

Jezične posebnosti komentara govornika poljskog jezika na društvenoj mreži Facebook

Rački, Anela

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:034839>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-30**



Sveučilište u Zagrebu
Filozofski fakultet
University of Zagreb
Faculty of Humanities
and Social Sciences

Repository / Repozitorij:

[ODRAZ - open repository of the University of Zagreb
Faculty of Humanities and Social Sciences](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA ZAPADNOSLAVENSKE JEZIKE I KNJIŽEVNOSTI
KATEDRA ZA POLJSKI JEZIK I KNJIŽEVNOST – LINGVISTIČKI
SMJER

Anela Rački

**Jezične posebnosti komentara govornika poljskog jezika
na društvenoj mreži Facebook**

Diplomski rad

Mentor: prof. dr. sc. Ivana Vidović Bolt

Komentor: dr. sc. Miroslav Hrdlička

Zagreb, srpanj 2024.

Izjava o akademskoj čestitosti

Izjavljujem da je ovaj rad rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na istraživanjima te objavljenoj i citiranoj literaturi. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio rada nije korišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Dziękuję Mentorom za rady, uwagi i pomoc w pisaniu tej pracy.

Dziękuję moim Rodzicom i Rodzinie za wsparcie i motywowanie mnie podczas studiów.

Dziękuję wszystkim, którzy byli ze mną w tej podróży i pomagali mi, nawet gdy myślałam, że dam radę sama.

Sadržaj

Sadržaj.....	ii
1. Uvod.....	1
2. Jezik i tehnologija	3
3. Komunikacija u virtualnom prostoru	6
3.1. Jezične osobitosti internetske komunikacije.....	9
3.1.1. Skraćenice	10
3.1.2. Neuporaba „poljskih“ slova	10
3.1.3. Nedosljednost upotrebe interpunkcijskih znakova	10
3.1.4. Nedosljednost upotrebe velikih i malih slova.....	11
3.1.5. Upotreba posebnih znakova.....	11
3.2. Netspeak.....	12
3.2.1. <i>Hack mowa</i>	13
3.2.2. <i>Pokemonizm</i>	15
3.2.3. <i>Młodomowa</i>	16
4. Društvene mreže – novi komunikacijski kanal.....	19
5. Komunikacijske varijacije u medijskom prostoru Facebooka.....	21
5.1. Tvorba riječi u komentarima na Facebooku	23
5.2. Morfološka prilagodba i derivacija leksema <i>lajk</i> , <i>hejt</i> i <i>fejk</i>	25
6. Jezične posebnosti – opis istraživanja.....	27
6.1. Metodologija.....	27
6.1.1. Korpus.....	28
6.2. Rezultati	29
6.2.1. Pravopisne pogreške	29
6.2.2. Flektivne pogreške	31
6.2.3. Leksičke pogreške.....	32
6.2.4. Sintaktičke pogreške	33

7. Zaključak.....	35
8. Literatura.....	37
Popis slika i tablica	42
Sažetak	43
Summary	44
Streszczenie.....	45

1. Uvod

Razvoj interneta i modernih tehnologija bitno utječe na jezik i način komunikacije. Iako je njegova glavna uloga izvor, prijenos i pohrana informacija, danas se primarno doživljava kao komunikacijsko sredstvo. Društvene mreže predstavljaju globalni komunikacijski fenomen, od Friendstera, MySpacea, Facebooka, Twittera do Instagrama i TikToka. Društvene mreže su važne zbog društvene disperzije, uključujući globalnu diseminaciju i uklanjanje prepreka prilikom komunikacije (Urzędowska, 2019). Predsjednik Poljske Andrzej Duda ima službeni račun na Twitteru, a tvitovi koji se na njemu pojavljuju tretiraju se jednako kao i njegove druge službene izjave. Znanstveni skupovi održavaju se online, a tu se pojavljuju i znanstvene publikacije, iako nemaju uvijek tiskane ekvivalente. Umjetnički tekstovi sve se češće viđaju u korisničkim objavama ili opisima profila, a pišu ih profesionalci i amateri. Novinarstvo na internetu cvjeta, ne samo da postoje online izdanja tiskanih časopisa, već i informativni kanali internetskih portala. Internet je pridonio i razvoju tzv. građanskog novinarstva koje se očituje u informacijama objavljenim na različitim vrstama društvenih medija.

Komunikaciju na internetu karakteriziraju: univerzalna dostupnost, automatizacija, brzina prijenosa, neovisnost lokacije, anonimnost i interaktivnost (Urzędowska, 2019). Ovakav oblik komunikacije briše granice između pošiljatelja i primatelja (Grzenia, 2006: 312). Svojstva internetske komunikacije, prema Grzenia (2006: 327) jesu: dijalog, spontanost, kolokvijalnost, situativnost, multimedijalnost, hipertekstualnost, hijerarhija, mogućnost automatizacije procesa izražavanja, dinamika, neograničeni domet i trajnost. Internetsku komunikaciju stoga treba tretirati kao nadopunu međuljudskih odnosa (Urzędowska, 2019). Ovaj sustav „zmršenih“ iskaza koji se isprepliću s obilježjima dijaloga, monologa i/ili poliloga, a koji tvore specifičan govorni čin koji se provodi na internetu, odnosno u virtualnom prostoru, karakterizira se kao *netlog*, odnosno, strukturno, semantički i pragmatički složen razgovor na internetu (Urzędowska, 2019). Grzenia (2006: 344–345) iznosi argumente protiv definiranja jezika interneta kao posebne varijante, ističući da se unutar njega ne mogu razlikovati stilske varijante. Međutim, danas se na web prostoru razlikuje nekolicina funkcionalnih stilova, od kodnog pisma do varijacija internetskog žargona.

Internetski stil komunikacije razlikuje aktivne korisnike interneta od drugih korisnika poljskog jezika. Kako navodi Markowski (2005: 5): „ekspanzivni razvoj medija i informacijskih tehnologija oblikovao je novu kulturnu i komunikacijsku stvarnost, koja se očituje u drugačijim oblicima i načinima komuniciranja (...). Utilitarne vrijednosti, „opušteni“ životni stil i

nekritičko prihvaćanje mode (uključujući i jezičnu) postaju dominantne“. Specifičnost internetske komunikacije gotovo bez sumnje utječe na kvalitetu poljskog jezika. Jezik kojim se služe korisnici interneta ukazuje na razinu jezične kompetencije stvorene u virtualnom prostoru, izražene u obliku pisanih izjava (Panek, 2016).

Facebook kao jedna od najpopularnijih svjetskih društvenih mreža, svojim korisnicima nudi nekoliko oblika komunikacije. Od privatnih poruka, do javnih/polujavnih objava i komentara. Komentar na Facebooku, iako uglavnom ima pošiljatelja, temu, oblik i svrhu, često je samo opaska koja ne mora nužno biti povezana s tekстом na koji se teoretski odnosi. Kao vrstu hibridne kombinacije pisanog i govornog poljskog jezika, komentar je teško analizirati iz genološke perspektive (Smerecka, 2023).

2. Jezik i tehnologija

Jezik je znakovni sustav čija je temeljna funkcija komunikacija između članova određene društvene zajednice (Seljan, 2005). Temeljni je aspekt ljudskog ponašanja i predmet istraživanja raznih znanstvenih disciplina (isto). Panek (2016) ističe jezik kao najvjerniji način izražavanja onoga što se događa u emocionalnoj i kognitivnoj sferi čovjeka. Fonetski jezik je najvažniji, a druge vrste simboličke komunikacije, uključujući pisanje, zamjena su za jezik ili element koji nadopunjuje verbalnu poruku (isto). Jezik je iskonska društvena pojava i kao takav primarno se doživljava u zvučnom ili vizualnom obliku, ukazujući na potrebu upotrebe medija ili popratne tehnologije (Kern, 2015: 2–4).

Komunikacija na internetu razmatra se prvenstveno kroz koncept informacijske i komunikacijske tehnologije koji uključuje dvije važne komponente za modernu infrastrukturu. Prva komponenta je informativna, temelji se na informacijama koje se prikupljaju, pohranjuju, dijele i brišu (Jagodzińska i Mucha, 2019). Druga je komponenta komunikacijska, koja uključuje sve moguće tehnike prijenosa informacija kroz komunikacijski kanal (isto). Komunikacija je odašiljanje poruke iz jedne točke i njezino točno ili približno točno reproduciranje u drugoj točki. S obzirom na podjelu jezika, komunikaciju u medijima možemo okarakterizirati kao medijsku jezičnu varijantu u kojoj se preneseni sadržaj odlikuje autentičnošću i visokom izražajnošću, ali i siromaštvom komunikacijskih oblika (Ong, 2002: 133–135).

