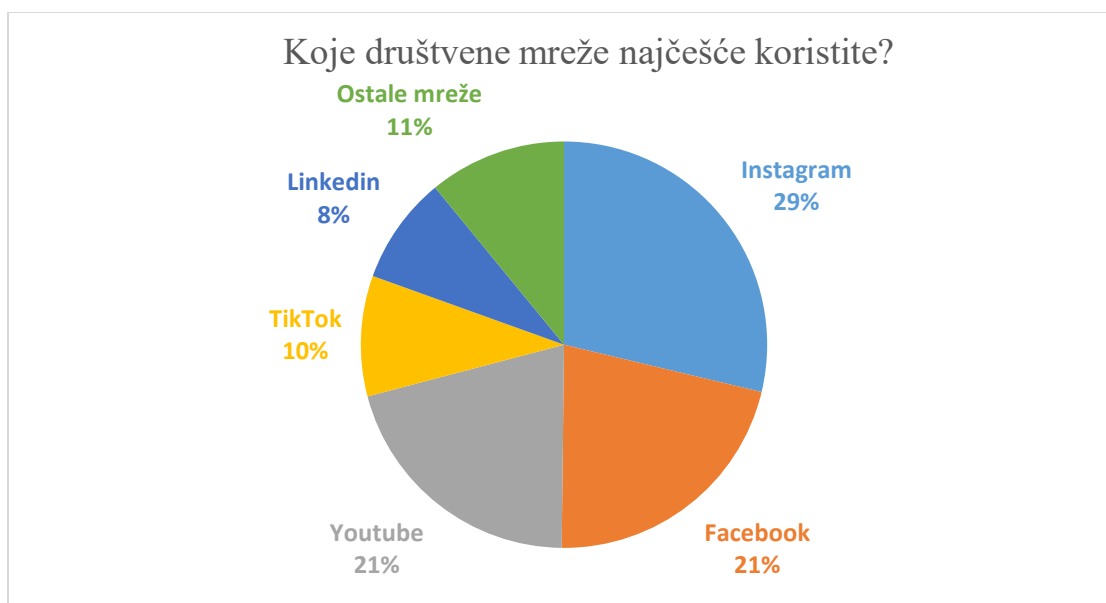
Grafikon 2: Starosna dob ispitanika

Da bi se dobio što bolji uzorak, anketu su ispunili ispitanici iz skoro svih kantona Bosne i Hercegovine. Najviše ih je bilo iz Kantona Sarajevo (155), a najmanje iz Posavskog kantona i Kantona 10 (po 1).



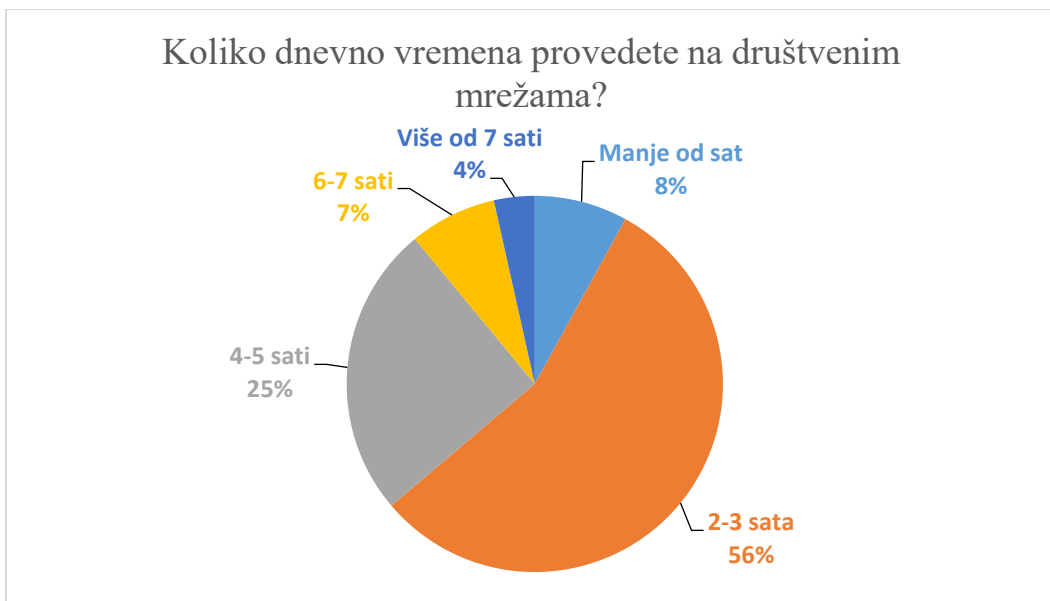
Grafikon 3: Kanton ispitanika

Osim spola, starosne dobi i mjesta boravka odnosno kantona u kojem ispitanici žive, opći dio ankete odnosio se na pitanja tehničke prirode, a prvo pitanje iz ove kategorije bilo je vezano za to koje društvene mreže ispitanici koriste. Na prvom mjestu je to društvena mreža Instagram koju koristi 29% ispitanika, zatim Facebook 21%. Youtube 21%, TikTok 10%, a LinkedIn 8%. Ostale društvene mreže u koje su ubrojani Viber, WhatsApp, Tumblr, Goodreads i Reddit koristi 11% ispitanika.



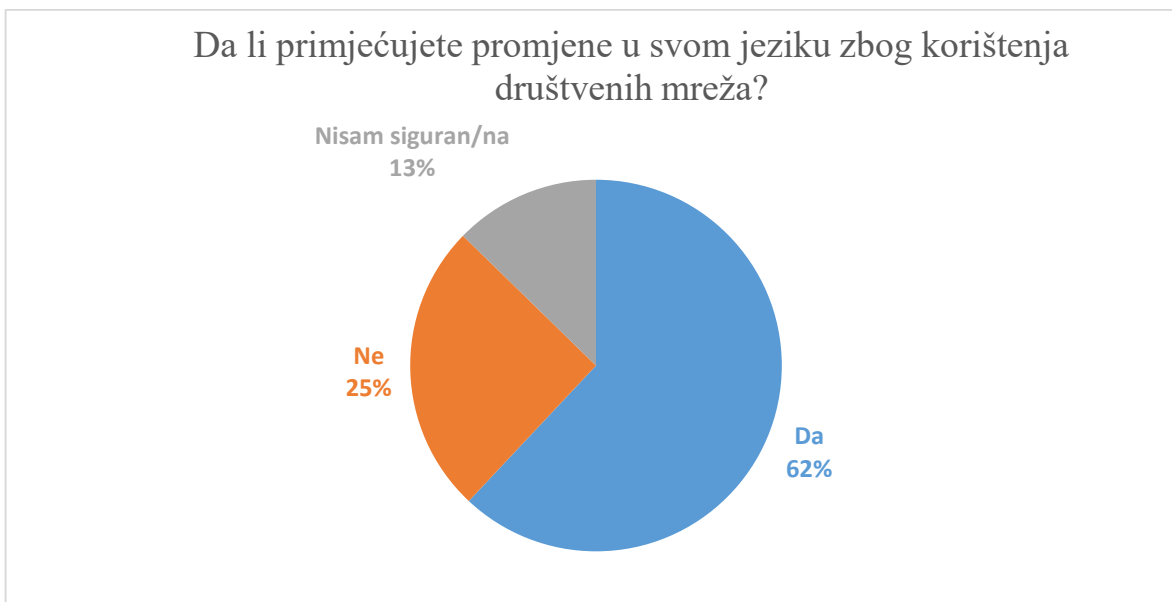
Grafikon 4: Najčešće korištene društvene mreže u Bosni i Hercegovini

Sljedeće pitanje bilo je vezano za to koliko vremena dnevno ispitanici provode na društvenim mrežama. Najviše je onih koji provedu između 2 do 3 sata dnevno, 56% (126), a 3,5% (8) je onih koji koriste društvene mreže više od 7 sati dnevno.



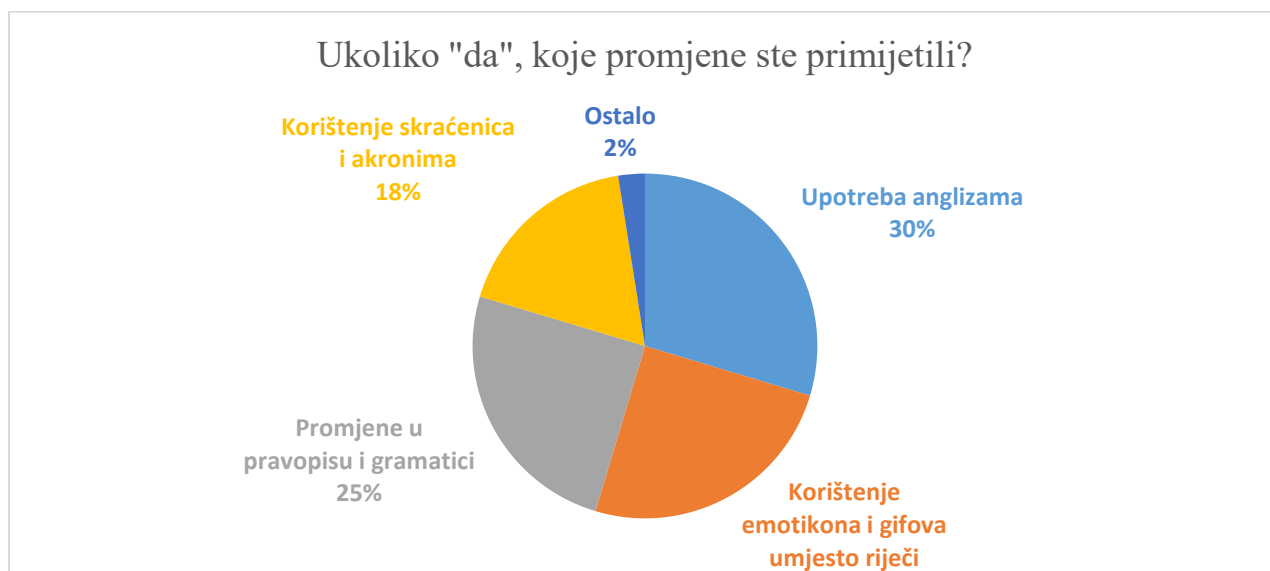
Grafikon 5: Vrijeme provedeno na društvenim mrežama

Sljedećim pitanjme već ulazimo u problematiku samog rada, a ono se ticalo promjena u jeziku zbog korištenja društvenih mreža. 62%, (142) je primijetilo promjene u svom jeziku zbog korištenja društvenih mreža, 13% (29) nije sigurno, 25% (58) nije primijetilo promjene u svom jeziku zbog korištenja društvenih mreža.



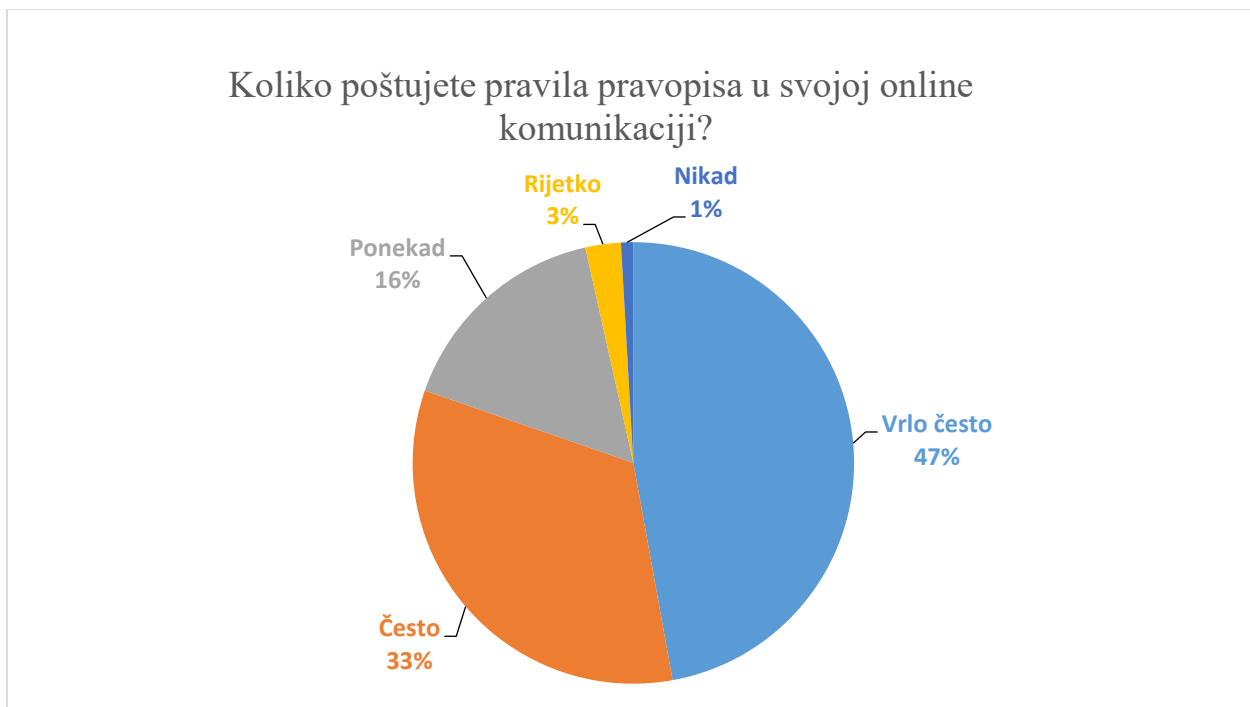
Grafikon 6: Promjene u jeziku zbog korištenja društvenih mreža

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bilo da, slijedilo je pitanje koje promjene su primijetili u svom jeziku zbog korištenja društvenih mreža. Od 170 odgovora, 30% je odgovorilo da je to upotreba angлизama kao što su npr. “like”, “share”, a 25% ih je odgovorilo da su primijetili promjene u pravopisu i gramatici. U zaključku ovog rezultata istraživanja možemo reći da su ispitanici primijetili da je upotreba angлизama, promjena u pravopisu i gramatici te korištenje emotikona i gifova umjesto riječi vrlo često pojava, odnosno jezička promjena nastala korištenjem društvenih mreža.



Grafikon 7: Promjene koje su ispitanici primijetili zbog korištenja društvenih mreža

Sljedeće pitanje se ticalo toga koliko ispitanici poštuju pravila pravopisa u svojoj online komunikaciji. Postavljena je skala: vrlo često, često, ponekad, rijetko i nikad. 47% poštuje pravila pravopisa vrlo često, a 2 ispitanika, odnosno 1% ne poštuje nikad. Ono što je primjetno kod nas, ali i globalno, kako kaže prof. Šehović, jeste manja brižljivost u upotrebi interpunkcijskih znakova i poštivanje pravopisa. Često na društvenim mrežama možemo vidjeti gomilu pravopisnih nepravilnosti. Postavlja se pitanje zašto je to tako: Da li možda zbog brzine pisanja i nepreciznosti ili osoba, zaista, ne poznaje osnove pravopisa? To je već tema za druga istraživanja. Držat ćemo se zaključka ovog pitanja da ispitanici, ipak, poštuju pravila pravopisa u svojoj online komunikaciji; samo 3% ispitanika rijetko poštuje pravopisna pravila, a 1% uopće ne poštuje; ostatak ispitanika poštuje pravila pravopisa i to je ono što je pohvalno.



Grafikon 8: Poštivanje pravila pravopisa u online komunikaciji

Kada je u pitanju korištenje anglizama u online komunikaciji, 70% (161) je kazalo da koristi anglizme u svojoj online komunikaciji, a 30% (68) ih je reklo da ne koristi anglizme u svojoj online komunikaciji. Sve češće prisustvo anglizama je nešto što postoji u svakom jeziku i engleski jezik danas utječe na sve jezike, kako kaže prof. Šehović, ne samo na bosanski jezik. Dalje navodi kako je, u smislu tvorbe nekih novih izraza, povećana upotreba slivenica, a to je sve utjecaj engleskog jezika. Naprimjer, spominje riječ „smog“ koja je slivenica iz engleskog „smoke“ i „fog“ a da toga nismo ni svjesni. Doc. dr. Elma Durmišević je kazala, između ostalog, da jedna od najznačajnijih promjena u jeziku usljed korištenja društvenih mreža jesu slivenice ili blende, dakle spajanje, nastanak hibridne riječi spajanjem dviju zasebnih riječi.



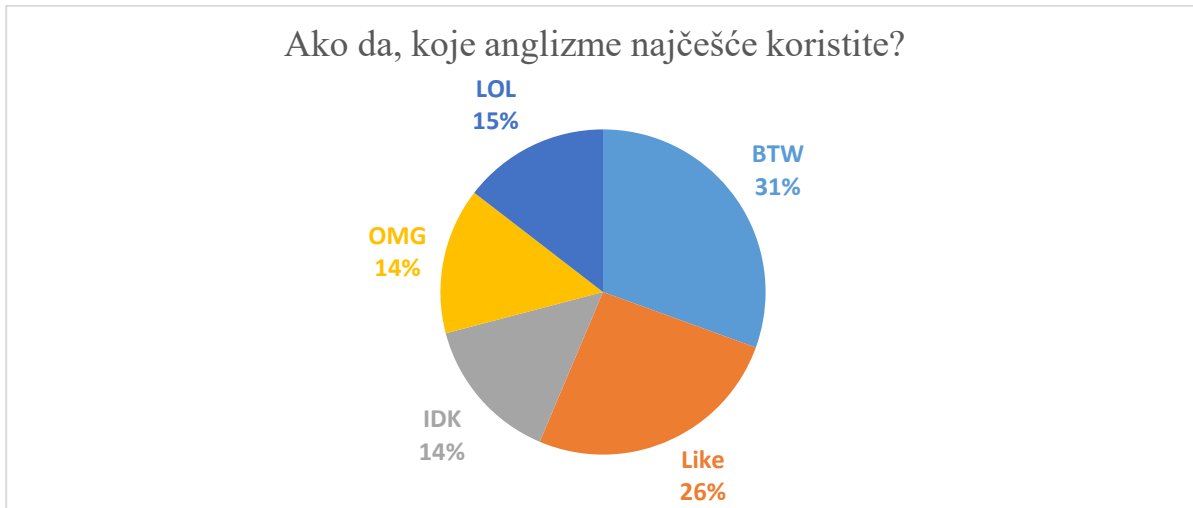
Grafikon 9: Korištenje anglizama u online komunikaciji

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bilo da, slijedilo je pitanje koje anglizme ispitanici najčešće koriste. U opisu pitanja je bio postavljen primjer: "like", "share", "follow", "selfie", "LOL", "BTW" itd. Najveći broj ispitanika je reklo da koristi: BTW, LOL, IDK, like, OMG, ok, myb, share, selfie... Neki su dodali i FYI, P.S., FR, TBH...

Neki su, kao odgovor, naveli da uopće ne koriste anglizme, da ih izbjegavaju i umjesto njih koriste riječi specifičnog značenja čiji adekvatan sinonim ne mogu pronaći u svom jeziku. Jedan od odgovora je bio da dotična osoba ponekad samo koristi riječ "selfie" jer ne može naći ekvivalent za tu riječ u svom jeziku. Ono što je zanimljivo vezano za ovo pitanje jeste što je ujedno i povezano sa pitanjem o skraćenicama, odnosno generalno potvrđuje konstataciju da korisnici društvenih mreža koriste kraće i jednodavnije rečenice da bi se što lakše izrazili, samim tim i brže.

Utjecaj engleskog jezika ne mora nužno značiti lošu stvar. On je prisutan svugdje u svijetu, samo treba voditi računa da li i koliko korisnici mogu napraviti distinkciju kada u živom govoru ubacuju anglizme i skraćenice. Često smo svjedoci, da li u prevoznim sredstvima ili na ulicama, da čujemo kako često mlađa populacija koristi anglizme, što zbog generalnog utjecaja engleskog jezika, što zbog dopuštanja mladim generacijama da koriste elektronske uređaje. Prate i dijele sadržaje na engleskom jeziku, zato su njemu toliko i izloženi. Pozitivna stvar ovog utjecaja jeste što djeca, a i

mladi bolje i brže upijaju jezik i na taj način ga puno bolje razumijevaju i čak nauče određeni jezik jer su odmalena izloženi njemu.



Grafikon 10: Najčešće korišteni anglizmi

Na pitanje da li koriste neologizme, 76% (229) ih je reklo da ih koriste, a 24% (55) ih ne koristi neologizme. Neologizmi su jako bitni jer oni donose nešto novo u jeziku, a ono što se može primijetiti na društvenim mrežama to su novi neformalni izrazi kao što su, već spomenuti, memeovi, gifovi i emotikoni – vizualni elementi koji danas često, u online komunikaciji, mijenjaju verbalni aspekt ili ga, kako kaže prof. Šehović, prate, čime korisnik, odnosno pošiljalac može ekspresivnije i dinamičnije poslati poruku određenom recipijentu.



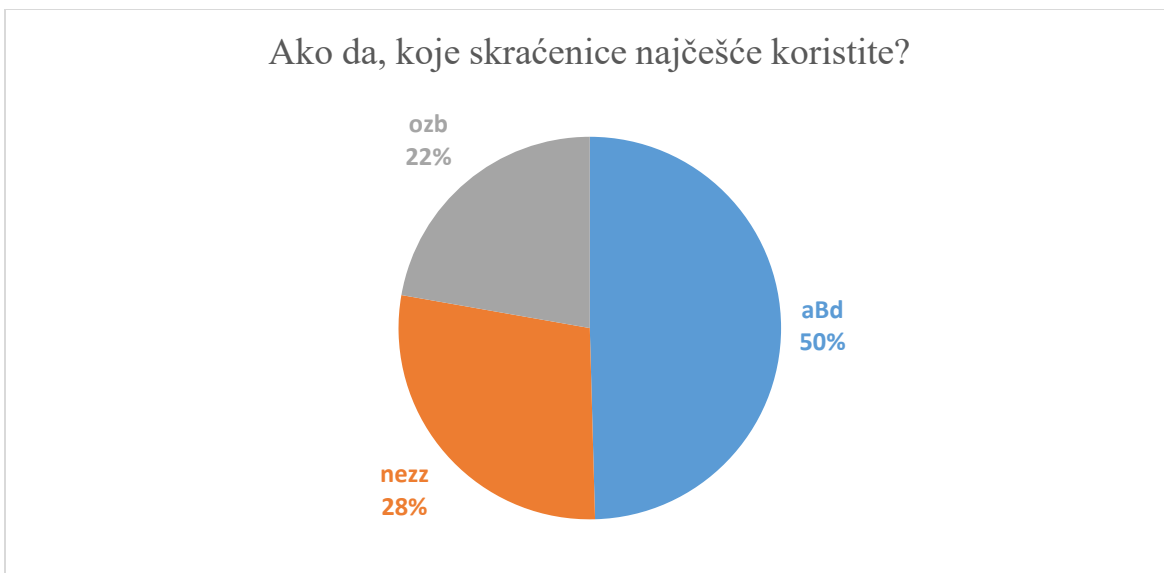
Grafikon 11: Korištenje neologizama

Sljedeće pitanje se ticalo skraćénica u online komunikaciji. 77% (177) ih je odgovorilo da koriste skraćénice, a 23% (52) ne koristi skraćénice u svojoj online komunikaciji. Ovo je itekako bitan faktor u rezultatima istraživanja jer je je treća pomoćna hipoteza glasila: *Korisnici društvenih mreža u Bosni i Hercegovini koriste kraće i jednostavnije rećenice u svojim online komunikacijama.* A skraćénice su upravo ti elementi kraćih i jednostavnijih rećenica koje su itetako popularne i odlikuju komunikaciju na društvenim mrežama. U oba intervjua su dotične profesorice spomenule skraćivanje riječi kao jedno od obilježja jezičkih promjena na društvenim mrežama.



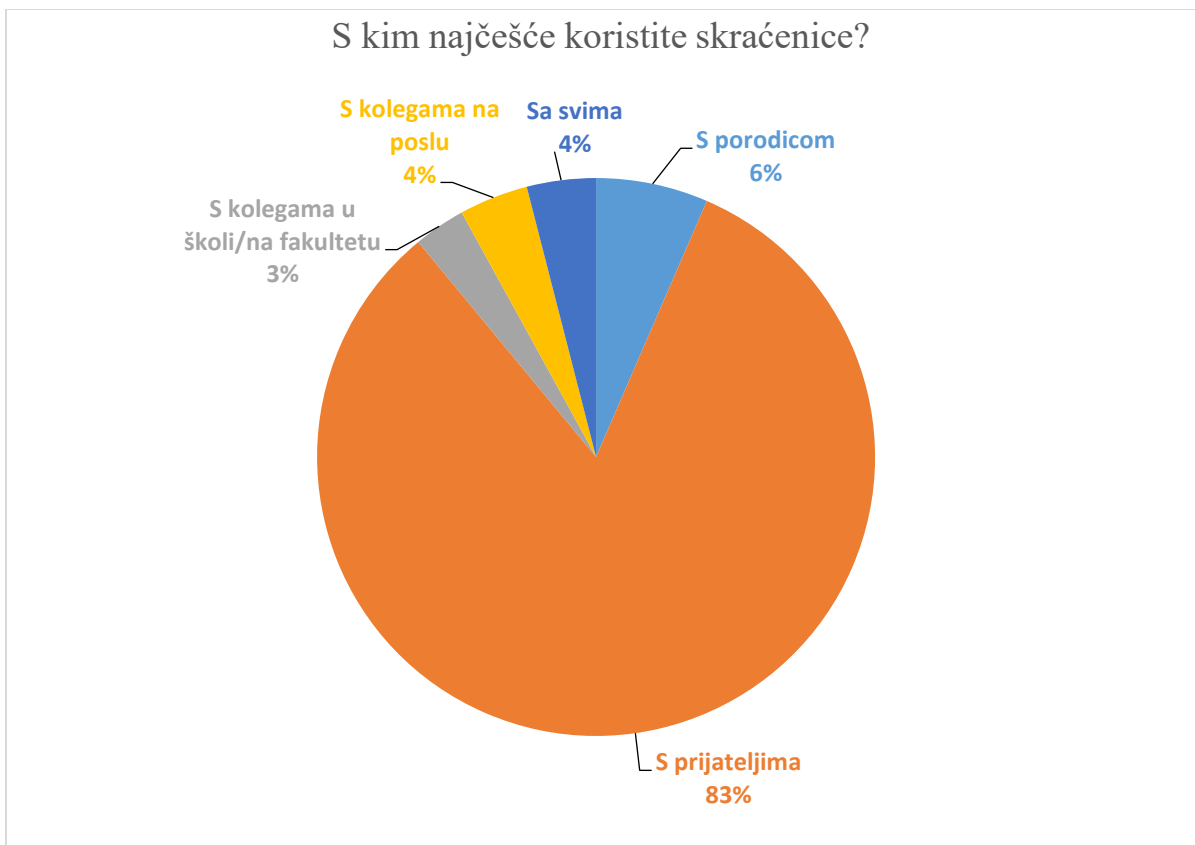
Grafikon 12: Korištenje skraćénica

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bilo “da”, sljedeće pitanje se ticalo toga koje skraćénice ispitanici koriste s primjerom u opisu pitanja: nezz (ne znam), ozb (ozbiljno), aBd (ako Bog da) itd. Najviše ispitanika, 50% je reklo da najčešće koristi skraćénicu “aBd”, a 22% koristi skraćénicu “ozb”. Bitno je dodati da, pored ovih skraćénica, ispitanici su navodili i primjere skraćénica poput: “fkt” (fakat), “bgm” (Boga mi), “msm” (mislim), “nmg” (ne mogu), vjv (vjerovatno), pozz (pozdrav)... Ovaj fenomen skraćivanja riječi je razumljiv ako osoba, zaista, zna značenje riječi i nije upitno njeno poznavanje pravopisa. Problem nastaje kada se tako osoba počne izražavati u formalnom stilu ili ako dođe do toga da osoba “ne znam” zaista piše skupa, kao što će napisati skraćénicu “nezz”.



Grafikon 13: Najčešće korištene skraćenice

Sljedeće pitanje se ticalo toga s kim ispitanici najčešće koriste skraćenice. 83% (165) koriste skraćenice s prijateljima, dok ih 4% koristi skraćenice sa svima. Ovo pitanje je bilo postavljeno zbog socijalnog aspekta ovog rada jer je bilo važno znati s kim ispitanici koriste skraćenice. Sasvim je razumljivo da ispitanici najčešće koriste skraćenice sa svojim prijateljima. To je odlika komuniciranja na društvenim mrežama. Ali ono što je posebno važno istaći, a nije se ranije spominjalo u radu, jeste da korisnici često koriste audiovizualne alate kao što je “recording” odnosno snimanje svog glasa. O tome bi se dalo diskutovati, ali u ovom slučaju je važno to spomenuti. Zašto? Jer je i to na neki način lakše ljudima poslati, nego stvarno napisati ili otkucati poruku. Glasovne poruke, kako se i nazivaju, su nešto popularno kod mladih. Prednost je lakše i brže razumijevanje, ali i na taj način možete, zaista, osjetiti emociju u glasu osobe koja šalje tu glasovnu poruku.



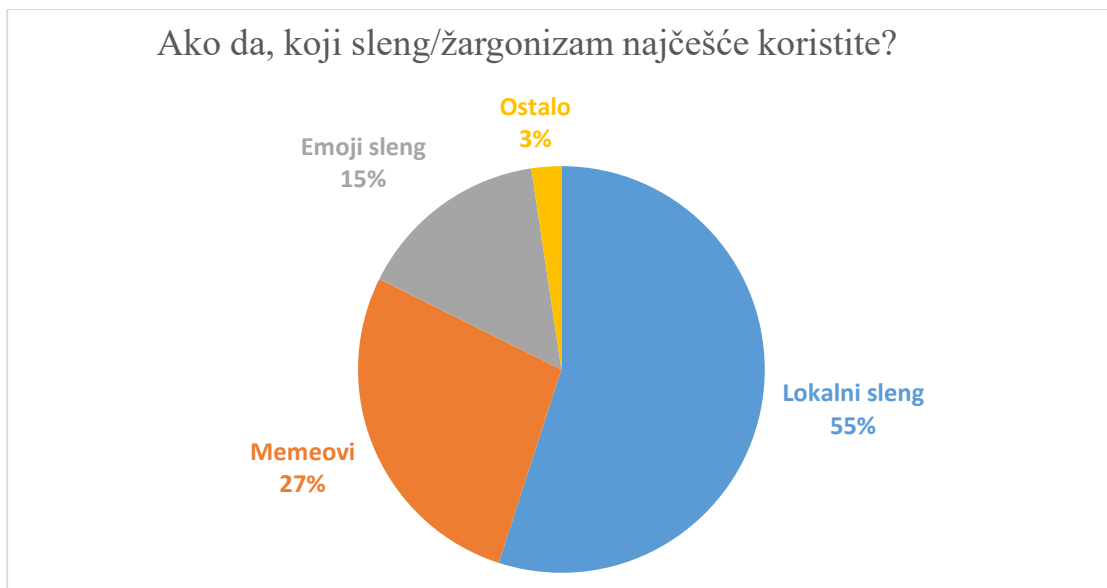
Grafikon 14: S kim se najčešće koriste skraćenice

Na pitanje da li ispitanici koriste sleng/žargonizme u svojoj online komunikaciji, 63% (144) je navelo da koriste, a 37% (85) je navelo da ne koriste. Kako je i prof. Šehović navela u svom odgovoru, društvene mreže doprinose razvoju novih žargona, zato što je to domen privatne sfere i upotrebe jezika. Tako da tu dolazi do izražaja jezička kreativnost, a žargon je upravo odraz jezičke kreativnosti. U načelu, prof. Šehović misli da je žargon općenito sklon brzim promjenama. 90% žargonizama nestane iz upotrebe ili potpuno bude zamijenjeno novim ili budu značenja promijenjena – zadrži se isti žargonizam ali ima drugo značenje. Zato je, ustvari, i žargon teško proučavati baš zbog tih znatnih promjena.



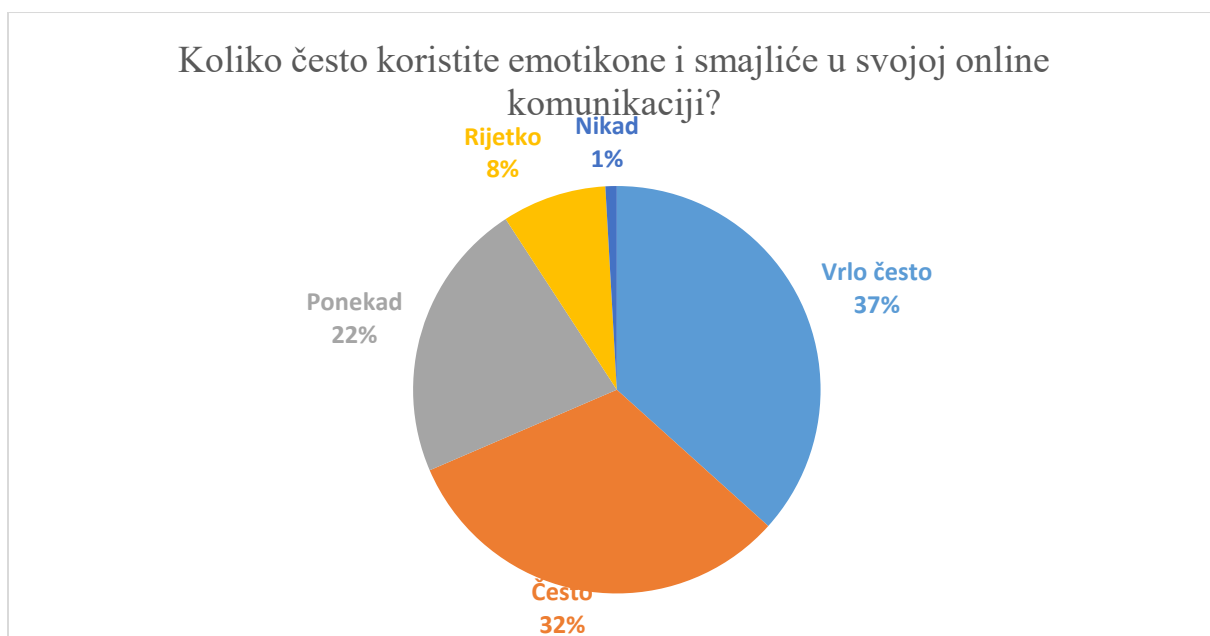
Grafikon 15: Sleng/žargonizmi u online komunikaciji

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bilo da, od ispitanika se tražilo da kaže koji sleng ili žargonizme najčešće koriste. U opisu pitanja je ponuđeno nekoliko primjera: lokalni sleng (brt, jaran, družje), emoji sleng, hashtag sleng, memeovi ili nešto drugo. Većina ih je navelo da koristi lokalni sleng, 55% (62). Nekolicina ih koristi ostale slengove, poput TikTok slenga ili tzv. TikTok jezik, njih 3%. Prema riječima prof. Šehović, žargon je upravo odraz jezičke kreativnosti. On je prisutan među svima samo u različitom stepenu. Mnogo manje će upotrijebiti neki žargonizam nego ko je srednjovečan ili starije generacije nego neko ko je mlađi.