Danas je tehnologija uključena u prijenos informacija u velikim razmjerima te se stvara novi komunikacijski kanal koji s vremenom postaje sve rašireniji. „Digitalizacija komunikacije potaknula je širenje tehnološki integriranog medijskog sustava, gdje se proizvodi i procesi razvijaju na različitim platformama, podržavajući raznolikost medijskih sadržaja i izražavanja unutar iste globalne/lokalne komunikacijske mreže” (Castells, 2013: 72). Pitanje jezika koji se koristi u internetskoj komunikaciji odnosi se na pitanje novih medija. Internet je komunikacijsko tkivo urbanog života, koristi se u poslovanju, edukaciji, zdravstvu te u privatne svrhe. Štoviše, internet se sve više koristi za pristup masovnim medijima (televizija, radio, tisak) kao i svim drugim oblicima digitaliziranih kulturnih ili informacijskih proizvoda (filmovi, glazba, časopisi, knjige, članci, baze podataka). Smerecka (2023) napominje kako je internet pogodan za uspostavljanje kontakata i izgradnju međuljudskih odnosa, Stachura (2011) ističe da je to mjesto za samoprezentaciju, razvijanje odnosa i oblikovanje svake zajednice, dok Castells (2013: 24–26), s druge strane, tvrdi da globalna mreža odvaja čovjeka

od stvarnog, realnog svijeta. Korisnici interneta čine heterogenu populaciju u kojoj jedni mrežu tretiraju kao komunikacijski alat, drugi kao instrument za kontakt sa servisima drugih subjekata, a treći kao područje svog djelovanja (Forst, 2017). Na mreži pojedinac uči, kupuje, uspostavlja i održava međuljudske kontakte, razvija interese, vodi posao i saznaje informacije iz svijeta. Internet potiče i pokreće međuljudsku aktivnost: korisnici interneta raspravljaju, razgovaraju, komentiraju i prate informacije koje dolaze iz svijeta gotovo trenutnom brzinom (Smerecka, 2023).

Osnovna karakteristika interneta je nepostojanje jedinstvene strukture i hijerarhije (Forst, 2017), visoka interaktivnost, hipertekstualnost i konvergencija¹ (Pietrzykowski, 2023). Zbog ovih se karakteristika internet, koji integrira klasične medije kao što su radio, telefonija ili televizija, smatra metamedijem, hipermedijem i hibridnim medijem (isto). Prema Manovichu (2006: 119) internetski medijski diskurs karakterizira prije svega slobodan pristup podacima koji proizlazi iz njihova digitalnog oblika te interaktivnost shvaćena kao mogućnost interakcije s medijskim objektom. Na primjeru interneta Manovich (2006: 91) ističe pet elemenata koji ga karakteriziraju kao metamedij:

- 1) numerička reprezentacija – matematički (digitalni) oblik opisa podataka,
- 2) modularnost – složenost podataka iz manjih dijelova,
- 3) automatizacija – mogućnost izvođenja mnogih aktivnosti algoritmom,
- 4) varijabilnost – mnoštvo različitih verzija jednog medijskog objekta,
- 5) transkodiranje – mogućnost pretvaranja formata podataka koji su digitalizirani.

Druge važne značajke novih medija, važne zbog društvene disperzije, uključuju: globalnu diseminaciju, uklanjanje prepreka za pristup tržištu za proizvođače i potrošače medija, interakciju između proizvođača i korisnika (vrsta povratne informacije), mogućnost korištenja različitih načina komunikacije: od komunikacije „jedan-na-jedan“ do kolektivne interakcije (Smerecka, 2023).

Proces društvenih interakcija na internetu zove se „internetski paradoks“ jer, kako pišu Kraut i Ben-Zev (prema Smerecka, 2023), online veze su vrsta veze na daljinu koju karakterizira fizička udaljenost i emocionalna bliskost. Masovna i individualna komunikacija, na internetu,

¹ Koncept konvergencije koristi se za opisivanje fenomena koji se javljaju u suvremenim medijima, informacijskoj tehnologiji i telekomunikacijama. U tehničkom smislu označava sličnost uređaja koji izvorno nisu međusobno tehnički povezani u području svojih funkcija. U slučaju interneta, konvergencija dolazi iz mogućnosti predstavljanja gotovo svih vrsta informacija kao digitalnih podataka. (Pietrzykowski, 2023)

ujedinjene su u zajedničko polje u kojem se mogu javiti svi oblici društvenog komuniciranja pomoću ovog komunikacijskog kanala (isto). Taj se fenomen naziva „internetizacijom medija“ ili „medijalizacijom interneta“, čime se naglašavaju razlikovna obilježja interaktivnosti i multimedije (isto). Stoga je internetsku komunikaciju moguće promatrati kao nadopunu izravnih međuljudskih odnosa. Prožimanje kulturnog i računalnog sloja povezano je s prefiguracijom kulture u koju Celiński (prema Smerecka, 2023) ubraja: konvergenciju, neposrednost, višak informacija, literarizaciju govora i slike, oralizaciju i ikonizaciju pisma, antiprostornost i invokativnost.

Komunikacija na internetu razlikuje se od komunikacije tradicionalnih medija, njena je prednost u dostupnosti velikom broju ljudi, stoga nadilazi granice vremena i prostora (Grzenia, 2006: 327). Medijska kompetencija je skup osnovnih vještina snalaženja u svijetu internetske komunikacije. Komunikacijsko ponašanje Ong (2002: 6–7) objašnjava kao kombinaciju govorenog i pisanog jezika, tj. transformaciju verbalnih izraza uz pomoć elektronike. U kontekstu interneta, ono mijenja svoju izvornu funkciju poprimajući nove značajke koje nisu vidljive u drugim vrstama kontakta (isto).

Tema jezika koji se koristi na internetu često se svodi na pravopis, što je naravno, pojednostavljeno ove problematike, kao i razmatranje posebnosti internetskog pisma isključivo kroz prizmu pravopisnih grešaka (Panek, 2016).

3. Komunikacija u virtualnom prostoru

Komunikacija u virtualnom prostoru zahtijeva maksimalno pojednostavljenje poruke što uvelike utječe na kvalitetu jezika te dolazi do raspada jezičnih jedinica, fragmentiranosti i neposrednosti društvene stvarnosti kojom dominiraju znakovi, iluzije i brzina prijenosa informacija (Grabias, 2019: 92). Jezik koji se upotrebljava na internetu jednak je razgovornom jeziku, zbog čega dolazi do promjena karaktera govorenog i pisanog jezika (Grzenia, 2006: 326). Razgovorni jezik je govorna varijanta općeg jezika. On služi kao sredstvo komunikacije o temama koje su svima zajedničke, tj. koje se odnose na svakodnevne aktivnosti. Po gramatičkom ustrojstvu prilično je ujednačen i rječnički oskudan, univerzalnog je karaktera, stoga je prigodan za sve (prosječne) članove društva (Golus, 2006). U govornom jeziku nema pauze između reprodukcije/slanja i primanja poruke, razgovor je brz i spontan, onemogućuje planiranje unaprijed te se koriste fleksibilnije jezične strukture. Pisani je jezik, s druge strane, stabilniji od govornog, zahtijeva pauzu između reprodukcije i prijema, te su rečenice bolje organizirane jer pošiljatelj ima više vremena za planiranje rečenične strukture.

„Govoreni iskaz obilježava dinamičnost, spontanost te fragmentiranost jezičnih struktura kao rezultat niskog stupnja planiranja i visokoga stupnja interakcije. Pisani iskaz, s druge strane, obilježava visok stupanj planiranja i nizak stupanj interakcije, pa u pisanim tekstovima iščitavamo statičnost, trajnost i neutralnost a znakovi pripremljenosti su poštivanje gramatike i pravopisa leksičko bogatstvo i semantičko nijansiranje.“ (Stolac, 2021: 93)

U kontekstu jezika interneta često se pojavljuje koncept hibrida govora i pisma, jer ima obilježja i govornog i pisanog jezika (Szczepaniak, 2020). Prema definiciji Laboche (2004: 8) jezik interneta je pisani jezik koji se sastoji od tekstova „koji pod oblikom grafičkih znakova skrivaju govornu strukturu“. U internetskim tekstovima jasan je utjecaj govorenoga iskaza, njegova niskog stupnja planiranja i visoke interakcije, što su omogućile upravo nove tehnologije (Stolac, 2021). Razlog hibridnosti ove jezične varijante, prema Szczepaniak (2020), leži u njezinoj dvojnosti – to je oblik ležernog ćaskanja koji se vodi u neslužbenoj situaciji, odnosno žanr vezan uz razgovorni jezik, ali u tu svrhu koristi se pismo, što također utječe na njegovu formu.