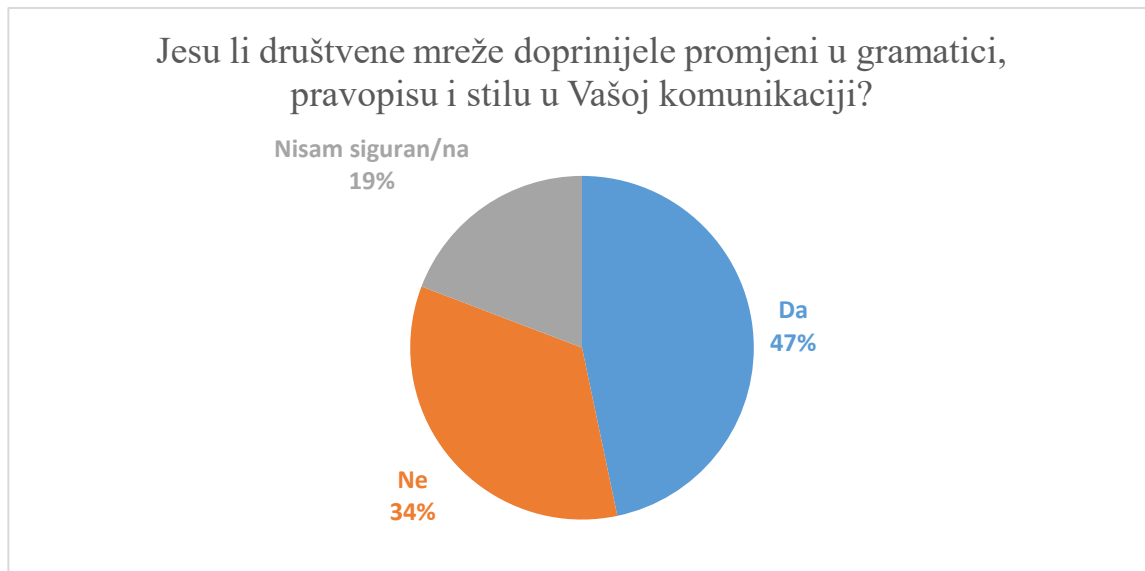
Grafikon 16: Najčešće korišteni slengovi/žargonizmi

Koliko često koristite emotikone i smajlice u svojoj online komunikaciji je bilo naredno pitanje i postavljeno je 5 skala kao ponudeni odgovori: vrlo često – često – ponekad – rijetko i nikad. Od 229 odgovora, najviše ih je odgovorilo da ih vrlo često koristi, 37% (84), 32% (73) da koristi često, 22% (51) da koristi ponekad, 8% (19) da koristi rijetko i 1% (2) da nikad ne koristi.



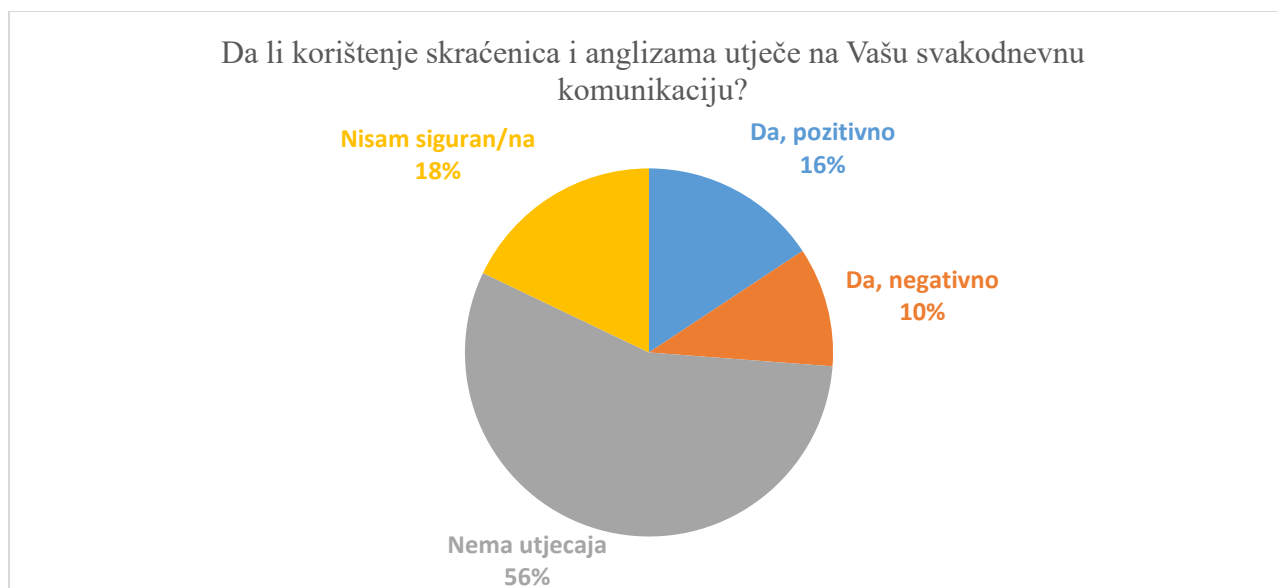
Grafikon 17: Korištenje emotikona u online komunikaciji

Generalna hipoteza ovog rada glasi: *Društvene mreže utječu na pravopis, gramatiku i korištenje slenga u jezičkoj komunikaciji korisnika*. Shodno tome, pored već postavljenog pitanja o korištenju slenga u online komunikaciji, naredno pitanje je glasilo da li su društvene mreže doprinijele promjeni u gramatici, pravopisu i stilu u komunikaciji korisnika. Ponuđena su tri pitanja: da, ne i nisam siguran/na. 47% (107) ih je odgovorilo sa „da“, 34% (78) sa ne i 19% (44) nije sigurno.



Grafikon 18: Promjene u gramatici, pravopisu i stilu korisnika

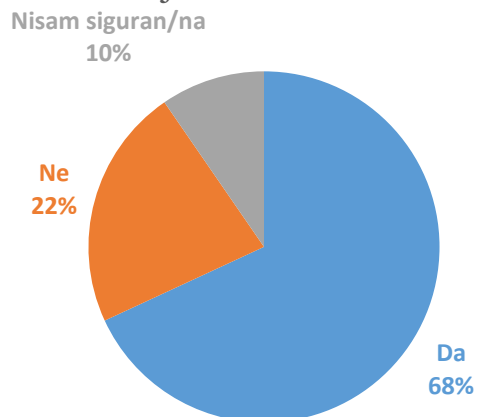
Naredno pitanje se ticalo korištenja skraćenica i anglizama i kako oni utječu na svakodnevnu komunikaciju korisnika. 56% (128) je odgovorilo da nema utjecaja, 18% (41) ih nije sigurno, 16% (36) ih je odgovorilo sa „da, pozitivno“, a 10% (24) je reklo „da, negativno“. Jezičke inovacije poput slivenica i skraćenica je nešto što je vrlo primjetno u našoj komunikaciji. U načinu korištenja određenih skraćenica primjećujemo upotrebu koja je dosta obojena utjecajem engleskog jezika, kao što su „LOL“ i „OMG“.



Grafikon 19: Korištenje skraćenica i anglizama

U sljedećem pitanju smo istražili da li korištenje emotikona, gifova i memeova pomaže korisnicima da se bolje ili lakše izraze. 68% (156) ih je odgovorilo sa „da“, 22% (51) ih je odgovorilo sa „ne“ i 22, a 10% (22) ih nije sigurno. Ono što je vrlo primjetno, kako navodi prof. Šehović, je upotreba emotikona. Umjesto da osoba objašnjava kako se osjeća, ona napiše jednu rečenicu i uz to doda neki odgovarajući emotikon koji prati verbalni aspekt, da bi se jednostavno možda na neki način jezički ekonomičnije, a ponekad ekspresivnije izrazili. Ponekad taj emotikon nekako dodatno doprinese slanju željene poruke. Dakle, korisnicima društvenih mreža je dosta lakše se izraziti kroz emotikone, gifove ili memeove i to je nešto što je danas veoma prisutno u online komunikaciji.

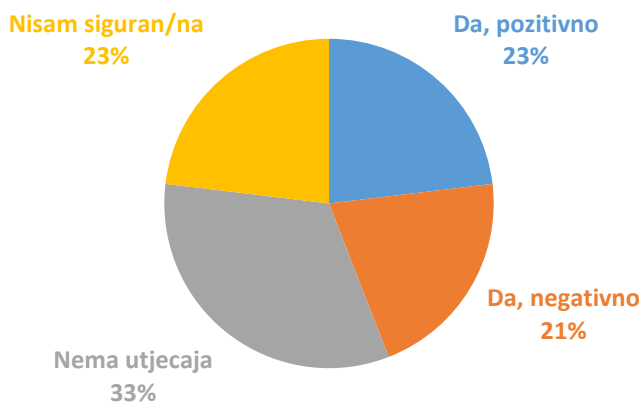
Da li vam pomaže korištenje emotikona, gifova i memeova da se bolje/lakše izrazite?



Grafikon 20: Korištenje emotikona, gifova i memeova

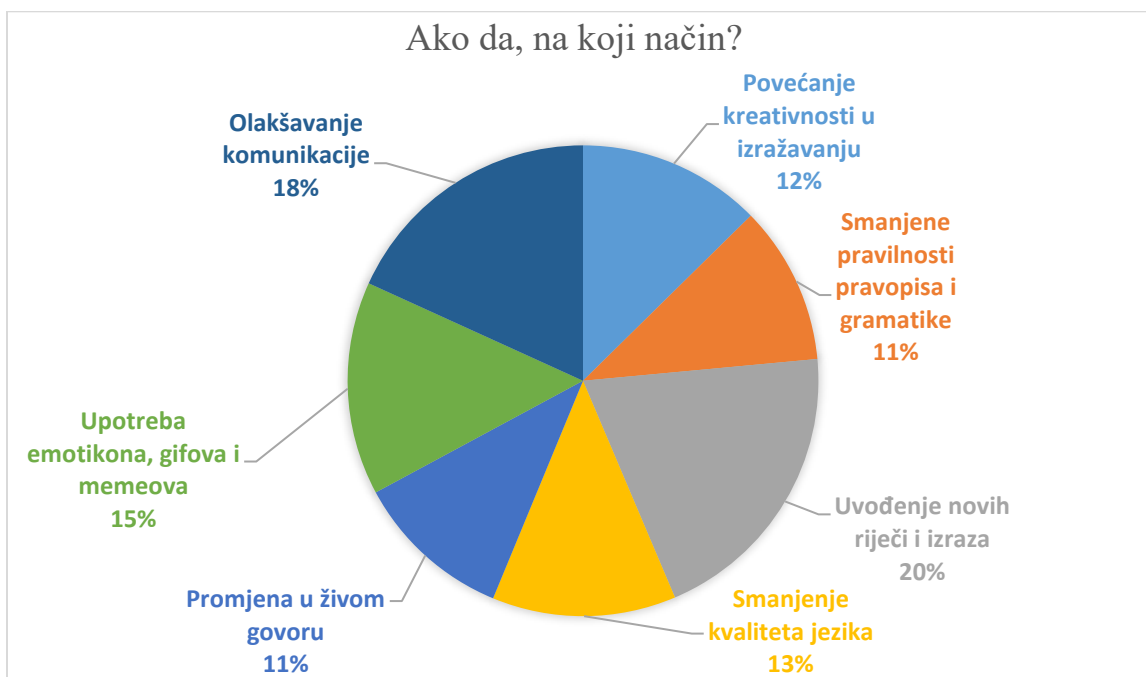
Jedno od ključnih pitanja je bilo da li korisnici smatraju da društvene mreže utječu na njihov jezik. 33% (75) ih je odgovorilo da nema utjecaja, 23% (53) ih je odgovorilo sa „da, pozitivno“, 23% (53) nije sigurno, a 21% (48) ih je odgovorilo da imaju negativan utjecaj. Činjenica je da društvene mreže utječu na jezik ne samo u Bosni i Hercegovini, već i generalno u svijetu, kako navodi prof. Šehović. I doc. dr. Durmišević navodi da je očigledno da društvene mreže utječu na jezik, ali misli da je vrlo nezahvalno reći: “da, dobro” odnosno “ne, loše”. Misli da je, kao i u svemu u životu, pa i kada je jezik u pitanju odgovor negdje na sredini.

Smatrate li da društvene mreže utječu na Vaš jezik?



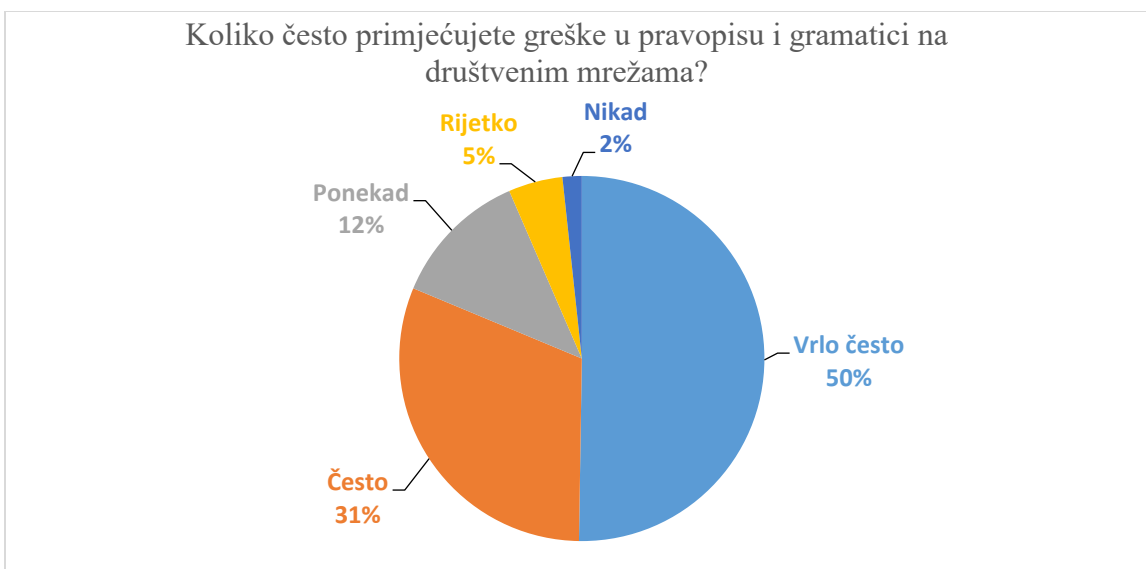
Grafikon 21: Kako ispitanici smatraju da društvene mreže utječu na njihov jezik

Ukoliko je odgovor na prethodno pitanje bilo da, slijedilo je pitanje na koji način. Ponuđeno je nekoliko odgovora: povećanje kreativnosti u izražavanju (12%), smanjene pravilnosti pravopisa i gramatike (11%), uvođenje novih riječi i izraza (20%), olakšavanje komunikacije (18%), smanjenje kvaliteta jezika (13%), promjena u živom govoru (11%), upotreba emotikona, gifova i memeova (15%).



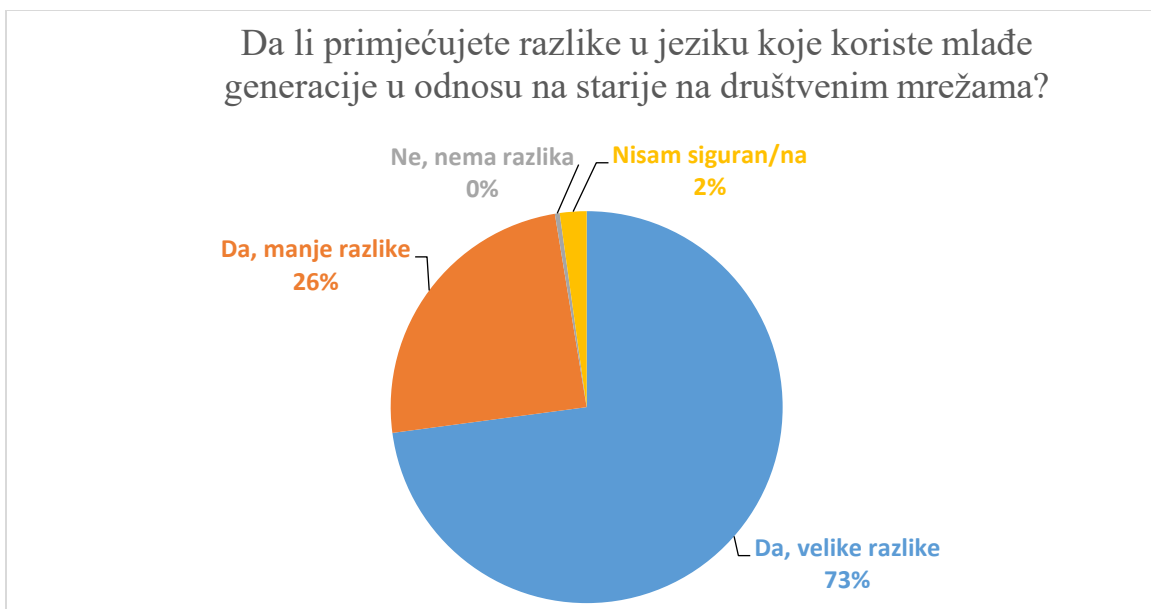
Grafikon 22: Ukoliko ispitanici smatraju da utječu, na koji način

Sljedeće pitanje se ticalo grešaka u gramatici i pravopisu na društvenim mrežama i koliko ih ispitanici često primjećuju na društvenim mrežama. Postavljena je skala odgovora: vrlo često – često – ponekad – rijetko i nikad. 50% ispitanika kaže da vrlo često primjećuje greške u pravopisu i gramatici na društvenim mrežama, 31% često, 12% ponekad, 5% rijetko i 2% ispitanika uopće ne primjećuje pravopisne i gramatičke greške na društvenim mrežama. Dakle, zaključak jeste da ispitanici primjećuju greške u pravopisu i gramatici na društvenim mrežama.