Laboche (2004: 8) opisuje dvije kategorije tekstova za koje smatra da su napisani:

„Prvi su grafička registriranja izgovorenih iskaza – spontanih i opreznih, koji su nastali u činovima komunikacije. Drugi je pisana registracija retoričke izjave koja se tek treba pojaviti u budućem govornom činu.“

Online tekstovi ne pripadaju niti jednoj od ovih kategorija. Iako mogu biti zapis izgovorene izjave (što je omogućeno programima za snimanje govora) ili pak pročitani tekstovi (npr. pomoću programa koji čitaju web stranice namijenjene slijepim osobama), to nije glavni način njihovog stvaranja ili primanja, što je dokazano, između ostalog, i neizgovorljivošću nekih od često korištenih kratica (Szczepaniak, 2020).

Internetska komunikacija razlikuje se od ostalih vrsta medijske komunikacije po tome što se jedna vrsta objave često nadopunjuje drugom, tj. video publikacija je dopunjena tekstem, a tekstualna objava slikom ili zvukom (Grzenia, 2006: 327). Procesi obilježavanja govora i usmenog pisanja uključuju kombiniranje karakterističnih značajki pisma i govora, npr. pismenost postaje interaktivna, a anonimnost postaje dio razgovora (Smerecka, 2023). Druga razlika je u tome što isti korisnik može biti pošiljalac u jednom trenutku i primatelj u drugom trenutku, a obje uloge su iste. Treća je značajka koju ističe Grzenia (2006: 328) da pošiljalac ili autor može biti svatko tko ima pristup internetu, dok je u tradicionalnim medijima to obično novinar ili druga osoba s određenim ovlastima.

Zbog njegove interaktivne strukture, najzastupljeniji oblik komunikacije na internetu je dijalog.

Mukarowsky (kako navodi Golus, 2006) razlikuje tri vrste dijaloga:

1. Osobni dijalog – radi se o osobnoj/privatnoj komunikaciji u kojoj se na poseban način pojavljuju emocionalni elementi.
2. Situacijski dijalog – naglasak je na odnosu među govornicima i predmetnoj situaciji, bitna je tema dijaloga te različiti načini na koje prodiere u njega.
3. Razgovor – slobodan dijalog koji je neovisan o vanjskim radnjama, kao i emocionalne uključenosti sugovornika.

Ožóg (2001) ističe kako su predstavljene tri vrste dijaloga ekstremni polovi, između kojih postoje mnogi srednji i prijelazni tipovi, npr. „rasprava je posredni tip između razgovora i osobnog dijaloga, dok se chat može smjestiti između situacijskog dijaloga i razgovora“. Smerecka (2023), s druge strane, ističe kako dijalog na internetu poprima oblik teleloga jer „pošiljalac na daljinu komunicira s više ljudi istovremeno ili se mnogi pošiljalci obraćaju jednom primatelju u isto vrijeme“. Stoga je elektronički diskurs definiran kao

„dvosmjerni tekst koji nastaje kada jedna osoba tipka na tipkovnici jezični iskaz koji se pojavljuje na ekranu primatelja, koji odgovara pomoću tipkovnice. Primatelj može biti pojedinac ili grupa primatelja bilo koje veličine. (...) Koncept elektroničkog diskursa fokusira se na to kako pojedinci koriste jezik za razmjenu ideja, a ne na sam medij ili komunikacijski

kanal koji se koristi za prijenos i primanje njihovih poruka“ (Davis, Brewer 1997: 1–2; prema Maryl, 2015: 203)

Ovakav način komuniciranja razlikuje se od dosad poznatih tiskanih oblika po tome što je dublje uklopljen u kontekst i usmjeren na izravnu reakciju primatelja (Maryl, 2015: 203).

Komunikacija na internetu lišena je velikog broja neverbalnih elemenata koji prate izravnu komunikaciju, kao što su geste, pogled, izgled i sl. Međutim, ograničenost izražavanja nelingvističkih elemenata koja se javlja u skupini izravnih kontakata, karakterističnih za usmenu komunikaciju, potaknula je korisnike na stvaranje mogućnosti zahvaljujući kojima se prenosi i neverbalna strana poruke (Golus, 2006). Panek (2016) ističe kako jezik na internetu često poprima iznenađujuće oblike. Razgovori su vrlo spontani, te se koriste različite metode za brži prijenos poruka. Do toga dolazi upravo zbog njegovih karakterističnih značajki kao što su ekonomičnost, specijalizacija, stilizacija i stvaranje određene vrste slenga koji naglašava pripadnost određenoj skupini (Ong, 2002: 172–173). Ekonomičnost ovog jezika sadržana je u nekorištenju interpunkcijskih znakova i „poljskih“ slova te u korištenju određenih elemenata specifičnih za internetsku komunikaciju, koji uključuju, emotikone, kratice i akronime (Panek, 2016). Osim što štede, emotikoni također, u većoj ili manjoj mjeri, omogućuju signaliziranje i izražavanje onoga što je neverbalno. Imaju ekspresivnu funkciju jer je osnovna zadaća ovih znakova izražavanje osjećaja koji prate razgovor unutar instant poruka (Golus, 2006). Specijalizacija označava korištenje tehničke terminologije, uključujući izraze na engleskom jeziku koji se odnose na računalo, dok se stilizacija odnosi na stilizaciju poljskog jezika u engleski i obratno (Panek, 2016). Online komunikacija, napominje Golus (2006), ima ogromnu „moć“ jer uspijeva utjecati na nacionalni jezik, dok korisnici, te promjene, brzo prihvaćaju. Kako bi ubrzali i pojednostavili komunikaciju, korisnici interneta nastoje „štedjeti“ jezik te ga transformiraju metodom redukcije (ispuštanje glagola unutar frazeološke cjeline), supstitucije (zamjena postojeće frazemske sastavnice novom) i kontaminacije (kombinacija dviju različitih frazeoloških jedinica) (Panek, 2016). Neke od određenih značajki internetskog jezika su dijalog, spontanost, kolokvijalnost, situativnost, multimedijativnost, hipertekst, hijerarhija, automatizacija, dinamičnost, doseg i trajnost. Ove specifičnosti internetske komunikacije uvelike utječu na kvalitetu jezika (isto).

3.1. Jezične osobitosti internetske komunikacije

Jezik interneta, prema Szczepaniak (2020), varijabilniji je od pisanog jezika, ali manje od govornog jezika. Međutim, vrijedi napomenuti da zapis poljskog jezika na internetu često nije u skladu s normama pisanog ili govornog poljskog jezika. Govorni jezik sadrži prozodijske elemente koje je teško zamijeniti pisanim znakovima, kao što su naglasak ili/i akcent, ritam, intonacija te varijacije u brzini i glasnoći govora, a jedini grafički znakovi u pisanom jeziku interneta koji imaju prozodijska svojstva su upitnici i uskličnici. Kako bi se olakšala komunikacija i razumijevanje poruka poslanih na internetu, jezik koji se upotrebljava usvaja određene konvencije (Szczepaniak, 2020).

U internetskoj komunikaciji postoji velik broj različitih ortografskih jezičnih posebnosti koje internetski tekst razlikuju od drugih pisanih tekstova (Panek, 2016). Te osobitosti uključuju upotrebu više interpunkcijskih znakova, gomilanje istih slova, pisanje cijelih izraza velikim slovima, nekorištenje velikih slova u skladu s pravopisnim pravilima ili nedostatak dosljednosti u njihovoj upotrebi, nestandardna upotreba razmaka, upotreba zvjezdica (*), izražavanje neverbalnih reakcija, korištenje grafičkih elemenata poput ikona i emotikona, vizualno-verbalne igre riječi, oblici koji kombiniraju tekst i grafiku i dr. (isto). Najčešće leksičke pojave na internetu su uporaba neformalnih i kolokvijalnih izraza, vulgarizama, deminutiva i ekspresivnih izraza. Učestalo korištenje vulgarizama, deminutiva i ekspresivnih izraza korisnicima olakšavaju izražavanje emocija, a kolokvijalni i neformalni izrazi omogućuju izražavanje korisnikove pripadnosti skupini za koju je karakteristična upotreba izraza takvog tipa (Zabawa, 2014). Stoga se internetska komunikacija ističe svojom polisemiotskom prirodom, odnosno mnoštvom različitih znakova (isto).

„Nove vrijednosti koje proizlaze iz dominantne uloge interneta kao globalnog prostora reflektiraju se u jeziku koji mladi koriste na društvenim mrežama“ (Redli, 2018: 175). Svaki novi element u jeziku ili tekstu smatra se jezičnom inovacijom. Kalicka-Karpowicz (2014) jezične inovacije definira kao svaki novi fenomen povezan s tekstom, normom, uporabom jezika, fleksijom, tvorbom ili značenjem riječi. Jezične inovacije ulaze u strukturu jezika uglavnom na razini ortografije i leksema, dok su gramatičke varijacije rjeđe i uglavnom ograničene na određenu situaciju ili grupu korisnika (Redli, 2018).

3.1.1. Skraćenice

Nastanak velikog broja skraćenica na internetu uzrokovan je sve bržom izmjenom poruka između korisnika. Naglasak je na kratkim jasnim i sadržanim porukama u cilju brzog i točnog prijenosa informacije. Novonastale skraćenice karakteristične za korisnike interneta, počele su pronalaziti i svoje mjesto u svakodnevnom govoru (Grzenia, 2006: 339). Najčešći oblici skraćenica nastali su odsijecanjem uglavnom završnih slogova riječi ili izraza (isto), npr. *cze* (cześć), *nara* (na razie), *pzdr* i *pozdro* (pozdrowienia), *spoko* (spokojnie), *siema* (jak się masz) i dr.

Akronimi se odnose na zapis skraćenice određenih izraza velikim slovima, (Grzenia, 2006: 339), npr. *MBSZ* (moim bardzo skromnym zdaniem), *NTG* (nie ta grupa), *ZTCW* (z tego, co wiem), *RIGCZ* (rozum i godność człowieka) i sl.

3.1.2. Neuporaba „poljskih“ slova

Takozvanim „poljskim“ znakovima nazivaju se slova tipična za poljsku ortografiju: *q, ć, ę, ł, ń, ó, ś, ź, ż* (Grzenia, 2006: 335). Ova se slova ne nalaze na standardnoj tipkovnici te ih se, uglavnom, unosi kombinacijom dviju različitih tipki. Postupak „otključavanja“ ovih znakova mladim korisnicima predstavlja dodatan korak u tipkanju što oni, radi bržeg prijenosa informacije, pokušavaju izbjeći. Iako je poljski jezik „nemoguće“ zapisati bez upotrebe „poljskih“ slova, često se viđaju zapisi poput: *moj/muj* (mój), *siem* (się), *tesz* (też) i dr.

3.1.3. Nedosljednost upotrebe interpunkcijskih znakova

U internetskoj komunikaciji česta je nepravilna upotreba interpunkcijskih znakova. Točka, zarez i povlaka uglavnom se zaboravljaju, a kad se koriste, njihova je upotreba netipična i većinom u kreativne svrhe (Grzenia, 2006: 334–335).

Upotrebom više interpunkcijskih znakova odnosno njihovim gomilanjem, kompenzira se neverbalna poruka koja izražava emocije ili trenutno stanje pošiljatelja (Grzenia, 2006: 332), npr. „*I to przed obiadem!!!!!!*“, „*Co to znaczy?????*“. Ovakav zapis posljedica je ponovljivosti računalne tipkovnice te korištenje ovog postupka ukazuje na izražavanje snažnih emocija od strane pošiljatelja koje se izražavaju motorički, pomoću tipkovnice (Panek, 2016).

Takozvana *kropka nienawiści*, internetski je trend u kojem uloga točke nije označavanje kraja izjavne rečenice već naglašavanje emocije (Naruszewicz-Duchlińska, 2019: 14). U poruci *nie* naglašava se ozbiljnost izraza te se izražava pošiljateljeva ljutnja, dok je poruka *nie* čisto izražavanje negacije (isto).

3.1.4. Nedosljednost upotrebe velikih i malih slova

U internetskom diskursu uglavnom prevladava upotreba malih slova. Većina izjava započinje malim slovom osim ako korisnik nema u postavkama uključenu automatsku pretvorbu početnog slova u veliko. To je rezultat, ne samo korisnikove lijenosti i nemara već i brzine pisanja, odnosno težnje ka što bržem prijenosu informacija.

Jedna od posebnosti internetskog izričaja je upotreba samo velikih slova prilikom pisanja, npr. „LUBIEŃ BÓB“, „TATA ZOSTAŁ KRÓLEM EUROPY“ ili „TO NIE JEST TA SAMA KROMKA!!!“ Ovakav zapis označava krik čime se iskazuju emocije ljutnje ili usklika (Grzenia, 2006: 332).

Jedan od fenomena korisnika interneta je kombiniranje velikih i malih slova, npr. *DdZoIbErNy* (dzien dobry). Funkcija ovakvog zapisa je svojevrsna igra riječi ili umetanje skrivene poruke unutar napisane fraze (Grzenia, 2006: 334). Primjerice, korisnici interneta često koriste konstrukcije poput „*SyneŁ maDki i tatela*“ ili „*MaDka tež...*“.

3.1.5. Upotreba posebnih znakova

Posebni znakovi (*, <>, „, #...) upotrebljavaju se radi povezivanja teksta s grafikom. Umeću se unutar zapisanog teksta u svrhu skrivanja poruke ili se koriste kao zamjena za emotikone npr. :), :O, :* , =D, =P, B), <3 i sl. (Grzenia, 2006: 333–334). Znak zvjezdice najčešće se upotrebljava kao cenzura, npr. „*Zupełnie nie wiem co ty pier***izs*“, „*o co ty ku**a mówisz?*“. Upotreba znaka ljestve pod nazivom hashtag je sve češća od pojave društvenih mreža kao što su Facebook, Twitter i Instagram. Hashtagovi predstavljaju ključne riječi koje se koriste za opisivanje značajki ili teme članka kako bi se privukla pozornost čitatelja. Hashtagovi služe kao hiperveza, kada korisnik klikne na određeni hashtag, poveznica ga vodi na stranicu s drugim objavama koje su označene istim hashtagom. U najpopularnije hashtagove u Poljskoj Naruszewicz-Duchlińska (2019: 24–25) ubraja #nicmiseniechce, #typowo, #nologic i dr.

3.2. Netspeak

Kompjutorizacija² kulture čini transkodiranje primjenjivim na gotovo svim kulturnim aspektima, oni se pretvaraju na razini jezika ili na razini značenja, ili oboje, u takve koncepte ili kategorije koji dolaze iz računalne ontologije, epistemologije i pragmatike (Dejica i sur., 2016: 193). Primjerice, diskurs internetske komunikacije ponekad se naziva netspeak, po uzoru na novogovor – Newspeak. Prema Crystal (u Balenović, 2021), netspeak je materinski jezik digitalnih domorodaca – jezik interneta ili mrežni jezik. Netspeak je izražen kao skup kratica i izraza koje ljudi koriste kada komuniciraju na internetu (Longman Dictionary of Contemporary English Online, bez. dat.). Dejica i sur. (2016:193) karakteriziraju ga kao „pisani govor“ odnosno „kao da pošiljatelj piše govoreći“. Netspeak se razlikuje od jezika svakodnevne (klasične) pisane i usmene komunikacije jer „teži jednostavnosti i brzini, ne poštuje gramatička pravila i ortografske norme te, kao svojevrsni surogat komunikacije licem u lice, egzistira na granici između govornog i pisanog jezika“ (Redli, 2018). Urzędowska (2019) sugerira kako netspeak i njegova evolucija odražavaju napetost između stvarne prirode interneta i očekivanja njegovih korisnika. No, ono što je najzanimljivije, određena je korelacija između ovih dviju strana – po svojim formalnim svojstvima on je pisani jezik, ali s obzirom na sažetost, kratkoću, promjenjivost i brz oblik stvaranja daje dojam da se govori (isto).