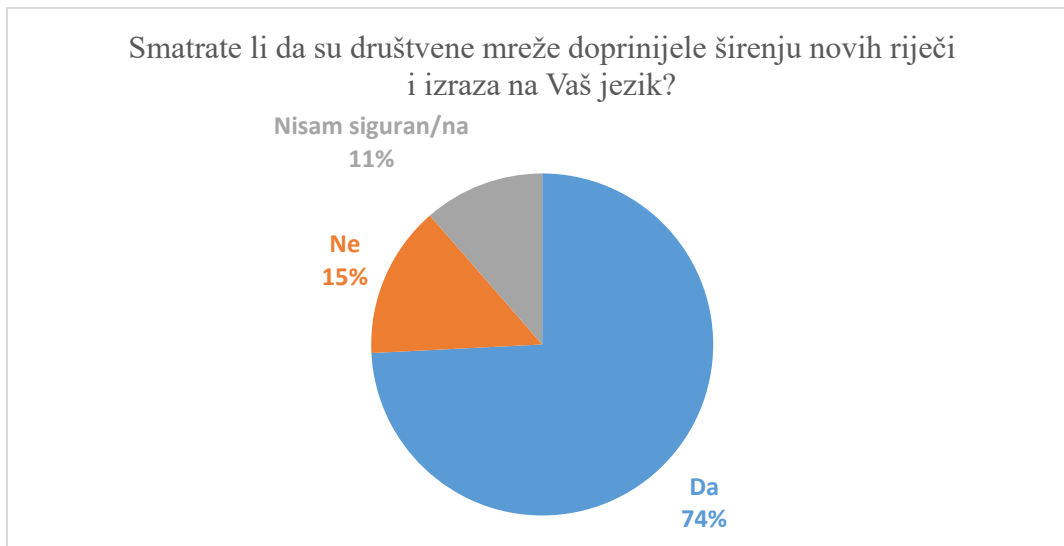
Grafikon 23: Greške u pravopisu i gramatici na društvenim mrežama

Sljedeće pitanje se ticalo toga da li ispitanici primjećuju razlike u jeziku na društvenim mrežama koje koriste mlađe generacije u odnosu na starije. Postavljena su četiri ponuđena odgovora: “da, velike razlike” (na to pitanje je odgovorilo 167 ispitanika, odnosno 73%), “da, manje razlike” (odgovor je dalo 56 ispitanika, odnosno 25%), “ne, nema razlika” (odgovor je dala jedna osoba) i petero ih nije sigurno.



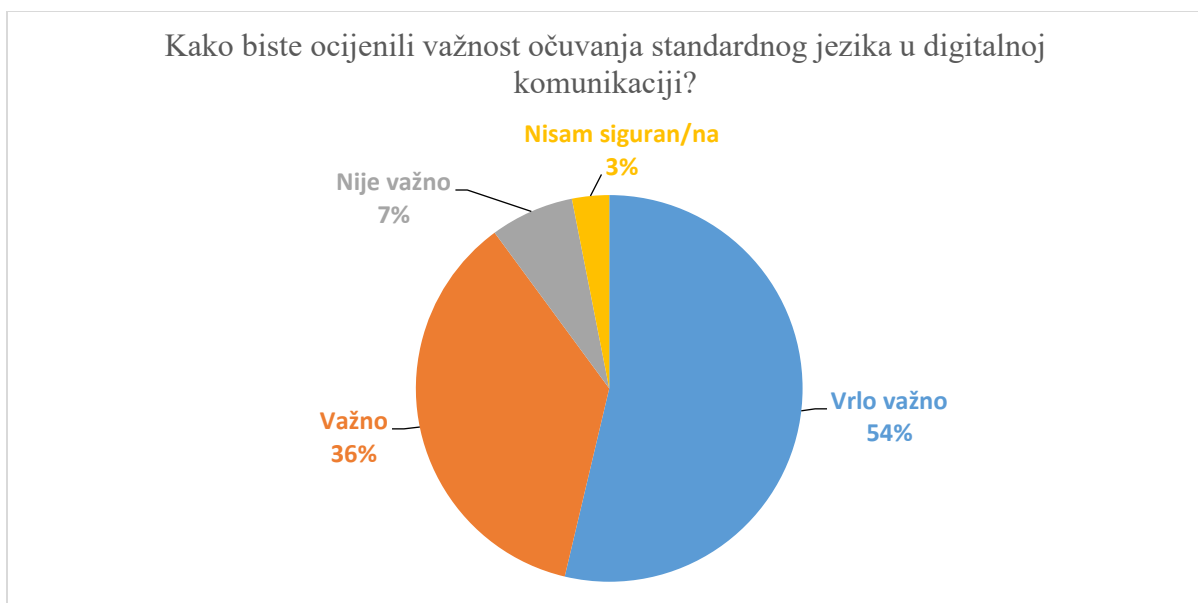
Grafikon 24: Razlike u jeziku između mlađih i starijih na društvenim mrežama

Naredno pitanje, koje je postavljeno ispitanicima, jeste da kažu da li smatraju da su društvene mreže doprinijele širenju novih riječi i izraza na njihov jezik. 74% (170) ih je odgovorilo sa „da“, 15% (33) sa „ne“ i 11% (26) ih nije sigurno.



Grafikon 25: Doprinos društvenih mreža na širenje novih riječi i izraza

Sljedeće pitanje se ticalo značaja standardnog jezika u digitalnoj komunikaciji i kako bi ispitanici ocijenili važnost njegovog očuvanja. Prema tome, ponuđena su četiri odgovora: na odgovor „vrlo važno“ je odgovorilo 123 ispitanika, odnosno 54%, na odgovor „važno“ je odgovorilo 83 ispitanika, odnosno 36%, na odgovor „nije važno“ je odgovorilo 16 ispitanika, odnosno 7% i 7 ih nije sigurno, odnosno 3%. Međutim, bitno je navesti i odgovor prof. Šehović da to doživljava kao sferu privatnog. Društvene mreže nisu podložne, kao portali, nekim zahtjevima standardnog jezika. Kako će se neko izražavati na Instagramu ili Facebooku, to je nešto o čemu on mora razmisliti kakvu sliku šalje o sebi, kako sebe brendira pred onima koji čitaju njegove postove itd. Svaka od tih mreža ima neki svoj način izražavanja i o tome svako od nas pristupa kao pojedinac kojem je stalo do nečega ili mu nije uopće stalo do toga kako se predstavlja pa i na planu jezika. Baš kao što je i doc. dr. Elma Durmišević navela da osoba koja vodi računa o pravopisnoj normi, odnosno o svojoj pismenosti, na društvenoj mreži ili u životu, da će tako i postupati – s druge strane, onaj ko ne vodi računa o tome, njega neće ni zanimati to.



Grafikon 26: Važnost očuvanja standardnog jezika u digitalnoj komunikaciji

Posljednje pitanje je bilo otvorenog tipa i htjelo se ispitati kako ispitanici vide jezik na društvenim mrežama u budućnosti. Ostavljeno je prostora ispitanicima da napišu svoje mišljenje o tome kako vide jezik u budućnosti. Izdvojit ćemo najfrekventnije odgovore, s obzirom na to da je pitanje otvorenog tipa, nemoguće je sve odgovore obuhvatiti i prikazati u grafikonu. Neki od najfrekventnijih odgovora su bili da će jezik na društvenim mrežama biti sve kraći i pojednostavljen, zatim što veći utjecaj engleskog jezika, odnosno anglifikacija jezika, da će jezički izražaj biti kroz emotikone, da će se sve manje poštivati pravopisne norme i da će standardni jezik biti upitan. Korespondirajući odgovor na ovo pitanje jeste i odgovor doc. dr. Durmišević koja misli da će jezik postati jezgrovitiji i lapidarniji u smislu suženosti, skraćeniosti izraza. No dodaje kako, posmatrajući kritičku masu generacije Z, da ćemo mi, ipak, izvlačiti riječi iz te generacije, i da će biti sve manje komunikacije. Da li će jezik, na kraju krajeva, biti u krizi? Da li je humansitika u krizi? To su pitanja, ali i jedne od preporuka za daljnja istraživanja. Također, neki od odgovora su bili i da će jezik dosta evoluirati, što je i priroda jezika, zatim siromaštvo jezika te prisustvo nepravilnosti u jeziku, da će jezik biti sve više prilagođen globalnoj komunikaciji, te, naravno, brži i kraći oblici komunikacije.



Grafikon 27: Jezik na društvenim mrežama u budućnosti

4.2. Intervju

Intervju je obavljen s relevantnim stručnjacima iz oblasti jezika, prof. dr. Amelom Šehović i doc. dr. Elmom Durmišević.

Pitanja koja su postavljena intervjuisanim osobama su sljedeća:

P1 Možete li nam detaljnije reći kako društvene mreže utječu na jezik i njegovu promjenu u Bosni i Hercegovini?

P2 Koje najčešće jezičke inovacije primjećujete na društvenim mrežama?

P3 Na koji način mlađe generacije oblikuju jezik kroz društvene mreže u odnosu na starije generacije?

P4 Kako objašnjavate sve češću upotrebu anglizama, naročito među mlađom populacijom, u online komunikaciji?

P5 Kako društvene mreže utječu na formalnu i neformalnu komunikaciju kod njenih korisnika u Bosni i Hercegovini?

P6 Koliko društvene mreže oblikuju gramatiku, pravopis i stil kod njihovih korisnika?

P7 Mislite li da će utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini dugoročno biti pozitivan ili negativan i zašto?

P8 Kako biste opisali važnost očuvanja standardnog jezika na društvenim mrežama, odnosno u digitalnoj komunikaciji?

P1 S Vaše tačke gledišta, kako društvene mreže utječu na jezik u Bosni i Hercegovini?

P2 Koje su najznačajnije promjene koje ste primijetili u jeziku usljed korištenja društvenih mreža?

P3 Koje društvene mreže, prema Vašem mišljenju, najviše utječu na jezičke promjene u Bosni i Hercegovini?

P4 Kako objašnjavate sve češću upotrebu skraćenica i anglizama, naročito među mlađom populacijom? Kako to utječe na jezik?

P5 Da li postoje razlike u jeziku koji koriste mlađe generacije u poređenju sa starijim generacijama na društvenim mrežama?

P6 Da li možemo reći da društvene mreže utječu pozitivno ili negativno na jezik u Bosni i Hercegovini, ili je to ipak neutralno?

P7 Da li smatrate da društvene mreže doprinose bogatstvu jezika ili ga osiromašuju?

P8 Kako vidite jezik na društvenim mrežama u budućnosti? Kako će se on dalje razvijati s obzirom na sve veći utjecaj društvenih mreža?

S obzirom na to da je cilj bio dobiti širi uvid u temu i neke pojave u jeziku posredstvom društvenih mreža, neka pitanja, koja su postavljana intervjuisanim osobama, su se razlikovala, a neka su se ponavljala.

Prof. dr. Amela Šehović je redovna profesorica na Odsjeku za bosanski, hrvatski i srpski jezik na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu. Njena područja interesovanja su: tvorba riječi, leksikologija i leksikografija, fonetika, fonologija, sociolingvistika, stilistika. Doc. dr. Elma Durmišević je profesorica na Odsjeku za bosanski, hrvatski i srpski jezik na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu. Njena područja interesovanja su: Pragmalingvistika / pragmatika, normativistika, tvorba riječi, stilistika.

P1 Možete li nam detaljnije reći kako društvene mreže utječu na jezik i njegovu promjenu u Bosni i Hercegovini?

Prof. dr. Amela Šehović je rekla da društvene mreže utječu na neke promjene u jeziku ne samo u Bosni i Hercegovini, već i drugim zemljama svijeta. Njeno polje interesovanja, između ostalog, jeste i tvorba riječi, te u tom smislu je kazala da je upotreba slivenica povećana. Mnoge od tih promjena u prvom periodu budu nepoželjne, smatraju se nepoželjnim, ali vremenom jednostavno nešto uđe u upotrebu i na kraju čak bude i normirano. Dodala je kako postoje dvije sfere te dva domena upotrebe jezika: jedno je javna ili zvanična, a drugo je privatna.

Na taj način ne možemo zabraniti nekome da koristi jezik kako želi privatno, dok možemo utjecati na upotrebu jezika u školama, zvaničnim institucijama i tako dalje. Dakle svakoj pojavi treba pristupiti pojedinačno i provjeriti i analizirati da li je ona opravdana ili nije.

S druge strane, doc. dr. Elma Durmišević kaže da jezik nije izoliran sistem, na njega utječe sve što ga može u jednom trenutku doticati. Durmišević je jedna od rijetkih koja nema profil ni na jednoj društvenoj mreži, ali može govoriti iz pozicije nekoga kada su joj te društvene mreže dostupne. Činjenica jeste da društvene mreže utječu na jezik. Uporedila je pandemiju Corona virusa kako je utjecala na jezik svih govornika ne samo u Bosni i Hercegovini nego svih onih područja gdje je pandemija bila, odnosno cijeli svijet. Durmišević je, također, spomenula slivenice, niz univerba koji su nastali pod utjecajem pandemije. U zaključku navodi da društvene mreže utječu – ali da je nezahvalno reći: „da, dobro“ odnosno „ne, loše“.

P2 Koje najčešće jezičke inovacije primjećujete na društvenim mrežama?

U odgovoru na ovo pitanje, prof. Šehović je istakla da su jezičke inovacije najviše prisutne u segmentu tvorbe riječi, jer tu postoje mnoge pojave, ne samo slivenice, gdje je naročito velik utjecaj engleskog jezika, kao i skraćénica poput: „LOL“ ili „OMG“. Dodala je da je još vrlo

primjetna upotreba emotikona. Umjesto da osoba objašnjava nekome kako se osjeća, ona napiše jednu rečenicu i uz to doda određeni odgovarajući emotikon koji prati taj verbalni aspekt. Ponekad taj emotikon nekako dodatno doprinese slanju željene poruke.

Ovo pitanje je slično postavljeno i doc. dr. Elmi Durmišević, odnosno glasilo je koje su najznačajnije promjene koje ste primijetili u jeziku usljed korištenja društvenih mreža?

Mišljenja je da je to skraćivanje riječi tako da se izbacuju vokali, i da su konsonanti, zapravo, nosioci značenja. Navodi slivenice, jezičke igre, jezičke novinacije, ali i jezički ludizam koji je jako prisutan na društvenim mrežama, naročito na platformi X (nekadašnji Twitter). U gramatičkom, odnosno pravopisnom smislu istakla je skraćivanje riječi.

P3 Na koji način mlađe generacije oblikuju jezik kroz društvene mreže u odnosu na starije generacije?

Prema riječima prof. Šehović, mlađe generacije su nosioci jezičkih promjena. Dapače, svaka generacija unosi nešto svoje, ali oni koji misle da će bosanski jezik nestati zbog povećane upotrebe anglicizama, moraju znati da to nije tako. Jezik se brine sam za sebe, jer da nismo dopustili da primimo leksiku stranog porijekla danas ne bismo imali vrlo ekspresivne riječi orijentalnog porijekla kao što su: čarapa, bubreg, itd. a da ne spominjemo kasniji utjecaj riječi iz njemačkog, ruskog, danas engleskog jezika. To samo donosi bogaćenju jezika. U ponovnom podsjećanju na privatnu i zvaničnu sferu, Šehović ističe da svako ima pravo da se izražava u privatnoj sferi kako želi. U zaključku dodaje kako ne bi bilo dobro kada bismo svi isto govorili, jer ne bismo imali jezičku raznovrsnost.

I ovo pitanje je postavljeno na sličan način doc. dr. Durmišević, a glasilo je da li postoje razlike u jeziku koji koriste mlađe generacije u poređenju sa starijim generacijama na društvenim mrežama? Posmatrajući stariju populaciju, Durmišević je kazala da ona vrlo teško prihvata nešto novo. S druge strane, mladi, kako je i primjereno toj populaciji, vrlo lahko prihvataju nove stvari, kako im i dolikuje, prelaze iz jedne društvene mreže u drugu i tako svoj jezik oblikuju prema tim društvenim mrežama.

Treće pitanje koje je postavljeno doc. dr. Elmi Durmišević je bilo: koje društvene mreže, prema Vašem mišljenju, najviše utječu na jezičke promjene u Bosni i Hercegovini?

Najviše primjera jezičkog ludizma, koji je ranije naveden u odgovorima, prema mišljenju Durmišević, pronašla je na nekadašnjoj Twitter mreži. Ono što je zanimljivo rečeno u odgovoru Durmišević, ukoliko neko više vremena provede na određenoj društvenoj mreži, ta će mreža ostaviti utjecaj na njega ili nju. Ali to je vrlo individualno. Kada je Facebook neko vrijeme bio jedina društvena mreža, on je širio i najveći utjecaj. U zaključku, Durmišević ističe da je Twitter, prema njoj, najviše jezički – tu je najmanje slika, a najviše jezika, sarkazma i ironije. U tom smislu, Twitter bi istaknula kao jezički najrelevantiji za jezičke igre u tom kontekstu.

P4 Kako objašnjavate sve češću upotrebu anglizama, naročito među mladom populacijom, u online komunikaciji?

Upotreba anglizama je nešto što prosto postoji u svakom jeziku, jer engleski jezik ne utječe samo na bosanski, već i na sve ostale jezike. Šehović navodi primjer kako su orijentalni jezici utjecali na bosanski zato što je tursko carstvo bilo na ovom područja. Ali, s druge strane, engleski je danas jezik koji je postao kao što je nekada to bio latinski te su mnogi internacionalizmi preuzeti upravo iz engleskog jezika.

S druge strane, doc. dr. Elma Durmišević navodi da je bitno znati kada koristiti određene riječi, odnosno, u ovom slučaju, skraćenice. Mladi češće koriste skraćenice, i oni na taj način komuniciraju među sobom, koristeći skraćenice poput „bgm, brt, vjv...“ i sasvim je uobičajeno da svaka skupina ima svoj neki tajni jezik. Međutim, problem nastaje kada to „bgm“, „lp“ i slično prenesu se u poslovno komuniciranje, odnosno službeni oblik komunikacije. Iz tog razloga, treba znati kada i u kojoj okolnosti treba znati koristiti takve riječi.