„Ove osobine netspeaka utjecale su na pojavu danas sve češćih i snažnijih stavova o negativnom utjecaju interneta na jezik, koji za posljedicu ima siromašenje jezika, nepoštovanje ili nepoznavanje jezičkih pravila i kršenje standarda. S druge strane, ima i onih koji njegov utjecaj ne smatraju nužno negativnim, već u njemu vide potencijal za uvođenje inovacija i novih načina izražavanja.“ (Redli, 2018: 173)

Što se tiče jezika na internetu, postoji pomak od linearnog načina izražavanja misli u korist slikovitog mišljenja pomoću zvukova, boja i brojeva (Grabias, 2019: 17). Prema Panek (2016) samo modeliranjem jezičnih struktura i slobodnim protokom asocijacija je moguće izraziti se i tako istaknuti jezičnu posebnost. Zahvaljujući vizualizaciji verbalni jezik postaje važan element audiovizualne kulture. Time nestaje suprotnost između jezika i slike, jer je jezik sadržan u slici (isto). Jezik koji se koristi u novim medijima podložan je nepovoljnom procesu

² (prema kompjuator), uvođenje elektron. računala (kompjuatora) za obavljanje poslova (računskih, pismenih, grafičkih) u različitim djelatnostima. (*kompjutorizacija*. Hrvatska enciklopedija)

napuštanja logosfere (grč. *lógos* – riječ i *sphaíra* – okolina) u korist ikonofere (grč. *eikón* – slika) (isto). Internet, dakle, omogućuje kreativno oblikovanje jezika.

Veliku ulogu u stvaranju *netspika* imaju društvene mreže kao što su Facebook, Instagram i Twitter/X, koji su nekad korisničke objave ograničavali na najviše 140 znakova (Redli, 2018). Iako je danas ovo ograničenje prošireno (Facebook – 63,206 znakova, Instagram – 2,200 znakova, Twitter/X – 280 znakova) (Murray, 2023) korisnici prilikom pisanja objava nastavljaju „štedjeti“ na vremenu i prostoru, stoga prilagođavajući jezik takvim potrebama on polako izlazi iz okvira standardnog jezika (Redli, 2018).

Postoje mnogi elementi svojstveni internetskom jeziku kao što su akronimi, poljski pidgin, emotikoni, memeovi, upotreba velikih slova, hashtagovi itd. Rječnik koji stvara internetsko okruženje i koji koristi većina njegovih skupina, neovisno o mjestu internetske aktivnosti, uključuje i specifične online verbalno-grafičke i verbalne oblike. Jezik interneta sadrži karakteristične značajke koje ga čine drugačijim od tradicionalnog govorenog jezika. Te se značajke primjećuju proučavanjem zapisa online komunikacije, a posljedica su njihovog elektroničkog, globalnog i interaktivnog karaktera (Urzędowska, 2019). Riječ je o kodu koji se sastoji od jednostavnijeg ili modificiranog sricanja riječi kako bi se izbjeglo gubljenje vremena na tipkanje poruke (Wileczek, 2021), pri čemu se gramatika i interpunkcija u potpunosti zanemaruju.

3.2.1. *Hack mowa*

Jedna od posebnosti jezika kojim se koriste korisnici interneta je leetspeak tj. *hack mowa*. To je vrsta kripto teksta koji se sastoji od transliteriranih znakova (Wileczek, 2021). Uključuje korištenje brojeva i drugih znakova na tipkovnici računala u kojima se koristi njihova sličnost sa znakovima abecede. U nekim situacijama ovog govora, broj se koristi kao zamjena za slovo, primjerice: *p015kA* (polska), *j3d3N* (jeden) ili *|<0(h4m Ci3* (kocham cię), dok u drugim situacijama broj zamjenjuje dio riječi kojemu je zvučno sličan ili isti, npr.: *3maj sie* (trzymaj sie). Ovakva upotreba kreativnih pravopisnih pogrešaka i riječi izvedenih iz ASCII-a³ je način na koji korisnik računala pokušava pokazati pripadnost hakerskoj kulturi. Pojava pisma *hack*

³ ASCII (akronim od engl. American Standard Code for Information Interchange), američki normirani kod za razmjenu informacija, način kodiranja kojim se slovima, brojkama, interpunkcijskim znakovima te nekim grafičkim simbolima dodjeljuju brožane vrijednosti. (*ASCII*, Hrvatska enciklopedija)

mowe uzrokovana je pokušajima izbjegavanja cenzure koju nameću pružatelji mrežnih usluga. Kao i većina žargona, leetspeak kontinuirano se razvija, prilagođavajući se cenzurnim filterima.

Jedna od najosnovnijih značajki ovog govora je česta upotreba akronima, npr.: *AFK* (engl. Away From Keyboard) ili *ZW* (Zaraz Wracam). Često se upotrebljavaju i različita kodna imena tj. fonetski akronimi kao što su: *2B* – engl. *to bee* (być), *UR* – engl. *you are* (jesteš), *W8* – engl. *wait* (zaczekaj), *4GET* – engl. *forget* (zapomnij) isl. (Panek, 2016).

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	
4	8	(3	=	6	-	1	_	x	1	44	\<	0	*	0_	2	5	7	_	\<	\<	%	j	2	
e	3	<	[£] =	9	#	1	_	<	7	/\	/\	(o	0,	2	\$	+	(_)	√	vv	><	^	≥	
/-	6	¢	ø	&	}	&]-[x	_	\<	/\	oh	o	(,)	/2	z	- -	y3w	\<	'//	ж	^	~/_	
/\	13	{)	€	ph	(_+	[-]	eye	z	{	£	em		[>	<	12	\$	1	M		\<	}	{	-/	%
^	3	©	I>	[-	(=	C-)-(3y3	</	z		v			"	cue	^	es	'	'		\<	ecks	'	/	3
aye	ß	sea	>	ø	∫	gee	(-)	ai	_	_		IYI	\<	Ω	?	9	~			[_]		(n)	*	φ	7_	
ø	3	see	0		∫	jee	:-:	i	j	_	1J	IYI	<>		9	¶	1z		_	_	_	\X/	*	φ		
ci			ø		(Y,	{	{			_		[V]	{\}		[]D	ø		_	_	_	_	_	_	_	λ	
λ		cl			cj	j-}	{-			_		^^	//		7		2		_	_	_	_	_	_	λ	
z					aych					_		nn	⊖		q		[z		_	_	_	_	_	_	λ	
										_		//\	/\	[1\	b		2		_	_	_	_	_	_	λ	
										_		(v)	\<	¶	¶	12		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		(\)	~	⊖	¶	¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		/		D		¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		/				¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		..				¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		/^^				¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		/v\				¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		^^				¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	
										_		AA				¶		_	_	_	_	_	_	_	λ	

Slika 1. Hack mowa – kodovi pisanja

Izvor: mrežna stranica, Jezyk w praktyce⁴

Ovaj računalni jezik nekad je bio rezerviran za hakere, krekere i script kiddiese, a danas se uglavnom koristi za ismijavanje početnika, kolokvijalno poznatih i kao *n00bs* (engl. noob, polj. osoba początkująca, niedoświadczona), ili pridošlice, na web stranicama ili u igračkim zajednicama. Neki korisnici smatraju da emotikoni i ASCII umjetnost (izv. engl. ASCII art), poput smajlića spadaju u kategoriju leetspeaka, dok drugi tvrde da se on sastoji samo od simboličke enkripcije riječi. Govornici ovog jezika tvrde kako je leetspeak brz i jednostavan način sporazumijevanja. Međutim, za „autsajdera”, leetspeak nije nimalo jednostavan. U ovoj su jezičnoj igri na specifičan način organizirani jezični elementi različitih razina i jezika iz čega je vidljiva mladenačka nonšalantnost u pisanju i kombiniranju jezičnih posuđenica s izvornim leksičkim elementima (Wileczek, 2021).

⁴ Jezyk w praktyce. Pristupljeno 23.04.2024. s <https://lingwistykapraktyczna.wordpress.com/2017/06/21/hack-mowa-czym-jest/>

3.2.2. *Pokemonizam*

Trend sličan *hack mowi* je *pokemoniaste pismo* ili *język pokemonowy*. Pokemonizam je koncept koji definira neografski oblik pisma razvijen i isključivo prisutan na poljskom internetu u prvom desetljeću 21. stoljeća. Korisnici interneta tretiraju ga i kao oznaku kulturnog identiteta i kao praktičnu kriptografsku tehniku (Wileczek, 2022). Zajac (prema Wileczek, 2021) etimologiju pojma pokemonastog pisma povezuje s japanskim crtanim animeom zvanim Pokémon⁵, čiji stil karakterizira jednostavna forma i dominantna ekspresivna funkcija. Ovaj jezik poznat je po nasumičnoj upotrebi velikih i malih slova, npr. *PoKeMoN*. Česta je upotreba tipke Shift, zbog čega je Pokemon skripta poznata kao i „Shift neuroza“ ili „Shift palpitacija“ (što je povezano s legendom o tzv. „Pokemon epilepsiji“, za koju se govorilo da je uzrokovana gledanjem spomenute japanske serije kod djece) (Wileczek, 2022).