P5 U kojoj mjeri društvene mreže doprinose razvoju novih žargona, odnosno slenga u Bosni i Hercegovini?

Žargon je skup svih žargonizama. Društvene mreže doprinose razvoju žargona zato što je to domen privatne sfere i upotrebe jezika. Tu do izražaja dolazi jezička kreativnost, a žargon, kao takav, je upravo odraz jezičke kreativnosti. Žargon, kao takav, prisutan je među svima u različitom stepenu. Šehović dodaje kako 90% žargonizama nestane iz upotrebe ili potpuno bude zamijenjeno novim ili budu značenja promijenjena – zadrži se isti žargonizam ali ima drugo značenje. Ali priroda žargona je promjenjiva i zbog tog razloga trajanje žargona traje od deset do petnaest godina. Iz tog razloga je teško proučavati žargon jer je sklon čestim promjenama.

P6 Kako društvene mreže utječu na formalnu i neformalnu komunikaciju kod njenih korisnika u Bosni i Hercegovini?

Odgovor na ovo pitanje je bilo kratko: Šehović je mišljenja da društvene mreže na utječu znatno na formalnu i neformalnu komunikaciju kod njenih korisnika u Bosni i Hercegovini. Misli da tu nema nekog neshvaćanja čak ni među onim govornicima koji nisu posebni jezički kompetentni.

P7 Koliko društvene mreže oblikuju gramatiku, pravopis i stil kod njihovih korisnika?

Slivanje, odnosno slivenice, su opet navedene kao jedan od rezultata i utjecaja društvenih mreža na jezik. S obzirom na to da je tvorba riječi uža specijalnost prof. Šehović, kazala je kako na neki način, ne samo društvene mreže, nego i drugi segmenti privatne komunikacije (forumi i slične pojave) utjecali su na to da lingvisti postanu svjesniji nekih novih načina tvorbe koji su ranije bili rijetki. Čitamo slivenice poput „Brandelina“, „Hellfie“ (hell plus selfie). Sve se to preuzima iz stranih jezika. Dakle, osim toga što su nametnule, možda, jedan novi problem, jezičku pojavu, slivenice se, ipak, u mnogo većoj mjeri proučavaju. One, kao takve, su utjecale na to da se i lingvisti počnu tim baviti, jer imamo primjer da je u Hrvatskoj već objavljen *Rječnik slivenica*. Na Odsjeku za bosanski, hrvatski i srpski jezik na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu mlade kolege vođene kolegom Halidom Bulićem, također, rade na jednom takvom rječniku slivenica.

Sedmo pitanje, drukčije postavljeno doc. dr. Durmišević, glasilo je: da li smatrate da društvene mreže doprinose bogatstvu jezika ili ga osiromašuju?

Jezik ne može ništa osiromašiti, mišljenja je Durmišević. Imamo bogatstvo jezika u kontekstu da imamo, naprimjer, modalnu česticu „vjerovatno“ da postoji niz varijanti kako je možemo napisati: od ove “vjerovatno” sa zarezima omeđenu koju bismo pisali u u nekom formalnom obliku, do ovih vrjv, vjv, vjev... To je, prema riječima Durmišević, bogaćenje jezika. Ali se mora uzeti i u obzir šta se smatra pod bogaćenjem – da li je to slijeđenje pravopisa, gramatike itd. ili se pod bogaćenjem smatra raznovrsna upotreba jednog te istog leksema, termina i tako dalje.

P8 Mislite li da će utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini dugoročno biti pozitivan ili negativan i zašto?

Šehović je mišljenja da utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini nije nužno ni pozitivno ni negativno. Sve što se u jeziku pojavljuje, Šehović posmatra kao nešto svojstveno jeziku i što zaslužuje proučavanje. Svaka pojava u jeziku uvjetuje da lingivsti tu pojavu opišu, eventualno daju preporuke. Takve pojave u jeziku Šehović doživljava uvijek više kao pozitivno nego negativno, jer, zbog toga, oni, kao lingivsti, imaju više predmeta istraživanja u jeziku.

Slično pitanje je postavljeno doc. dr. Elmi Durmišević: možemo li reći da društvene mreže utječu pozitivno ili negativno na jezik u Bosni i Hercegovini, ili je to ipak neutralno?

Durmišević je mišljenja da ne postoji neutralan utjecaj. Čim je utjecaj – nešto smo uradili. Ko vodi računa o svom načinu izražavanja bilo u pisanom ili usmenom obliku, on će voditi računa i na društvenoj mreži, i na ispitu, i u pozorištu, i tako dalje, a onome kome je svejedno, on će tako govoriti i na društvenoj mreži, i na ispitu, i slično. Dodaje kako nas društvene mreže nisu pokvarile, nego su, zapravo, ogolili pojedince, ogolili su koliko smo mi pismeni ili ne.

P9 Kako biste opisali važnost očuvanja standardnog jezika na društvenim mrežama, odnosno u digitalnoj komunikaciji?

Očuvanje standardnog jezika na društvenim mrežama Šehović doživljava kao sferu privatnog. Društvene mreže poput Facebooka i slične nisu podložne, kao portali, nekim kriterijima standardnog jezika. Kako će se neko izražavati na Instagramu ili Facebooku je njegova ili njezina stvar. Taj neko mora razmisliti kakvu sliku šalje o sebi, kako sebe etablira pred onima koji čitaju njegove ili njezine objave. Svaka od tih mreža ponaosob ima neki svoj način izražavanja, a kažemo svoj sleng, i o tome svako od nas pristupa kao pojedinac.

Osmo pitanje, postavljeno doc. dr. Elmi Durmišević: kako vidite jezik na društvenim mrežama u budućnosti? Kako će se on dalje razvijati s obzirom na sve veći utjecaj društvenih mreža?

Durmišević je mišljenja da će jezik postati jezgrovitiji i lapidarniji u smislu suženosti, skraćenosti izraza. Glede generacije Z, čini se da ćemo izvlačiti iz te generacije riječi, da će biti sve manje komunikacije, a sad to izlazi iz one teze da je humanistika u krizi, ne samo u Bosni i Hercegovini.

Humanistika, općenito, je u krizi. Tako da, humanistika je u krizi, a mislim, zaista, da je i riječ u krizi, komunikacija je u krizi, kultura slušanja je u krizi.

5. DISKUSIJA

Istraživanje provedeno u ovom radu obuhvatilo je građane Bosne i Hercegovine. Svrha ovog istraživanja bila je ispitati mišljenje građana Bosne i Hercegovine o ulozi i utjecaju društvenih mreža na njihov jezik. Rezultati istraživanja, koji su prezentirani u prethodnom poglavlju, pokazali su, prije svega, da ih je 62%, (142) primijetilo promjene u svom jeziku zbog korištenja društvenih mreža. Najčešće promjene uključuju povećanu upotrebu anglizama te promjene u pravopisu i gramatici, ali i da većina ispitanika (oko 77%) koristi skraćenice u svojoj online komunikaciji, a najčešće su to skraćenice poput „aBd“ (ako Bog da) i „ozb“ (ozbiljno).

U prvom dijelu upitnika, koji se odnosio na spol, dob i mjesto boravka ispitanika, pokazalo se da je anketu popunilo 229 ispitanika, od kojih je 173 ispitanica (75%) i 56 ispitanika (25%).

Najveći broj ispitanika pripada dobnoj skupini 26-35 godina (43,7%), zatim 34% dobne skupine 19-25, 9% 36-45, 7% ispod 18 godina, 5% 45-55 godina dok je najmanje ispitanika starijih od 56 godina (1%). Ispitanici su iz različitih kantona u Bosni i Hercegovini, pri čemu najviše njih dolazi iz Kantona Sarajevo 68% (155 ispitanika), dok su najmanje zastupljeni Posavski kanton i Kanton 10, svaki s po jednim ispitanikom.

Kada je u pitanja korištenje društvenih mreža, Instagram je najčešće korištena društvena mreža, koju koristi 29% ispitanika, zatim slijedi Facebook sa 21%, YouTube sa 21%, TikTok sa 10%, i LinkedIn sa 8%. Najveći broj ispitanika (56%) provodi 2 do 3 sata dnevno na društvenim mrežama, 20% ispitanika provodi 1 do 2 sata dnevno, 16% provodi 3 do 5 sati dnevno, dok 4% ispitanika provodi više od 7 sati dnevno na društvenim mrežama.

S obzirom na već spomenuto istraživanje koje nosi naslov “Medijske navike odraslih u BiH” koje je provedeno 2021. godine, uočili smo da najveći broj ispitanika koristi Facebook, ali glede ovog istraživanja, uočili smo da sada najveći broj ispitanika, koji su, ipak, mladi ljudi, koristi Instagram.

Ono što je ključno za ovaj rad jeste pitanje da li su ispitanici primijetili promjene u jeziku zbog korištenja društvenih mreža. 62% ispitanika (142 osobe) primijetilo je promjene u svom jeziku zbog korištenja društvenih mreža. 25% ispitanika (58 osoba) nije primijetilo promjene u svom jeziku zbog korištenja društvenih mreža, a 13% ispitanika (29 osoba) nije sigurno da li je primijetilo promjene.

Ono što se nadovezuje na ovo pitanje jeste koje su promjene ispitanici primijetili, a te promjene se najviše odnose na upotrebu anglizama, što je izjavilo 30% ispitanika, a 25% ih je primijetilo promjene u pravopisu i gramatici. Također, 25% ih je navelo korištenje skraćenica i akronima, te 25% ih je navelo kao primijećenu promjenu a to je korištenje emotikona i gifova umjesto riječi u svojoj online komunikaciji.

Dalje, ono što je, također, veoma važno za rezultate ovog istraživanja jeste pravopis i gramatika u online komunikaciji. Na pitanje koliko ispitanici poštuju pravila pravopisa u svojoj online komunikaciji, 47% (108) ih je navelo da poštuju vrlo često, 33% (76) često, 16% (37) ponekad, 3% (6) rijetko poštuje, a 1% (2) nikad ne poštuje pravila pravopisa. Kada je u pitanja korištenje anglizama u online komunikaciji, 70% ispitanika (161 osoba) koristi anglizme u svojoj online komunikaciji, a 30% ispitanika (68 osoba) ne koristi anglizme. Ispitanici najčešće koriste anglizme kao što su: “like”, “share”, “follow”, “selfie”, “LOL” (Laughing Out Loud), “BTW” (By The Way), “IDK” (I Don’t Know), “OMG” (Oh My God), “ok” (Okay), “myb” (Maybe), “FYI” (For Your Information), “P.S.” (Post Script), “FR”, (For Real) i “TBH” (To Be Honest).

Korištenje skraćenica je nešto što obilježava online komunikaciju. Online komunikacija je takve prirode, i sasvim je prirodno da korisnici društvenih mreža koriste skraćenice, a mi smo na osnovu nekoliko pitanja ustanovili kakvo je mišljenje javnosti prema korištenju skraćenica u online komunikaciji. Naime, 77% ispitanika (177 osoba) koristi skraćenice u svojoj online komunikaciji, a 23% ispitanika (52 osobe) ne koristi skraćenice. Najčešće korištene skraćenice, ovdje govorimo o građanima u Bosni i Hercegovini, su: aBd (ako Bog da) koju koristi 68% ispitanika (116 osoba), ozb (ozbiljno) koristi 26% ispitanika (44 osobe). Ostale skraćenice uključuju: “fkt” (fakat), “bgm” (Boga mi), “msm” (mislim), “nmg” (ne mogu), “vjv” (vjerovatno), “pozz” (pozdrav). 83% ispitanika koristi skraćenice najčešće s prijateljima, 6% ih koristi s porodicom, 4% ih koristi s kolegama na poslu, 4% ih koristi sa svima, dok 3% ih koristi s kolegama u školi/na fakultetu.

Kada je u pitanju korištenje slenga i žargonizama, 63% ispitanika (144 osobe) koristi sleng ili žargonizme u svojoj online komunikaciji, a 37% ispitanika (85 osoba) ne koristi sleng ili žargonizme. U narednom pitanju smo htjeli doznati koji se to sleng najčešće koristi, i rezultati su pokazali da većina ispitanika, koji koriste sleng u svojoj online komunikaciji, (55%) koristi lokalni sleng kao što su "brt" (brate) i "jaran" (prijatelj), a ostali koriste hashtag sleng, memeove i emoji sleng.

Upotreba emotikona ili smajlića je danas postala sasvim uobičajena stvar u online komunikaciji. Htjeli smo uvidjeti koliko često ispitanici koriste emotikone i smajlice u svojoj online komunikaciji. 37% ispitanika (84 osobe) vrlo često koristi emotikone u online komunikaciji, 32% ispitanika (73 osobe) često koristi emotikone, 22% ispitanika (51 osoba) ponekad koristi emotikone, 8% ispitanika (19 osoba) rijetko koristi emotikone, a 1% ispitanika (2 osobe) nikad ne koristi emotikone.

Od posebne važnosti za ovaj rad, ali i za našu generalnu hipotezu koja glasi: *Društvene mreže utječu na pravopis, gramatiku i korištenje slenga u jezičkoj komunikaciji korisnika* jeste i postavljeno pitanje jesu li društvene mreže doprinijele promjeni u gramatici, pravopisu i stilu u komunikaciji naših ispitanika. 47% (107) ih je reklo "da", 34% (78) ih je reklo "ne", a 19% (44) nije sigurno. Na osnovu ovog rezultata istraživanja možemo zaključiti da je naša generalna hipoteza potvrđena.

S obzirom na prvu pomoćnu hipotezu koja glasi: *Društvene mreže povećavaju upotrebu anglizama u svakodnevnom govoru korisnika u Bosni i Hercegovini* ali i dijelom treće pomoćne hipoteze koja glasi: *Korisnici društvenih mreža u Bosni i Hercegovini koriste kraće i jednostavnije rečenice u svojim online komunikacijama* postavljeno je pitanje da li korištenje skraćenica i anglizama utječe na svakodnevnu komunikaciju ispitanika i na koji način. 56% (128) ih je reklo da nema utjecaja, 18% (41) ih nije sigurno, 16% ih je reklo da utječe pozitivno, a 10% (24) ih je reklo da utječe negativno. S obzirom na to da je većina ispitanika kazalo da korištenje anglizama i skraćenica ne utječe na njihovu svakodnevnu komunikaciju, prva pomoćna hipoteza nije potvrđena, dok treća pomoćna hipoteza jeste. Možda jedno i od najvažnijih pitanja u anketi jeste: da li ispitanici smatraju da društvene mreže utječu na njihov jezik. 33% (75) ispitanika je reklo da društvene mreže ne utječu na njihov jezik, 23% (53) ih je reklo „da, pozitivno“ utječu, 23% (53) ih nije sigurno i 21% (48) je reklo da utječu negativno. Naredno pitanje, za one koji su na prethodno

pitanje odgovorili sa „da“, ticalo se na koji način utječu. Ponuđeno je nekoliko odgovora: povećanje kreativnosti u izražavanju (12%), smanjene pravilnosti pravopisa i gramatike (11%), uvođenje novih riječi i izraza (20%), olakšavanje komunikacije (18%), smanjenje kvaliteta jezika (13%), promjena u živom govoru (11%), upotreba emotikona, gifova i memeova (15%).

Preostala pomoćna hipoteza glasi: *Upotreba emotikona, gifova i memova na društvenim mrežama mijenja način izražavanja emocija i poruka među korisnicima u Bosni i Hercegovini* je od posebnog značaja jer na 20. anketno pitanje, koje se ticalo toga da li korištenje emotikona, gifova i memeova pomaže korisnicima da se bolje/lakše izraze. 68% (156) ih je reklo „da“, 22% (51) je reklo „ne“, a 10% (22) nije sigurno. Prema ovim podacima možemo zaključiti da je ova hipoteza potvrđena.

Prisutnost gramatičkih i pravopisnih grešaka je izražena na društvenim mrežama, a njihova pojava je bitna s obzirom na to da je i to dio jezika i, prvenstveno, ove teme kojom se bavimo. S obzirom na to, naredno pitanje se ticalo grešaka u gramatici i pravopisu na društvenim mrežama i koliko ih ispitanici često primjećuju na društvenim mrežama. Postavljena je skala odgovora: vrlo često – često – ponekad – rijetko i nikad. 50% (115) ih je reklo „vrlo često“, 31% (71) je reklo „često“, 12% (28) je reklo „ponekad“, 5% (11) je reklo „rijetko“, a 2% (4) je reklo da nikad ne primjećuju gramatičke i pravopisne greške na društvenim mrežama.

Sljedeće pitanje se ticalo toga da li ispitanici primjećuju razlike u jeziku na društvenim mrežama koje koriste mlađe generacije u odnosu na starije. Postavljena su četiri ponuđena odgovora: „da, velike razlike“ (na to pitanje je odgovorilo 167 ispitanika, odnosno 73%), „da, manje razlike“ (odgovor je dalo 56 ispitanika, odnosno 25%), „ne, nema razlika“ (odgovor je dala jedna osoba) i petero ih nije sigurno. Glede ovoga, može se zaključiti da ispitanici primjećuju razlike u jeziku na društvenim mrežama koje koriste mlađe generacije u odnosu na starije.

Naredno pitanje koje je postavljeno ispitanicima jeste da kažu da li smatraju da su društvene mreže doprinijele širenju novih riječi i izraza na njihov jezik. 74% (170) ih je odgovorilo sa „da“, 15% (33) sa „ne“ i 11% (26) ih nije sigurno. Sljedeće pitanje se ticalo značaja standardnog jezika u digitalnoj komunikaciji i kako bi ispitanici ocijenili važnost njegovog očuvanja. Prema tome, ponuđena su četiri odgovora: na odgovor „vrlo važno“ je odgovorilo 123 ispitanika, odnosno 54%, na odgovor „važno“ je odgovorilo 83 ispitanika, odnosno 36%, na odgovor „nije važno“ je odgovorilo 16 ispitanika, odnosno 7% i 7 ih nije sigurno, odnosno 3%.

Posljednje pitanje je bilo otvorenog tipa i htjelo se ispitati kako ispitanici vide jezik na društvenim mrežama u budućnosti. Izdvojili smo najfrekventnije odgovore, s obzirom na to da je pitanje otvorenog tipa. Neki od najfrekventnijih odgovora su bili da će jezik na društvenim mrežama biti sve kraći i pojednostavljen, zatim što veći utjecaj engleskog jezika, odnosno anglifikacija jezika, da će jezički izražaj biti kroz emotikone, da će se sve manje poštivati pravopisne norme i da će standardni jezik biti upitan. Također, neki od odgovora su bili i da će jezik dosta evoluirati, što je i priroda jezika, zatim siromaštvo jezika te prisustvo nepravilnosti u jeziku, da će jezik biti sve više prilagođen globalnoj komunikaciji, te, naravno, brži i kraći oblici komunikacije.

Ovi rezultati pružaju cjelokupan uvid u način na koji društvene mreže oblikuju jezičke prakse u Bosni i Hercegovini, s posebnim naglaskom na upotrebu anglizama, neologizama, slenga, skraćenica te ostalih vizualnih elemenata u svakodnevnoj komunikaciji.

Istraživanje u ovom radu je ograničenog karaktera s uzorkom od 229 ispitanika i relativno kratkim vremenskim periodom ispitivanja. Bitno je istaći da je anekta prošla kroz pilot-test sa uzorkom od 5 ljudi, i tek onda distribuirana putem društvenih mreža. Ipak, ovo istraživanje može poslužiti kao pilot-projekt za buduća istraživanja. Bitno je spomenuti da postoji nekoliko radova na sličnu temu, ali to su, uglavnom, završni radovi studenata. Naime, buduća istraživanja bi trebala uključiti eksperte iz oblasti jezika i komunikologije, i da se ozbiljno istraži ova kompleksna, ali i jako bitna tema.

6. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Magistarski rad na temu „Utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini“ utemeljen je na adekvatnom metodološko-teorijskom okviru, zasnovanom na relevantnoj i recentnoj literaturi, kao i realiziranom istraživanju koje je provedeno kroz anketni upitnik.

Ciljevi rada bili su:

1. Ukazati kakav je utjecaj društvenih mreža na jezik, pa i na njegovu svojevrsnu promjenu u Bosni i Hercegovini.
2. Istražiti upotrebu društvenih mreža u komunikaciji i njihovim utjecajem na promjene u jeziku, pravopisu ili gramatici.

Ciljevi i predmet istraživanja determinirali su **generalnu hipotezu** koja glasi: *Društvene mreže utječu na pravopis, gramatiku i korištenje slenga u jezičkoj komunikaciji korisnika.*

18. pitanjem je dokazana tvrdnja da ispitanici smatraju da su društvene mreže doprinijele promjeni u gramatici, pravopisu i stilu u njihovoj komunikaciji. Većina ih je, 47% (107), odgovorilo da su društvene mreže doprinijele promjeni u gramatici, pravopisu i stilu u njihovoj komunikaciji, **čime je potvrđena generalna hipoteza ovog magistarskog rada.**

Okosnicu istraživanja činilo je problemsko pitanje: *Kako društvene mreže utječu na jezik u Bosni i Hercegovini?* Primarni zadatak istraživanja bio je ispitati da li i na koji način društvene mreže utječu na jezik korisnika u Bosni i Hercegovini. Jedno od glavnih zaključaka istraživanja jeste da najčešće promjene u jeziku, koje su ispitanici primijetili zbog korištenja društvenih mreža, uključuju povećanu upotrebu anglizama te promjene u pravopisu i gramatici. Većina ispitanika (77%) koristi skraćenice u svojoj online komunikaciji, a najčešće su to skraćenice poput „aBd“ (ako Bog da) i „ozb“ (ozbiljno). Ono što je navedeno i u intervjuu, koji je obavljen sa jezičkim stručnjacima, jeste i to da korištenje skraćenica je sasvim uredu, naročito kod mlađe populacije, ali problem nastaje kada to prenesu u poslovno komuniciranje, odnosno u neki formalniji stil i način komunikacije.

Još jedan od zaključaka rada jeste to da se na društvenim mrežama brzo usvajaju skraćenice, anglizmi i neformalni izrazi, pa se postavlja pitanje da li to značajno utječe na svakodnevni jezik korisnika. Skraćenice kao što su „LOL“, „OMG“ te varijante poput „pozz“ i „nmg“ postale su dio svakodnevnog i uobičajenog komuniciranja, što vidno pokazuje koliko su, ustvari, društvene mreže integrirane u svakodnevni život. Upravo ove skraćenice su pokazatelj brze razmjene poruka, ali i one su te koje potiču promjene u pravopisu i gramatici. Već navedene skraćenice poput „LOL“, „OMG“ ili „BTW“ i, generalno, anglizmi poput „follow“, „share“ „like“ pokazuju da se oni integriraju u sastavni dio vokabulara, naročito među mlađim korisnicima društvenih mreža što su pokazala i istraživanja iz ankete. 70% (161) je kazalo da koristi anglizme u svojoj online komunikaciji, i najveći broj ispitanika je reklo da koristi: BTW, LOL, IDK, like, OMG, ok, myb, share, selfie... a neki su dodali i FYI, P.S., FR, TBH... Ovo svjedoči o globalizaciji jezika i njegovom prilagođavanju potrebama brzog i efikasnog komuniciranja, što je i oznaka današnjeg brzog života. Mada, kao što je rečeno i u intervjuu s profesoricom Amelom Šehović, društvene

mreže utječu na neke promjene u jeziku ne samo u Bosni i Hercegovini, nego i u drugim zemljama svijeta. I postojanje anglizama je nešto što jednostavno postoji u svakom jeziku. Pogotovo što engleski jezik danas utječe na sve jezike i engleski je danas jezik koji je lingua franca kao što je to nekada bio latinski jezik.

Još jedan od zaključaka istraživanja je pokazao da mlađa populacija prednjači u korištenju društvenih mreža i ona se, kao takva, mnogo bolje prilagođava promjenama, ne samo na društvenim mrežama i u jeziku, već općenito mladi ljudi bolje podnose promjene nego što to radi starija populacija. Mladi koriste društvene mreže ne samo za interakciju i komunikaciju već i za izražavanje svog identiteta, što uveliko doprinosi stvaranju novih jezičkih inovacija. U tom smislu, upotreba slenga, emotikona, gifova i memeova je nešto što je postalo svakodnevan i neizostavan dio komunikacije kod mlađe populacije. Mladi koriste društvene mreže ne samo za komunikaciju već i za izražavanje identiteta, što doprinosi stvaranju novih jezičkih inovacija. U tom kontekstu, upotreba slenga, žargonizama, emotikona i gifova postala je neizostavan dio njihove svakodnevne komunikacije. Upotreba smajlića, odnosno emotikona, gifova i memeova dodatno ukazuje na promjenu načina prenošenja osjećanja i emocija u digitalnom svijetu. Prema tome, jedno od anketnih pitanja je bilo koliko često koriste emotikone u svojoj online komunikaciji: najviše ih je odgovorilo da ih vrlo često koristi, 37% (84), 32% (73) da koristi često, 22% (51) da koristi ponekad, 8% (19) da koristi rijetko i 1% (2) da nikad ne koristi.

I u odgovoru profesorice Amele Šehović moglo se uvidjeti da je upotreba emotikona vrlo primjetna u online komunikaciji. Umjesto toga da se objašnjava kako se neko osjeća, ta osoba napiše jednu rečenicu i onda doda odgovarajući emotikon koji prati taj verbalni aspekt – prosto da bi se možda na neki način ekonomičnije, ekspresivnije izrazio ili izrazila.

Kada je u pitanju formalni jezik, društvene mreže bi mogle izazvati određenu zabrinutost. Na osnovu rezultata istraživanja iz ankete, na pitanje koliko često ispitanici primjećuju pravopisne i gramatičke greške na društvenim. 50% ih je reklo „vrlo često“, 31% „često“, 12% „ponekad“, 5% „rijetko“ i 2% „nikad“. Prema tome, može se izvući zaključak da je prisustvo grešaka u pravopisu i gramatici vrlo prisutna na društvenim mrežama. I postavlja se pitanje šta dovodi do toga? Ukoliko se uzme u obzir prisutnost skraćenica i neformalnih izraza (sleng, memeovi, gifovi, emotikoni), upravo njihova zastupljenost može dovesti do gupitka pravopisnih i gramatičkih regulativa u svakodnevnoj komunikaciji. Jedan od glavnih zaključaka istraživanja jeste da značajan broj

korisnika primjećuje promjene u svom jeziku usljed korištenja društvenih mreža, naročito kada je u pitanju pravopis i gramatika. Do tog zaključka se došlo na osnovu odgovora na anketno pitanje koje je glasilo: *Jesu li društvene mreže doprinijele promjeni u gramatici, pravopisu i stilu u Vašoj komunikaciji?* 46,7% (107) ih je odgovorilo sa „da“, 34,1% (78) sa ne i 19,2% (44) nije sigurno. Ovo je iznimno važno, jer se jezičke promjene, nastale na društvenim mrežama, prenose i na živi govor. Upravo ta pojava može imati dugoročne posljedice na standardni jezik, ali, kao što je zaključila prof. Šehović, važnost očuvanja standardnog jezika na društvenim mrežama doživljava kao sferu privatnog. Društvene mreže nisu podložne, kao protali, nekim zahtjevima standardnog jezika. Prema tome, one imaju svoj način izražavanja i o tome svako od nas pristupa kao pojedinac kojem je stalo do nečega ili mu nije uopće stalo do toga kako se predstavlja pa i na planu jezika.

Zaključno, možemo reći da društvene mreže imaju višestruk utjecaj na jezik u Bosni i Hercegovini. S jedne strane, one doprinose inovacijama, novim oblicima izražavanja i drugačijim jezičkim uzusima koji obogaćuju jezik. Kao što je i doc. dr. Elma Durmišević postavila pitanje da li se pod bogaćenjem smatra slijeđenje pravopisa, gramatike i tako dalje ili se pod bogaćenjem smatra raznovrsna upotreba jednog te istog termina, lekseme i tako dalje...

Ipak, s druge strane, postavlja se pitanje o očuvanju i neigovanju standardnog jezika i pravopisnih normi. Kao što je već rečeno, i u odgovoru doc. dr. Durmišević, do nas je kako ćemo se izražavati: onome kome je stalo, on će se pravilno izražavati i na društvenoj mreži, i bilo gdje. Bez obzira na sve, jezik ostaje jedan fluidan sistem koji se konstantno razvija i mijenja, što je i odlika jezika, a društvene mreže su samo jedan od faktora koji pridonose toj promjeni. Jedna od preporuka bi bila da buduća istraživanja zauzmu mjesta u lingvistici i komunikologiji, a ne da to ostane na nivou istraživanja samih studenata. Ta istraživanja bi se mogla fokusirati na dublje razumijevanje posljedica ovih promjena i osvijetliti ovaj fenomen.

BIBLIOGRAFIJA

Knjige i naučni radovi

- Adams, M. (2009). *Slang: The People's Poetry*. New York: Oxford University Press.
- Alvin Day, L. (2008). *Etika u medijima: primeri i kontroverze*. Beograd: Klub Plus: Čigoja štampa.
- Bugarski, R. (1997). *Jezik u društvenoj krizi*. Beograd: XX vek.
- Burmeister, J. (2008). *Acronyms and other forms of abbreviation*. Sjedinjene Američke Države: Ministarstvo domovinske sigurnosti Sjedinjenih Država.
- Eko, U. (1973). *Kultura, informacija, komunikacija*. Beograd: Nolit.
- Filipan-Žignić, B. (2012). *O JEZIKU NOVIH MEDIJA. Kvarre li novi mediji suvremeni jezik?* Split: Matica Hrvatska.
- Grbavac, J., & Grbavac, V. (2014). POJAVA DRUŠTVENIH MREŽA KAO GLOBALNOG KOMUNIKACIJSKOG FENOMENA. *Hrčak*, 206-207.
- Hasanagić, S., Papović, M., & Lević, E. (2021). *Medijske navike odraslih u BiH*. Sarajevo: Vijeće Evrope i Regulatorna agencija za komunikacije BiH.
- Institut za jezik u Sarajevu. (2001). Jezik i demokratizacija (zbornik radova). In H. Vajzović, *Savremena jezička situacija u Bosni i Hercegovini – komunikativna i simbolička funkcija jezika* (pp. 81-83). Sarajevo: Institut za jezik u Sarajevu.
- Jahić, D., Halilović, S., & Palić, I. (2004). *Gramatika bosnaskoga jezika*. Zenica: Dom štampe.
- Katnić-Bakaršić, M. (2001). *Stilistika*. Sarajevo: Ljiljan.
- Tubbs, S. (2015). Komunikacija – principi i konteksti. *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, 186.
- Vajzović, H., & Čatović, M. (1994). *Bosanski jezik 8. razred osnovne škole*. Sarajevo: Ministarstvo obrazovanja, nauke, kulture i sporta.

Internet izvori:

- Bljesak.info. (2021). *Internet*. (online), dostupno na: <https://bljesak.info/sci-tech/internet/drustvene-mreze-bijeg-od-stvarnosti-za-gradane-bih/365062>, [pristupljeno 3. 6. 2024].
- Chaffey, D. (2024). *Global social media statistics research summary May 2024*. (online) dostupno na: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media->

[research/#:~:text=More%20than%20half%20of%20the,social%20media%20is%20h%2020m](#), [pristupljeno 2. 6. 2024].

Eurostat. (2024). *Social media - statistics on the use by enterprises*. (online) dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Social_media_-_statistics_on_the_use_by_enterprises&oldid=468346#Use_of_social_media_by_enterprises, [pristupljeno 2. 6. 2024].

Javatpoint. (2024). *Javatpoint*. (online), dostupno na: <https://www.javatpoint.com/internet>, [pristupljeno 3. 6. 2024].

Medijska i informacijska pismenost. (2021). *Historijski razvoj interneta*. (online), dostupno na: <https://medijskapismenost.ba/historijski-razvoj-interneta/>, [pristupljeno 2. 6. 2024].

Medijska i informacijska pismenost. (2021). *O nastanku i popularnosti društvenih mreža*. (online) dostupno na: <https://medijskapismenost.ba/o-nastanku-i-popularnosti-drustvenih-mreza/>, [pristupljeno 1. 6. 2024].

Poslovni.hr. (2021). *Milenijalci i Gen Z – Generacije totalno drugačije od drugih, a evo i zašto*. (online) dostupno na: <https://www.poslovni.hr/lifestyle/milenijaci-i-gen-z-generacije-totalno-drugacije-od-drugih-a-evo-i-zasto-4296594>, [pristupljeno 6. 6. 2024].

Salkanović, M. (2023). *Meme kao forma medijskog sadržaja ili prosta replikacija društvene dinamike*. (online) dostupno na: <https://media.ba/bs/magazin-tehnike-i-forme/meme-kao-forma-medijskog-sadrzaja-ili-prosta-replikacija-drustvene-dinamike>, [pristupljeno 22. 9. 2024].

Sok, N. (2012). *PLANB*. (online) dostupno na: <http://planb.hr/etika-u-eri-drustvenih-mreza/>, [pristupljeno 4. 7. 2024].