Uz karakterističnu upotrebu velikih i malih slova pokemonizam se u velikoj mjeri odnosi na specifičan način zapisa engleskih posuđenica u poljskom jeziku i standardni je dio kolokvijalnog jezika (Naruszewicz-Duchlińska, 2019: 14).

Neke od značajki ove jezične devijacije su:

- 1) polonizacija engleskih riječi – *slit* (engl. sweet), *laj* (engl. why), *mejwen* (engl. maven, polj. ekspert, znawca), *cziter* (engl. cheater, polj. oszustwo), *kampić* (engl. camp, polj. czaić się), *moodzik* (engl. mood, polj. nastrój, atmosfera), *lofki* (engl. love, polj. serdeczności)
- 2) fonetsko bilježenje engleskih riječi, fraza i izraza – *si ju* (engl. see you – vidimo se), *rili* (engl. realy – stvarno)
- 3) primjena pravopisnih pravila engleskog jezika na poljskom
 - a. „sh“ umjesto „sz“ – *wiesh* (wiesz), *tesh*
 - b. „ch“, „sch“ ili „tsh“ umjesto „cz“ – *z tshego* (z czego), *choojnoshtsch* (czujność), *bedziesh* (będziesz)
 - c. „oo“ umjesto „ó“ ili „u“ – *no problemoo hoomor*
 - d. „q“ umjesto „k“ ili „ku“ – *taq* (tak), *kotq* (kotku), *qra* (kura)
 - e. „x“ umjesto „ks“ – *xsiadz* (ksiądz), *xiazka* (książka) (Naruszewicz-Duchlińska, 2019: 22 – 23; Wieliczek, 2022).

⁵ Pokémon, u Japanu Pocket Monsters - japanska franšiza razvijena 1996., sastoji se od produkcija s izmišljenim stvorenjima koja se zovu Pokémoni. Riječ je prije svega o računalnim igricama i anime televizijskoj seriji emitiranoj od 1. travnja 1997. na TV Tokyo. (Poljska premijera serije održana je 4. rujna 2000.) (Wieliczek, 2022).

Korisnici pokemoniastog zapisa osmislili su vlastite kratice pr: *tb* – tobie, *cb* – ciebie, *sb* – sobie, ali i neke riječi koje ne postoje u poljskom leksiku poput: *szczery* (polj. śmieszny), *beka* (polj. śmieszna rzecz), *zajebiaszcze* (polj. fajne), *kować*, *lowciać*, *koffać* (polj. kochać) i dr. (Wieliczek, 2022)

3.2.3. *Młodomowa*

Młodomowa je izraz kojim se opisuje varijanta jezika koju koriste tinejdžeri u neformalnim situacijama, u kontaktima s vršnjacima (Wileczek, 2021). Termin *młodomowa* odnosi se na mlado, dinamično društvo koje se fokusira na modernost i napredak. Mlađe generacije osjetljive su na nove trendove, tehnologije, kulture i načine razmišljanja. Obično su vrlo aktivni na društvenim mrežama, uključeni u razne društvene i kulturne aktivnosti te su otvoreni za promjene i inovacije. Stoga se *młodomowa* definira kao društvena varijanta jezika i komunikacijski stil kojim se ostvaruje kolokvijalna (neslužbena) komunikacija (isto).

Opseg pojma *młodomowa* Wileczek (2021) određuje na dvije razine: deskriptivnoj (znanstvenoj i kulturnoj) i pragmatičkoj (mišljenja korisnika prirodnog jezika). *Młodomowa*, kao sociolingvistički koncept prilagođen komunikacijskim potrebama mladih, odlikuje se specifičnim leksikom, zbog čega se često opisuje kao „leksički resurs“ poljskog jezika mladih (Grabias, 2019: 114; Wileczek, 2021).

Razmatrajući vokabular tj. leksik mladih postoje uobičajene leksičke strukture, riječi s poznatim ili modificiranim značenjima te zasebne riječi i posuđenice (Preis-Buczowska i Górska 2016: 131–148; prema Wileczek, 2021). Leksička struktura nalikuje palimpsestu koji ogoljuje najnoviji jezični sloj u skladu s aktualnom komunikacijskom modom, ali istovremeno ne poništava starije lekseme koji uglavnom bivaju pejorizirani ili meliorizirani (isto).

Piotriwicz i Witaszek-Samborska u radu *Młodzieżowe słowa roku (2016 – 2018) w polszczyźnie* (2021) ističu nekoliko internetskih fraza i riječi vrlo popularnih na Facebooku, koje se danas koriste u svakodnevnom govoru. Najistaknutiji su: leksem *sztos* (polj. coś fajnego, niesamowitego), tvorenice glagola *ogarnąć/ogarniać* (polj. zorganizować coś, załatwić, poradzić sobie z czymś, zrozumieć, przeczytać) i *ogarnąć się/ogarniać się* (polj. poradzić sobie z problemami, niewiedzą, zorganizować sobie coś, co wymaga zorganizowania), leksem *ogar* (polj. stan ogarnięcia się, poczucie kontroli nad własnymi sprawami), te *nieogar I* (polj. stan nieogarnięcia (się); poczucie braku kontroli nad swoimi

spravami) i *nieogar 2* (polj. ktoś, kto nie ogarnia, jest nieogarnięty) (Piotrowicz i Witaszek-Samborska, 2021). Učestali su izrazi poput *beka* (polj. śmiech, smieszna situacija) i *masakra* (polj. coś strasznego), kao i pozdravi *gitara* i *siema* (isto). Wileczek (2021) popisu mladenačkih izraza u svakodnevnoj upotrebi dodaje lekseme *dzban, fest, git/gituwa, guest, cebula/cebulak i kozak*. Leksemi *beka* i *masakra* upotrebljavaju se kao tvorbene osnove te je česta njihova uporaba u pridjevnim i komparativnim oblicima npr.: *beczka, bekowy, masakracja, masakryczny* i sl. (Piotrowicz i Witaszek-Samborska, 2021)

Istraživanja koncepta *młodomowe* uglavnom se odnose na analize inovacija ove jezične varijante u kojima je „matrica obično korpus novih jezičnih struktura korištenih u različitim kontekstima“ (Wileczek, 2021). Ovakve se analize u velikoj mjeri odnose na način života i kulturu suvremene mladeži, istovremeno ilustrirajući sklonost leksičkoj efemernosti te upućujući na modu i humor kao glavne motive jezičnog stvaralaštva (isto). Jedna od popularnijih istraživanja odnose se na izbor najbolje mladenačke riječi godine tj. *młodzieżowe słowo roku* (nck.pl <https://www.nck.pl/aktualnosci/znamy-młodzieżowe-słowo-roku-2023->).

Tablica 1. *Młodomowa* – słowniczek języka młodzieży
Izvor: nadwyraz.com⁶,

IZRAZ	POLJSKO TUMAČENJE	HRVATSKI PRIJEVOD
Atencjusz/atencjuszka	osoba poszukująca ciągłej uwagi	osoba koja stalno traži pažnju
Banger	świetny, rytmiczny utwór muzyczny	odlična, ritmična glazba
Chad	oznacza młodego umięśnionego mężczyznę o atrakcyjnym wyglądzie, który ma powodzenie u kobiet i wykorzystuje tę sytuację	označava mladog, mišićavog muškarca atraktivnog izgleda koji je uspješan kod žena i iskoristava tu situaciju
Czilera	relaks	opuštanje
Dymy	neosemantyzm oznaczający awanturę, zamieszanie	neosemantizam u značenju svađa, zabuna
Edgy	awangardowy, alternatywny w pretensjonalny sposób	awangardan, alternativan na pretenciozan način
Eluwina	forma powitania pochodząca od elo	oblik pozdrava izveden od elo
Essa	1. okrzyk zadowolenia 2. coś, co było łatwe do zrobienia	1. krik oduševljenja 2. nešto što je bilo lako učiniti
Gównoburza	(engl. shitstorm) zamieszanie, internetowa awantura z błahego powodu	zabuna, internetska svađa iz trivijalnog razloga
Gurl	angielskie slangowe określenie dziewczyny	Engleski sleng za djevojku
Hotówa/hotuwa	ładna dziewczyna	lijepa djevojka
Huncwot	łobuz, urwis	hulja, fakin, mangup
Imagine	wyobrażać sobie coś, chcieć	zamisliti nešto, poželjeti nešto.