POPIS SLIKA I GRAFIKONA

Tabela 1: Osnovne informacije o postupku istraživanja

Tabela 2: Osnovne informacije o postupku istraživanja

Slika br. 1. Najčešće korištene društvene mreže u Bosni i Hercegovini

Slika br. 2. Glavna društvena mreža

Grafikon 1: Spol ispitanika

Grafikon 2: Starosna dob ispitanika

Grafikon 3: Kanton ispitanika

Grafikon 4: Najčešće korištene društvene mreže u Bosni i Hercegovini

Grafikon 5: Vrijeme provedeno na društvenim mrežama

Grafikon 6: Promjene u jeziku zbog korištenja društvenih mreža

Grafikon 7: Promjene koje su ispitanici primijetili zbog korištenja društvenih mreža

Grafikon 8: Poštivanje pravila pravopisa u online komunikaciji

Grafikon 9: Korištenje anglizama u online komunikaciji

Grafikon 10: Najčešće korišteni anglizmi

Grafikon 11: Korištenje neologizama

Grafikon 12: Korištenje skraćenica

Grafikon 13: Najčešće korištene skraćenice

Grafikon 14: S kim se najčešće koriste skraćenice

Grafikon 15: Sleng/žargonizmi u online komunikaciji

Grafikon 16: Najčešće korišteni slengovi/žargonizmi

Grafikon 17: Korištenje emotikona u online komunikaciji

Grafikon 18: Promjene u gramatici, pravopisu i stilu korisnika

Grafikon 19: Korištenje skraćenica i anglizama

Grafikon 20: Korištenje emotikona, gifova i memeova

Grafikon 21: Kako ispitanici smatraju da društvene mreže utječu na njihov jezik

Grafikon 22: Ukoliko ispitanici smatraju da utječu, na koji način

Grafikon 23: Greške u pravopisu i gramatici na društvenim mrežama

Grafikon 24: Razlike u jeziku između mlađih i starijih na društvenim mrežama

Grafikon 25: Doprinos društvenih mreža na širenje novih riječi i izraza

Grafikon 26: Važnost očuvanja standardnog jezika u digitalnoj komunikaciji

Grafikon 27: Jezik na društvenim mrežama u budućnosti

PRILOZI

INTERVJUI

Amela Šehović, redovna profesorica na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu

1. Možete li nam detaljnije reći kako društvene mreže utječu na jezik i njegovu promjenu u Bosni i Hercegovini?

Društvene mreže utječu na neke promjene u jeziku ne samo u Bosni i Hercegovini, nego i u drugim zemljama svijeta. Ono što se može primijetiti kod nas, ali i globalno, jeste manja brižljivost u upotrebi interpunkcijskih znakova, poštivanje pravopisa... Također u tvorbi riječi, u smislu tvorbe nekih novih izraza, povećana je upotreba slivenica što inače nije bilo toliko karakteristično za naš jezik u nekim prethodnim periodima, a to je sve utjecaj engleskog jezika, baš ove slivenice. Naprimjer, mi danas imamo riječ „smog“ koja je slivenica iz engleskog „smoke“ i „fog“ a nismo toga ni svjesni. Zašto ovo govorim? Iz razloga što mnoge od tih promjena u prvom periodu budu nepoželjne, smatraju se nepoželjnim, ali vremenom jednostavno nešto uđe u upotrebu i na kraju čak bude i normirano. Ja ne kažem da će neke pojave, nepoštivanje interpunkcije, pravopisa biti prihvaćeno, ali moguće je da će, također, nekih novih slivenica biti koje će postati dio fonda standardnog jezika. I danas „naslovnicu“ imamo s našim tvorbenim materijalom, koja je, također, slivenica, od „naslovna“ i „stranica“. Općenito, puristi smatraju da sve to nepoštivanje i pravopisa i norme ide na štetu jezika. Međutim, ja se ne slažem u potpunosti s tim. Naravno, kao neko ko predaje na fakultetu i ko se bavi standardnim i savremenim jezikom, daleko od toga da promoviram nestandardnu upotrebu jezika. Ali mislim da svi koji to kritikuju, zaboravljaju da postoje dvije sfere i dva domena upotrebe jezika: jedno je javna ili zvanična, a drugo je privatna. Mi ne možemo zabraniti nekome da privatno koristi određene načine pisanja, izražavanja i tako dalje. Dok, naravno, možemo utjecati na upotrebu jezika u školama, u medijima i to je ono što mi treba da činimo. Ali čak ja mislim da ponekad takve upotrebe koje su ograničene na privatnu sferu mogu biti izvor veoma kreativnih pojava tako da ne treba u startu odbacivati neke od takvih pojava. Znači treba svakoj pristupiti pojedinačno i provjeriti i analizirati da li je ona opravdana ili nije. Dakle, to je moj stav. Ne tako slijepo: „ništa ne valja, sve se to treba odbaciti“ nego svaki put pojedinačno pristupati određenim jezičkim pojavama i procijeniti da li one doprinose jeziku ili ne, da li one doprinose bogaćenju jezika, njegovih kreativnih i izražajnih mogućnosti ili ne.

2. Koje najčešće jezičke inovacije primjećujete na društvenim mrežama?

To je najviše u segmentu tvorbe riječi, jer tu imamo mnoge pojave, ne samo slivenice. Također u načinu korištenja određenih skraćenica primjećujemo upotrebu koja je dosta obojena utjecajem engleskog jezika. Prvo imamo skraćenice poput: „LOL“, „OMG“ itd. koje su direktno preuzete, ali ne samo to. Ponekad imamo čak primjere u engleskom jeziku postoje skraćenice koje nastaju od početnog slova riječi u rečenici. Sad se i to kod nas prenijelo. Ja kad sam davno istraživala SMS poruke, tada se potvrdilo da ima takvih pojava i u našem jeziku: „Ako budeš strpljiv, doći ću“ → ABSD, kao to se podrazumijevalo da se čak zna šta znači u tom periodu. Ono što je mali problem, kad se proučavaju takve jezičke pojave, jeste što su one prolaznog karaktera i nakon nekoliko godina, ili decenije, jedne-dvije, vi više ne možete ponekad ući u trag, jer se sve vrlo brzo mijenja. To je ono što je, također, jedan prepoznatljiv karakter takvih jezičkih pojava. Zato možda te pojave ne uživaju veliki ugled ili prestiž kod određenih lingvista isto kao što svojevremeno leksički nivo nije doživljavao i nije uživao veliki ugled jer je obilježen po najvećim jezičkim promjenama u odnosu na fonetsko-fonološki, morfološki itd. Tako da to je mali problem kad se takve jezičke pojave istražuju. Ima toga puno... Onda šta još je vrlo primjetno? Upotreba emotikona. Umjesto da objašnjavate nekome kako se osjećate, vi napišete jednu rečenicu i onda dodate odgovarajući emotikon koji prati verbalni aspekt, dakle tu rečenicu da biste jednostavno možda na neki način jezički ekonomičnije se izrazili, ponekad ekspresivnije. Ponekad taj emotikon nekako dodatno doprinese slanju željene poruke. Tako da, ima puno segmenata u kojima možemo prepoznati utjecaj stranih jezika, ali i neke novine u jezičkoj upotrebi naročito među mlađim generacijama.

3. Na koji način mlađe generacije oblikuju jezik kroz društvene mreže u odnosu na starije generacije?

Mlađe generacije su, to je općepoznata činjenica, nosioci jezičkih promjena. Kada sam proučavala modsku tvorbu, tad sam već ustanovila, prije dvije decenije, da je među mlađima povećana upotreba modskih formi: urednik/urednica, ovo „urednica“ je modska forma, nego što je to inače bilo prisutno među pripadnicima srednjovječne i starije generacije. Dakle, to je načelno tako.

Svaka generacija unosi nešto svoje, ali oni dušebrižnici koji misle da će zbog povećane upotrebe anglicizama nestati bosanski jezik, ja im moram reći da to nije tako. I ranije je bilo takvih pojava pa je, evo, bosanski jezik i danas prisutan. Dakle, jezik se brine sam za sebe. Neće doći ni do kakvog ugrožavanja prirode jezika, jer da smo mi bili tako uskogruđi u primanju leksike stranog

porijekla mi danas ne bismo imali mnoge vrlo ekspresivne riječi orijentalnog porijekla kao što su: čarapa, bubreg itd. za koje čak danas ni nemamo zamjenu. A da ne govorim kasnijim utjecajem riječi iz njemačkog, mađarskog, ruskog, danas engleskog jezika... Dakle, to samo doprinosi bogaćenju našeg jezika. Tako da i ovo, to je sve u privatnoj sferi. Čak i te mlade osobe kada uđu u životnu arenu u smislu da počinju raditi, da dobiju posao, neće koristiti ni takve izraze ni takav način komunikacije sa svojim nadređenim. Ljudi su svjesni razlika između zvanične i privatne sfere. Iako mnogi lingvisti to zaboravljaju i možda ne žele da vide, jer, u načelu, mi svi dobro znamo da ako odemo na intervju za posao da nećemo pred tim, koji nas intervjuira, koristiti žargonizme, vulgarizme, psovke, čak i ako ih neko privatno puno koristi. Ipak, prosječni govornik ima dovoljan nivo komunikativne kompetencije da zna gdje šta koristiti. Ja, naprimjer, lično i ne koristim inače puno nestandardnu leksiku, ali ne bih je nikome zabranila. Svako ima pravo da se izražava u privatnoj sferi kako želi. Ne bi bilo ni dobro kada bismo svi govorili na isti način, ne bismo imali tu jezičku raznovrsnost u različitim segmentima.

4. Kako objašnjavate sve češću upotrebu anglizama, naročito među mlađom populacijom, u online komunikaciji?

To je jednostavno ono što postoji u svakom jeziku. Pogotovo danas engleski jezik utječe na sve jezike. Npr. orijentalni jezici su utjecali na bosanski zato što je tursko carstvo bilo na ovom području, nije na neka druga područja, nije na engleski i slično. Ali engleski danas je jezik koji je lingva franca kao što je nekada bio latinski. Mnogi su danas internacionalizmi upravo iz engleskog preuzeti. Imamo sad termine u različitim naukama iz latinskog i grčkog, danas su u nekim strukama to termini iz engleskog, ekonomija i psihologija čak. Znači to su termini upravo iz tih jezika. Postoje mnoge pojave koje su u današnje vrijeme obrađene i koje su u tim naukama upravo novija pojava i termini su preuzeti iz jezika koji je danas dominantan a to je engleski na kojem se objavljuje najveći dio literature iz tih nauka.

5. U kojoj mjeri društvene mreže doprinose razvoju novih žargona, odnosno slenga u Bosni i Hercegovini?

Žargon je skup svih žargonizama. Pa sigurno da doprinose zato što je to domen privatne sfere i upotrebe jezika. Tako da tu dolazi do izražaja jezička kreativnost, a žargon je upravo odraz jezičke kreativnosti. Istina, najviše se koristi u marginaliziranim grupama, zato i jest najviše prisutan među mladima, u kriminalnim grupama... Međutim to ne znači da žargonizme upotrebljavaju samo te

društvene grupe. On je prisutan među svima samo u različitom stepenu. Mnogo manje će upotrijebiti neki žargonizam nego ko je srednjovečan ili starije generacije nego neko ko je mlađi. Ali to npr. da koriste samo muškarci dominantno, ni to više nije tačno, to su potvrdila neka novija istraživanja. U načelu, mislim da, pošto je žargon općenito sklon brzim promjenama, neka istraživanja, koja se vežu za engleski jezik, pokazala su da je rok trajanja žargona jedne generacije petnaestak godina. Šta to znači? 90% žargonizama nestane iz upotrebe ili potpuno bude zamijenjeno novim ili budu značenja promijenjena – zadrži se isti žargonizam ali ima drugo značenje. I to je logično jer možemo reći generacija jedna, to se smatra deset do najviše petnaest godina i to je to objašnjeno. Zato je, ustvari, i žargon teško proučavati baš zbog tih znatnih promjena. Ja sam, recimo, radila anketu krajem devedesetih kada sam jednoj studentici dala diplomski rad, ona je radila taj rad 2014. godine. Neke riječi koje su u to vrijeme, kada sam ja radila, imala jedno značenje, za tih petnaestak godina su dobile sasvim drugo značenje. Ja uopće nisam mogla prepoznati šta ta riječ znači u nekim kontekstima. Mislim da je sve to povezano i da nije ni nelogično da se, naravno, tamo gdje postoji veća sloboda za jezičko izražavanje u toj sferi, slobodnije koriste i žargonizmi.

6. Kako društvene mreže utječu na formalnu i neformalnu komunikaciju kod njenih korisnika u Bosni i Hercegovini?

Mislim da ne utječu znatno. Mislim da su svi svjesni tih razlika koje postoje i onome što je dopušteno koristiti u zvaničnoj prepisci i onoj koja je privatna. Mislim da nema tu nekog nerazumijevanja čak ni među onim govornicima koji nisu posebno jezički kompetentni.

7. Koliko društvene mreže oblikuju gramatiku, pravopis i stil kod njihovih korisnika?

Pošto se ja bavim i tvorbom riječi, slivenice nisu proučavane toliko u našoj tvorbi riječi prije nekih možda trideset godina. Međutim, u mnogim slavenskim jezicima slivanje se smatra posebnim tvorbenim načinom. Tako da ima sve više istraživača i istraživačica koji se baš tom temom bave. Na neki način, ne samo društvene mreže, nego i drugi segmenti te privatne komunikacije, dakle govorimo o forumima i sličnim pojavama, utjecali su na to da lingvisti postanu svjesniji nekih novih načina tvorbe koji su ranije bili prilično rijetki, primjeri toga su bili prilično rijetki, za razliku od danas kad vi, evo, na billboardima širom grada: „Ustanovite se“ vidite, i mnoge druge primjere: „Miveliši se“ itd. To već pokazuje da mi ne možemo zatvarati oči. To je prisutno i to u mnogo većoj mjeri nego što je to bilo ikada. Čitamo „Brandelina“, „Hellfie“, dakle hell plus selfie. I mi

to sve preuzimamo iz stranih jezika, a plus što stvaramo neke nove slivenice gdje čak imamo samo domaći tvorbeni materijal kao to „Ustanovite se“. Tako da u tom smislu utječu da su nametnule, možda, jedan novi problem, jezičku pojavu, slivenice se u mnogo većoj mjeri proučavaju. U Hrvatskoj je već objavljen Rječnik slivenica. Na našem Odsjeku mlade kolege predvođene kolegom Halidom Bulićem rade, također, na jednom rječniku slivenica. Utjecale su na neki način na to da se i lingvisti počnu tim baviti i da imamo konkretno čak rezultate.

8. Mislite li da će utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini dugoročno biti pozitivan ili negativan i zašto?

Ne mislim ni da je to nužno ni pozitivno ni negativno. Ja uvijek gledam sve što se u jeziku pojavljuje, ja posmatram kao nešto što je svojstveno jeziku i zaslužuje proučavanje. Kao što ni ljekar ne kaže: „Ovaj organ je pristojan, a ovaj organ je nepristojan“. Tako i mi pristupamo jeziku kao profesionalci, primarno. Sve što se u jeziku pojavi, dužnost lingvista je da to opišu, eventualno daju preporuke. Već sam rekla, mi već proučavamo slivenice, pišemo rječnike o slivenicama, na temu slivenica pišemo radove itd. Za mene to nisu ni pozitivni ni negativni utjecaji. Za mene je to jedno novo polje proučavanja u jeziku. Ja bih uvijek to doživjela više pozitivno nego negativno, jer imamo više predmeta istraživanja u jeziku. Jednostavno više materijala za one koji žele da se bave jezikom i da rade na tome.

9. Kako biste opisali važnost očuvanja standardnog jezika na društvenim mrežama, odnosno u digitalnoj komunikaciji?

Ja to doživljam kao sferu privatnog. Društvene mreže su Facebook i slične. One nisu podložne, kao portali, nekim zahtjevima standardnog jezika. Ono što ja primjećujem na portalima čak, i dajem studentima takve zadatke da uočavaju nepoštivanje pravopisne norme. Da li je Oslobođenje odštampano ili je na portalu meni je potpuno svejedno. Meni je važno da je ono što tamo piše u skladu sa standardnim jezikom. Nažalost, mi primjećujemo i u takvim segmentima da se norma ne poštuje gdje bi, zaista, trebalo da se poštuje. A to kako će se neko izražavati na Instagramu ili Facebooku ili Twitteru, to je stvarno nešto o čemu on mora razmisliti kakvu sliku šalje o sebi, kako sebe brendira pred onima koji čitaju njegove postove, tweetove itd. Svaka od tih mreža ima neki svoj način izražavanja i o tome svako od nas pristupa kao pojedinac kojem je stalo do nečega ili mu nije uopće stalo do toga kako se predstavlja pa i na planu jezika.

Doc. dr. Elma Durmišević je profesorica na Odsjeku za bosanski, hrvatski i srpski jezik na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu. Njena područja interesovanja su: Pragmalingvistika / pragmatika, normativistika, tvorba riječi, stilistika.

1. S Vaše tačke gledišta, kako društvene mreže utječu na jezik u Bosni i Hercegovini?

Na jezik utječe sve ono što ga može u jednom trenutku doticati. Jezik nije izoliran sistem. On niti nastaje niti se razvija sam po sebi. Jezik, zapravo, je svojina njegovih govornika i govornica. Tako da sve što se tiče govornika i govornica određenog jezika utjecat će na sami jezički sistem. Ja ne znam da li sam ja baš najbolja osoba za ovaj intervju, zato što sam ja jedna od rijetkih osoba ove dobi, ne moramo spomenuti koje, vi pretpostavite, koja nema profil niti na jednoj društvenoj mreži. Tako da možda nije zahvalno da ja govorim o utjecaju društvenih mreža na jezik iz pozicije: “da, ja imam društvenu mrežu na način kako moji poznanici, ili kako se to već zove na društvenim mrežama, koriste jezik na određenoj društvenoj mreži. Ali iz neke pozicije kada su mi te društvene mreže dostupne, ukoliko je nečiji profil otvoren pa možete pročitati neke statuse, mogu onda iz te pozicije govoriti. Ali kao aktivni učesnik i neko ko je konstantno dio društvenih mreža, zaista ne bih mogla kompetentno govoriti. Ako od mene očekujete da kažem pozitivno ili negativno, ja, zaista, neću moći odgovoriti u ovoj situaciji kako implicira neku skalu: utječe dobro, utječe loše. Činjenica je da utječe. Ja ću samo ovo usporediti sa pandemijom Corona virusa. Da li smo svjesni, a vjerovatno jesmo, koliko je pandemija utjecala na jezik svih govornika, ne samo jezik u Bosni i Hercegovini, nego svih onih područja, mjesta, to je cijeli svijet gdje je pandemija bila. Vi sada imate rječnike Corona virusa. Vi imate niz radova koji su obrađivali teme vezano za Corona virus. Toliko je bilo slikovitih igara, jezičkih igara vezano za Corona virus. Niz slivenica, niz univerba koje su nastale pod utjecajem pandemije. Očigledno je da utječe (društvene mreže), ali mislim da je vrlo nezahvalno reći: “da, dobro” odnosno “ne, loše”. Mislim da je, kao i u svemu u životu, pa i kada je jezik u pitanju odgovor negdje na sredini. Ali vjerovatno kroz sva Vaša druga pitanja ćemo doći do nekog odgovora.

2. Koje su najznačajnije promjene koje ste primijetili u jeziku usljed korištenja društvenih mreža?

Da, mislim da je to skraćivanje riječi na način da se izbacuju vokali, da konsonatni su, zapravo, nosioci značenja. Slivenice, znači jezičke igre, jezički ludizam je jako prisutan na društvenim mrežama i to moram reći posebno na Twitteru, koji sam jedno vrijeme istraživala kada je bio

Twitter a ne X, jer je bio otvoren. To nam je bilo potrebno za jedan naš projekt pa sam sasvim slučajno otvorila tu društvenu mrežu, sasvim slučajno otvorila neku osobu i onda vas jedna drugoj vodi. Vi vjerovatno pretpostavljate kako sve to ide. Tako da mogu reći jezički ludizam koji se sastoji u nizu jezičkih igara. Mogu navesti slivenice ili blende, dakle spajanje, nastanak hibridne riječi spajanjem dviju zasebnih riječi. Ovdje u nekom gramatičkom odnosno pravopisnom smislu sam istakla skraćivanje i mislim da je to ono što sam ja zapazila.

3. Koje društvene mreže, prema Vašem mišljenju, najviše utječu na jezičke promjene u Bosni i Hercegovini?

Lično, ja sam najviše primjera tog jezičkog ludizma pronašla na nekadašnjoj Twitter mreži. Ukoliko vi, kao pojedinac ili pojednika, više vremena provodite na određenoj društvenoj mreži, na vas će ta mreža da ostavi utjecaj. Dakle, to je vrlo individualno. Naravno, kada je Facebook bio jedina, zar ne, društvena mreža neko vrijeme, naravno da je i on širio najveći utjecaj. Ali iz mog skromnog nekog poznavanja sa blagom dozom sigurnosti, dakle ne sa čvrstom sigurnošću, ipak bih mogla reći da mi je Twitter najviše jezički. Tu mi je najmanje slika, tu mi je najmanje ikoničnosti. Tu mi je najviše visprenosti i najviše jezika, najviše sarkazma i ironije. Tako da bih tu mrežu izdvojila kao jezički najrelevantniju za ove jezičke lucidne igre u tom kontekstu.

4. Kako objašnjavate sve češću upotrebu skraćenica i anglizama, naročito među mlađom populacijom? Kako to utječe na jezik?

Kao što sam maloprije rekla, osnovna stvar, ne samo vezano za jezik, mislim i u životu, jeste mjera. Mi ne možemo živjeti izolirano u nekom staklenom, zaštićenom balonu i ne doći u kontakt s tim, ali moramo znati kada je primjereno reći u usmenom registru, usmenom govoru: “fkt, bgm, nzm” ili tako nešto. Zahvaljujući mojim studentima na Ekonomiji, odnosno kandidatima, koji će, nadam se, biti student Ekonomskog fakulteta in a našoj pripremnoj nastavi posljedni niz godina, saznala sam šta znače te skraćenice i inače dok nisam ušla u masu tih mladih ljudi zaista nisam znala šta je “bgm, brt, vjv... Vjv mislila sam da je vjeverica, a to je vjerovatno... Tako da je važno znati kada to možete upotrijebiti. Sve dok mladi na taj način međusobno komuniciraju jedni s drugima, to je meni sasvim uredi. Tu zapravo nema meni šta biti uredi ili ne uredi – oni zajedno komuniciraju i razumiju jedni druge i, zapravo, to je uobičajeno da svaka skupina ima svoj neki tajni jezik. Svaka porodica, tako uska jedna ćelija društva, ima neki svoj tajni znak, zar ne? Određenu riječ za nešto što samo oni upotrebljavaju, a kamoli neka šarena, raznovrsna skupina

mladih ljudi. Problem nastaje kada to “lp”, “vju”, “bgm” i “tnx” za thank you ili thanks, evo sad ću vam malo i o anglizmima, kada to prenesu u poslovno komuniciranje, odnosno u neki formalniji stil i način komunikacije. Tada nastaje problem. Ne zato što ja možda to ne razumijem, imam pravo da ne razumijem jer ne pripadam toj skupini, nego, naprosto, ne priliči ta vrsta jezika i upotrebe jezika nekom formalnom stilu i komunikaciji koja je na nivou poslovne komunikacije. Onda se često dogodi, evo iz mog iskustva, da student iz najbolje namjere napiše “lp” ili nešto slično, a zapravo “lijep pozdrav”, “srdačno” bi bilo očekivano u komunikaciji profesor-student.

5. Da li postoje razlike u jeziku koji koriste mlađe generacije u poređenju sa starijim generacijama na društvenim mrežama?

Ja ovdje ne mogu, zaista, kompetentno odgovoriti, ali nekako posmatrajući stariju populaciju koja mi se čini da vrlo teško prihvata nešto novo. Naravno čast izuzecima, mi uvijek imamo izuzetke, mislim da oni, moram reći, moji roditelji imaju Facebook profile, to sam saznala kada su objavili da sam ja napisala knjigu. Ja pitam druge koji mi čestitaju: “kako znate?” Kažu: “pa vidjeli smo ti kod mame na Facebooku”. Tako da, poznajući nju, i malo možda gledajući njen profil, mislim da ona piše onako kako bi pisala i govorila inače u svom životu; to je neki ozbiljni stil, bez pomodarstva, da mora pod svaku cijenu da ispuni zahtjeve društvene grupe u kojoj je. Dok mladi onako, opet kažem, kako je i primjereno toj populaciji, vrlo lahko prihvataju nove stvari i bez problema ulaze u kolotečine jedne društvene grupe, zatim prelaze u drugu, preuzimajući uzuse i pravila te grupe. Sjećam se u jednom trenutku, kada su bile otvorene te mreže, ne mogu se, naravno, tačno sjetiti, mislim da je jedna društvena mreža bila onemogućena, neki sistem, vjerovatno se nešto dogodilo, i onda su svi prešli i otvorili istog trena accounte, mislim na Twitteru, i onda su ovi iskusniji Twitteraši govorili ovim novim: “ne možete tako pisati, to su Facebook pravila ili Instagram pravila, ovdje se tako ne govori”, dakle imaju posebno neki uski krug ljudi, opet oni su razvili neka svoja pravila, unutar glavnih pravila. Kao u svemu u životu, mi težimo da buemo dio neke grupe i poštujemo pravila koja postoje u toj grupi ma kako ona velika ili mala bila. Tako da, to su neka sjećanja koja mogu podijeliti.

6. Da li možemo reći da društvene mreže utječu pozitivno ili negativno na jezik u Bosni i Hercegovini, ili je to ipak neutralno?

Ja mislim da ne postoji neutralan utjecaj. Čim je utjecaj – nešto ste uradili. Ako kažem: “ona je utjecala na mene” – kako? “Pa nikako”. To “nikako” mi je neutralno. Znači, ili sam postala bolja

osoba ili sam postala gora osoba. Problem može nastati, ne problem da vam je život ugrožen, ali problem u komunikaciji, u nerazumijevanju jedne ili druge strane ako vi ono što pišete i govorite, način na koji pišete i govorite na društvenim mrežama prenesete u situaciju u kojoj to ne biste trebali raditi. Ja vam moram reći da ja iskreno mislim ko je, neću reći pismen, to je opasan pridjev, ko vodi računa o svom načinu izražavanja bilo u pisanom ili usmenom obliku, on će voditi računa i na društvenoj mreži, i na ispitu, i u pozorištu, i u parku. Ko ne vodi računa, kome je svejedno, taj će tako govoriti i na ispitu, i u parku, i na društvenoj mreži. Tako da mislim da, zaista, nisu društvene mreže nas pokvarile, nego su, zapravo, ogolile pojedince koji inače nisu imali priliku čuti ili vidjeti, danas svi, je li tako, imaju društvenu mrežu. Mi smo, mogli, recimo, samo gledati na televiziji neke ljude, neke emisije, to su nam bili neki javno dostupni diskursi. Sada na društvenoj mreži vi možete čitati i sa accounta, odnosno profila poznatih i nepoznatih, običnih ljudi. Tako da mislim da su društvene mreže samo ogolile koliko smo mi pismeni ili ne, koliko vodimo računa o tome da li ćemo poslije zareza napisati u novom redu veliko ili malo slovo, jer na kompjuteru nudi uvijek veliko slovo poslije entera, da li ćete se vratiti i popraviti to veliko slovo. Onaj ko vodi računa taj će uvijek popraviti, onaj ko ne vodi računa neće ni na ispitu, ni na mejlu, a ni na društvenoj mreži. I mislim da je to odgovor na sva ova pitanja pozitivno i negativno. Zapravo je bit da smo uvidjeli kako mi to govorimo, ali još nešto. Znam određen broj jako pismenih ljudi, ljudi koji su pa čak i vrlo bliski lingvisti, da oni, iz nekog razloga, namjerno koriste jezik u određenim izjavama, svojim objavama, namjerno koriste, neću reći neprimjeren da ne pomislite vulgarno, nego ne poštuju jezička pravila. To su sad opet neke igre, varijante, nešto se time želi postići. Dakle, nešto vi morate, da nije samo pitanje da li je pravopisno ispravno, odnosno normirano ili nenormirano, nego se tu krije neka dublja poruka koju sad iz raznih drugih uglova sociolingvističkih, diskursnih, pragmatičkih možemo istraživati.

7. Da li smatrate da društvene mreže doprinose bogatstvu jezika ili ga osiromašuju?

Ja mislim da jezik ne može ništa osiromašiti. Ne možete vi zabraniti i ukinuti: “eh, sada ne možemo to govoriti ili možemo”. Vi sad samo imate bogatstvo u kontekstu da imate, naprimjer, modalnu česticu “vjerojatno”, da imate niz varijanti kako je napisati. Znači, od ove “vjerojatno” sa zarezima omeđenu koju biste pisali u u nekom formalnom obliku, do ovih vrjv, vjv, vjev ili kako ćete već napisati. To je, zaista, bogaćenje nekog leksičkog uzusa. Sada, naravno, mora se razmotriti šta se smatra pod bogaćenjem. Da li se pod bogaćenjem smatra slijeđenje pravopisa, gramatike i

tako dalje ili se pod bogaćenjem smatra raznovrsna upotreba jednog te istog termina, lekseme i tako dalje.

8. Kako vidite jezik na društvenim mrežama u budućnosti? Kako će se on dalje razvijati s obzirom na sve veći utjecaj društvenih mreža?

Iskreno, imam sreću da živim sa četrnaestogodišnjakom, koji mi je sin, i pratim njegove Viber grupe s njegovim prijateljima. Mislim da će jezik postati jezgrovitiji i lapidarniji u smislu suženosti, skraćenosti izraza. Vjerujte, te komunikacije mladih ljudi izgledaju: OK, sve je OK. Ja se pitam da li postoji jedan drugi pridjev osim okej – lijepo, ružno, dobro, zanimljivo – ne, sve je okej. Tako da mislim da moj odgovor, iako sam možda sve vrijeme bila pozitivna i nekako sam prepuštala to pojedincu, gledajući ovu jednu kritičku masu generacije Z. Posmatrajući njih, čini mi se, da ćemo izvlačiti iz te generacije riječi, da će biti sve manje komunikacije, a sad to izlazi iz one teze da je humanistika u krizi, ne samo u Bosni i Hercegovini. Znae kad kažu: “čitanje je u krizi”, pa nije samo čitanje. Humanistika, općenito, je u krizi. Pogledajte samo šta se dešava u svijetu. Ono pitanje može li pisati poezija nakon Holokausta? Kako mi sad možemo uopće pitati se o jeziku: a šta se dešava u svijetu oko nas... Tako da, humanistika je u krizi, a mislim, zaista, da je i riječ u krizi, komunikacija je u krizi, kultura slušanja je u krizi. Ja stalno spominjem, stalno govorim i pričam o kulturi slušanja. Mi često govorimo o kulturi govora, kulturi pričanja, ali podsjetimo sami sebe na kulturu slušanja, koliko smo spremni saslušati drugoga. Onda tu uvijek citiram jedan divan naslov kolegice lingvistice, profesorice Lade Badurine: “Ne govori mi dok te prekidam”. Znači samo ja i ono što ja imam reći, a ništa šta druga strana želi da mi kaže.

Poštovani ispitanici,

ova anketa je dio istraživačkog rada koji se bavi utjecajem društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini. Vaše učešće je potpuno anonimno i svi podaci će biti korišteni u svrhu pisanja magistarskog rada. Za popunjavanje ankete potrebno je 5 minuta Vašeg vremena.

Zahvaljujem na izdvojenom vremenu!

1. Spol? *

Ženski

Muški

2. Starosna dob? *

Ispod 18

19-25

26-35

36-45

46-55

Iznad 56

3. U kojem kantonu živite? *

Tekst kratkog odgovora

4. Koje društvene mreže najčešće koristite? (označite sve koje se odnose)

Facebook

Instagram

YouTube

X (Twitter)

TikTok

Snapchat

LinkedIn

Nijednu

Ostalo...

...

5. Koliko dnevno vremena provedete na društvenim mrežama?

- Manje od 1 sat
 - 2-3 sata
 - 4-5 sati
 - 6-7 sati
 - Više od 7 sati
-

6. Da li primjećujete promjene u svom jeziku zbog korištenja društvenih mreža? *

- Da
- Ne
- Nisam siguran/na

7. Ukoliko "da", koje promjene ste primijetili? (označite sve koje se odnose)

- Upotreba anglicizama (npr. "like", "share")
 - Korištenje skraćenica i akronima (npr. "LOL", "IDK")
 - Promjene u pravopisu i gramatici
 - Korištenje emotikona (smajlića) i gifova umjesto riječi
 - Ostalo...
-

8. Koliko poštuju pravila pravopisa u svojoj online komunikaciji?

- Vrlo često
- Često
- Ponekad
- Rijetko
- Nikad

9. Da li upotrebljavate anglizme u svojoj online komunikaciji? *

Anglizmi poput: like, selfie, OMG, BTW...)

Da

Ne

10. Ako da, koje anglizme najčešće koristite?

(Primjer: "like", "share", "follow", "selfie", "LOL", "BTW" itd.)

Tekst dugog odgovora

11. Da li koristite neologizme? *

Neologizmi poput lajkati, šerati, skrolati...

Da

Ne

12. Da li koristite skraćenice u svojoj online komunikaciji? *

Da

Ne

13. Ako da, koje skraćenice najčešće koristite?

(Primjer: nezz, ozb, aBd itd.)

Tekst dugog odgovora

14. S kim najčešće koristite skraćenice?

S porodicom

S prijateljima

S kolegama u školi/na fakultetu

S kolegama na poslu

Ostalo...

15. Da li koristite sleng/žargonizme u online komunikaciji? *

Da

Ne

16. Ako da, koji sleng/žargonizam najčešće koristite?

(Primjer: lokalni sleng (brt, jaran), emoji sleng, hashtag sleng, memeovi ili nešto drugo)

Tekst dugog odgovora

17. Koliko često koristite emotikone i smajlice u svojoj online komunikaciji? *

Vrlo često

Često

Ponekad

Rijetko

Nikad

18. Jesu li društvene mreže doprinijele promjeni u gramatici, pravopisu i stilu u Vašoj komunikaciji? *

- Da
 - Ne
 - Nisam siguran/na
-

19. Da li korištenje skraćenica i anglizama utječe na Vašu svakodnevnu komunikaciju? *

- Da, pozitivno
- Da, negativno
- Nema utjecaja
- Nisam siguran/na

20. Da li Vam pomaže korištenje emotikona, gifova i memeova da se bolje/lakše izrazite? *

- Da
 - Ne
 - Nisam siguran/na
-

21. Smatrate li da društvene mreže utječu na Vaš jezik? *

- Da, pozitivno
- Da, negativno
- Nema utjecaja
- Nisam siguran/na

22. Ako da, na koji način? (označite sve koje se odnose)

- Povećanje kreativnosti u izražavanju
- Smanjenje pravilnosti pravopisa i gramatike
- Uvođenje novih riječi i izraza
- Olakšavanje komunikacije
- Smanjenje kvaliteta jezika
- Promjena u živom govoru
- Upotreba emotikona (smajlića), gifova i memeova
- Ostalo...

23. Koliko često primjećujete greške u pravopisu i gramatici na društvenim mrežama? *

- Vrlo često
- Često
- Ponekad
- Rijetko
- Nikad

24. Da li primjećujete razlike u jeziku koje koriste mlađe generacije u odnosu na starije na društvenim mrežama? *

- Da, velike razlike
- Da, manje razlike
- Ne, nema razlika
- Nisam siguran/na

25. Smatrate li da su društvene mreže doprinijele širenju novih riječi i izraza na Vaš jezik? *

- Da
 - Ne
 - Nisam siguran/na
-

26. Kako biste ocijenili važnost očuvanja standardnog jezika u digitalnoj komunikaciji? *

- Vrlo važno
 - Važno
 - Nije važno
 - Nisam siguran/na
-

27. Kako vidite jezik na društvenim mrežama u budućnosti? *

Tekst dugog odgovora

BIOGRAFIJA KANDIDATKINJE

Nusrah Hadžić, rođena 1998. godine u Sarajevu, gdje je završila osnovno i srednje obrazovanje. Diplomirala je 2021. godine na Filozofskom fakultetu Univerziteta u Sarajevu i stekla zvanje diplomirane profesorice bosanskog, hrvatskog i srpskog jezika i književnosti naroda Bosne i Hercegovine. Svoje prvo radno iskustvo stiče još u srednjoškolskim danima u okviru dječijeg programa na radiju “BIR” što budi ljubav za novinarstvom. Odlučuje nastaviti master obrazovanje na Fakultetu političkih nauka u Sarajevu gdje dobija priliku raditi praksu na BH radiju, a ubrzo poslije toga postaje vanjski saradnik u Redakciji religijskog programa BHRT-a. Od raznih seminara i projekata na kojima je učestvovala, ističe Deutsche Welle projekat “Balkan Booster”. Njeno obrazovanje je bilo uljepšano i Erasmus+ iskustvom u boravku na Univerzitetu u Pečuhu u Mađarskoj, kako kaže, to joj je najbolji period života. U slobodno vrijeme se voli baviti umjetničkim slikanjem i fotografijom.



UNIVERZITET U SARAJEVU – FAKULTET POLITIČKIH NAUKA

IZJAVA o autentičnosti radova

Stranica 88 od 88

Naziv odsjeka i/ili katedre: Žurnalistika/Komunikologija (PR)

Predmet: Master teza

IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADA

Ime i prezime: Nusrah Hadžić

Naslov rada: Utjecaj društvenih mreža na jezik u Bosni i Hercegovini

Vrsta rada: Završni magistarski rad

Broj stranica: 89 (s priložima)

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

Mjesto, datum

Potpis