⁶ Pristupljeno 19. 06. 2024. <https://nadwyraz.com/blog-raport-15-najpopularniejszych-slow-młodzieżowych-w-internecie-w-2022>

Inba	1. impreza 2. określenie wydarzenia, które wywołuje negatywne emocje	1. zabava 2. opis događaja koji izaziva negativne emocije
Jesieniara	miłośniczka jesieni i spędzania czasu pod kocem, z filmem, książką, kubkiem kawy lub herbaty	ljubiteljica jeseni i druženja pod dekićom, uz film, knjigu, šalicu kave ili čaja
Koniara	dziewczyna pasjonująca się końmi	djevojka koju fasciniraju konji
Krindž/cringe	ženada	sramota /susramlje
Libki	(l.mn.) osoby o poglądach neoliberalnych, pracujące w korporacjach, mieszkające na podmiejskich osiedlach, oglądające TVN, czytające „Gazetę Wyborczą” i głosujące na partię PO, wrogowie socjalizmu – określenie ma wydźwięk pogardliwy, lekceważący	(mn.) ljudi neoliberalnih nazora, koji rade u korporacijama, žive u prigradskim stambenim naseljima, gledaju TVN, čitaju „Gazeta Wyborcza“ i glasaju za PO stranku, neprijatelji socijalizma – izraz ima prezirnu i omalovažavajuću konotaciju
Odklejka	osłabienie kontaktu z rzeczywistością, mówienie głupot	slabljenje kontakta sa stvarnošću, pričanje gluposti
Patusiarz	1. pogardliwe określenie osoby o niższym statusie społecznym, niedostosowanej społecznie, np. będącej w konflikcie z prawem, stosującej przemoc, niewykształconej, ubogiej, niepracującej, korzystającej z pomocy finansowej państwa, uzależnionej od alkoholu 2. określenie stosowane również wobec patoinfluencerów, np. osób kręcących patostreamy.	1. pogrdan naziv za osobu nižeg društvenog statusa, socijalno neprilagođenu, npr. u sukobu sa zakonom, nasilnu, neobrazovanu, siromašnu, nezaposlenu, koja prima novčanu pomoć od države ili je ovisna o alkoholu 2. izraz se također koristi za patoinfluencere, npr. ljude koji stvaraju patotokove.
Prawilny	osoba szanowana	poštovana osoba
Props/propsy	szacunek, poważanie	poštovanje, divljenje
Przegryw	osoba niezaradna, której nie wiedzie się w życiu, nieodnosząca żadnych sukcesów, nieudacznik	bespomoćna osoba koja nema uspjeha u životu, gubitnik
Rel	(engl. relatable) możliwy do powiązania z czymś, funkcjonuje jako samodzielny skrót umożliwiający szybką i puentującą reakcję komunikacyjną, jest przyjazne, gdyż tworzy atmosferę pozytywności przez oddawanie takich znaczeń jak: „zgadzam się z tobą”, „czuję tak samo”, „potwierdzam”, „racja” – jest bardzo popularne wśród młodzieży	koga je moguće povezati s čime, funkcionira kao neovisna kratica koja omogućuje brz i koncizan komunikacijski odgovor, prijateljski je jer stvara atmosferu pozitivnosti prenošeci značenja kao što su: „slažem se s tobom“, „suosjećam“, „potvrđujem“ – vrlo je popularan među mladima
Sigma	popularne określenie osoby niezależnej, pewnej siebie, podziwianej i odnoszącej sukcesy	popularan izraz za neovisnu, samouvjerenu, cijenjenu i uspješnu osobu
Sztos/sztosik	coś budzącego zachwyty	nešto što izaziva divljenje/oduševljenje
Śmieszkować	żartować, wygłupiać się, robić coś dla żartu	šaliti se, biti blesav, raditi nešto iz zabave
Urbex	(engl. urban exploration) zwiedzanie opuszczonych miejsc	(urbano istraživanje) posjećivanje napuštenih mjesta
Wysryw	wypowiedź niskich lotów, głupia lub bezsensowna	niskorazredna, glupa ili besmislena izjava
Zaorane/zaorany	wygrana w bitwie słownej, nokaut werbalny, zwycięstwo w polemice słownej, odebranie komuś argumentów	dobiti verbalnu bitku, verbalni nokaut, pobijediti u verbalnoj polemici, pobiti nečije argumente
Zodiakara	kobieta interesująca się ezoteryką, horoskopami i znakami zodiaku	žena koju zanima ezoterija, horoskop i horoskopski znakovi

4. Društvene mreže – novi komunikacijski kanal

Osnovna kategorija koja karakterizira internet kao medij je interaktivnost. Strykowski (prema Pietrzykowski, 2023) medije definira kao predmete, materijale i uređaje koji putem riječi, slike i zvukova prenose određene informacije (poruke) primateljima, te im omogućuju obavljanje specifičnih intelektualnih i ručnih aktivnosti. Njegovi korisnici selektivno stvaraju grupe suradničkih institucija ili rekreiraju različite društvene strukture, pritom imaju priliku utjecati na širenje sadržaja putem društvenih mreža kao što su Facebook, Twitter/X ili Instagram. Najvažniji koncepti društvenih mreža su interaktivnost i uključenost korisnika u dijeljenje podataka i sadržaja, kreiranje zajedničkih platformi, te potencijal inovativnog razvoja kroz razmjenu unutar online zajednica. Ovdje je moguća interakcija (komunikacija) dviju strana u različitim konfiguracijama: jedan prema jednom, jedan prema mnogima i mnogi prema jednom (Pietrzykowski, 2023). Kvaliteta i priroda te interakcije ovisi o logičkom sloju interneta, odnosno korištenim protokolima i softveru, ali i o fizičkom sloju koji definira propusnost za prijenos podataka (isto). Internet je specifičan medij jezične komunikacije, a zahvaljujući brzini, anonimnosti i lakoći prijenosa informacija, prednjači u odnosu na standardne interakcije među ljudima (Grabias, 2019: 35–36).

Vrijedno je obratiti pozornost na koncept društvenih medija i društvenih mreža. Iako se često tretiraju kao sinonimi, ovi pojmovi imaju različito značenje. Pojam *social media* prevodi se kao društveni mediji, čiji doseg nadilazi okvire tradicionalnog masovnog komuniciranja (Nowakowska, 2014). Sadržaj društvenih medija javno je dostupan, može biti podložan stalnim izmjenama, npr. kroz polemike i komentare, te pruža korisnicima mogućnost da ih sukreiraju. Kaplan i Haenlein (2010) definiraju društvene medije kao skupinu internetskih aplikacija koje se temelje na ideološkim i tehnološkim temeljima Weba 2.0 te omogućuju stvaranje i razmjenu sadržaja koji generiraju korisnici. Društveni mediji su stoga, zahvaljujući prilično opsežnom skupu komunikacijskih alata, mediji širokog spektra društvenih interakcija koji jasno nadilaze trenutnu društvenu komunikaciju (Nowakowska, 2014).

Kaznowski (2010) predlaže klasifikaciju društvenih medija prema funkciji koju obavljaju te razlikuje šest vrsta:

1. mediji koji se koriste za izražavanje mišljenja i stavova (npr. blogovi),
2. mediji namijenjeni dijeljenju i razmjeni sadržaja (npr. YouTube, Flick),
3. mediji usmjereni na zajedničko stvaranje i suradnju,

4. mediji koji se koriste za izgradnju i održavanje međuljudskih odnosa (npr. Facebook, Nasza Klasa),
5. mediji usmjereni na komunikaciju i raspravu (npr. forumi, chatovi, instant messengeri),
6. mediji usmjereni na aktualne informacije u vezi s vijestima (npr. web stranice s vijestima, prijenosi uživo, mikroblogovi, web stranice za upozorenja)

Drugu klasifikaciju predlažu Kaplan i Haenlein (2010), koristeći procese samopredstavljanja i samootkrivanja pošiljatelja. Na taj način razlikuju: blogove, kongresne zajednice (YouTube), društvene mreže (Facebook), virtualne svjetove igara (World of Warcraft), virtualne društvene svjetove (Second Life) i tzv. medijske projekte (Wikipedia) (isto). Stoga se može zaključiti da je internet postao samostalna platforma koja omogućuje niz komunikacijskih aktivnosti. Društvene mreže su najpopularniji globalni komunikacijski fenomen, Grbavac i Grbavac (2014) ih definiraju kao usluge zasnovane na Webu na kojima pojedinci kreiraju (polu)javne profile i u okviru tih sustava, artikuliraju listu drugih korisnika s kojima dijele povezanost.

„Na društvene mreže dolazimo kako bismo se zbližili, povezali i prijateljili s novim ljudima, kako bismo podijelili odnosno primili ili razmijenili razne informacije, jednostavno kako bismo komunicirali s ljudima na svaki mogući način (od chattanja/čavrljanja do razmjene slika i sl.)“
(Grbavac i Grbavac, 2014: 207)

Glavno obilježje svih društvenih mreža su univerzalna komunikacijska sredstva i tehnike, kao i zajednički interes koji drži grupe ljudi zajedno i samim time doprinose popularnosti svih društvenih mreža današnjice.

5. Komunikacijske varijacije u medijskom prostoru Facebooka

Facebook je interaktivno komunikacijsko okruženje čija je osnovna aktivnost kreiranje, komentiranje i filtriranje sadržaja. Facebook danas služi i kao web izvor s vijestima, a njegova je posebnost u tome što nastoji zadržati korisnikovu pozornost i potaknuti ga da slobodno izražava svoje mišljenje (Niepytalska-Osiecka, 2014). Korisnici Facebooka, ističe Forst (2017), imaju važnu ulogu u promociji događaja koji se odvijaju izvan mreže (izrada stranica posvećenih određenim događanjima ili pokretima, slanje pozivnica na događanja, dijeljenje informacija o novim događajima i sl.). Korisnici jedni drugima preporučuju sadržaj i tako dopiru do drugih mjesta na internetu. Posebnost ovog medija je u tome što korisnik ima priliku aktivno sudjelovati kako u pružanju informacija tako i u dijeljenju mišljenja (Urzędowska, 2019).

Facebook je prvotno bio namijenjen kao komunikacijski kanal na Sveučilištu Harvard, no brzo se počine koristiti diljem svijeta te postaje jednom od najpopularnijih društvenih mreža. Razvija se prilično dinamično, a s vremena na vrijeme, u sustavu se pojavljuju nove funkcije, nastojeći stvoriti alat koji će zadovoljiti sve potrebe korisnika mreže. Najvažniji alati uključuju: foto albume, blog, bilježnicu, adresar, listu prijatelja, grupe korisnika, blokiranje korisnika, internu poštu, vremensku traku (tj. dodavanje „životnih događaja”), mapu s mjestima koja je korisnik posjetio i dr. (Forst, 2017). Ovi alati koriste se u stvarnom vremenu te omogućuju visoku interaktivnost i trenutni odgovor.

Korisnici Facebooka pišu objave/postove (polj. *posty*) koje drugi korisnici imaju priliku *lajkati* i komentirati. Facebook objave se odnose na gotovo sav sadržaj objavljen na Facebooku u pisanom obliku, to može biti i postavljanje *statusa* (tj. trenutno „stanje uma” korisnika – unosom podataka o korisnikovom blagostanju, lijepljenjem linka omiljene glazbe, dodavanjem fotografije, čak i postavljanjem trenutnog bračnog statusa), objavljivanje sadržaja na službenim fan stranicama, unos podataka o događajima, kao i komentiranje drugih objava (Urzędowska, 2019). Prema *Rječniku poljskog jezika* Mieczysława Szymczaka (1978: 325) status je „pravni status; društveni položaj, položaj pojedinca u društvenoj skupini ili položaj skupine u široj zajednici”. Facebook ovoj riječi daje novo značenje, stoga se čini potrebnim modificirati već postojeće definicije za potrebe novih medija (Urzędowska, 2019).

Prema Hrvatskom jezičnom portalu komentar je:

„objašnjenje ili tumačenje nekog teksta, osvrt na neki tekst, događaj ili osobu (duhovit komentar; primjedba) ili tekst u kojem autor izražava svoje mišljenje, ocjenu o nekom

političkom, kulturnom, ekonomskom ili općenito društvenom događaju, kretanju, stanju, pojavi“ (*komentar*, Hrvatski jezični portal (www.hjp.hr)).

Szymczak (1978: 970) komentar definira kao bilješke uz tekst i književno djelo, tj. primjedbe, najčešće kritične, izrečene o nekome ili nečemu. Sukladno navedenim definicijama, komentari na Facebooku definiraju se kao uglavnom originalne, uvjerljive misli koje se odnose na glavnu temu o kojoj se komentira ili na prethodne komentare drugih korisnika (Urzędowska, 2019). Ślawska (prema Urzędowska, 2019) ističe kako je komentar korisnikovo mišljenje bez jasno označenog oblika, nedefiniranog ni volumenom ni tekстом.

U Facebook komentarima često se mogu pronaći spontani razgovori, koji nastaju kao produkt razmjene stava/mišljenja dva ili više korisnika na tematiku koja je navedena u objavi koja se komentira. Ovdje se prekoračuje određeni bonton, značajno se smanjuje distanca između korisnika koji se u velikom broju slučajeva ne poznaju, te se komunikacijska situacija pretvara u slobodnu raspravu između „prijatelja” (Urzędowska, 2019). Zahvaljujući funkciji „odgovori” unutar polja komentara, korisnik interneta može se izravno referirati na određeni komentar, što može biti i u obliku dužeg razgovora u obliku dijaloga ili poliloga, jer takva online razmjena mišljenja ostaje javna i svi zainteresirani korisnici joj se mogu pridružiti u bilo kojem trenutku (Akram, 2017, u Urzędowska, 2019). Javnost komentara, za neke korisnike Facebooka, poticaj je za pisanje kontroverznih, ponekad čak i uvredljivih i agresivnih izjava. Spontani razgovori u komentarima često imaju oblik izravnog „živog” razgovora, takvi komentari pobuđuju emocije, nekako evocirajući ekspresivnu prirodu sljedećih izjava.

Urzędowska (2019) opisuje komentar na Facebooku kao kvazižanr pri čemu ističe kako su njegove značajke određene komunikacijskim okruženjem, stoga definira njegove osnovne značajke: kolokvijalnost, ekspresivnost, novost, bezosjećajnost, eufemizam, vulgarnost, lokalnost, metaforičnost i stvaranje neologizama. Navedeni elementi sukladni su leksičko-stilističkim sredstvima koji iskazima daju originalan ton (Zdunkiewicz-Jedynak, 2006; prema Urzędowska, 2019). Stoga Urzędowska (2019) ističe originalnost kao glavnu karakteristiku Facebook komentara.

Otkako se Facebook počeo koristiti, posebice u poljskoj jezičnoj verziji (od 2008), primjećuje se razvoj posebnog jezika, specifičnog ne samo za internet, već ovaj konkretni mrežni prostor. Sadržaj, objave i komentari na Facebooku specifičnog su karaktera zbog brojnih čimbenika koji na njega utječu:

- 1) vrijeme postojanja određenog sadržaja može biti ograničeno – događa se da autori izbrišu svoje objave ili ih zbog netočnog ili neprikladnog sadržaja izbriše administracija određene stranice;
- 2) zahtijevanje trenutačne reakcije tj. povratne informacije – osobito kada autori objave od drugih korisnika traže hitnu pomoć, provjeru sadržaja ili savjet;
- 3) visoka emocionalnost, ekspresivnost i spontanost – kolokvijalnost govora (Urzędowska, 2019).

Zahvaljujući ovoj interaktivnoj formuli, jezik na Facebooku blizak je govornom poljskom. Način govora korisnika interneta odlikuje se osebnim emocionalnim karakterom, vidljivim posebice na leksičkoj razini, zato što korisnici vokabularom ne prenose samo informacije, već i svoje osjećaje, dojmove, doživljaje, a ujedno i ocjenjuju ono o čemu pišu. Kao rezultat toga, postaju vidljivi lapsusi, ispravci, mišljenja sadržana u jednoj rečenici, uzvici i raznorazne pogreške.

5.1. Tvorba riječi u komentarima na Facebooku

Korisnici Facebooka stvaraju svojevrzni jezični rječnik unutar leksikona cijelog interneta, koji je specifičan za ovu stranicu, ali istovremeno prožima i druga mjesta na internetu (Urzędowska, 2019). Riječ je o određenim riječima i izrazima, uglavnom iz engleskog „izvornog” Facebooka, koji su postali dijelom svakodnevnog govora (isto).

Facebook u svijetu broji mnogo različitih verzija svog naziva, najčešće se upotrebljavaju nazivi *fejsbuk* (napisano kako se izgovara) i njegova skraćena verzija *fejs*, koja u prijevodu znači hr. *lice*, polj. *twarz*. U poljskom se također koriste i deminutivi poput: *fejsik*, *fejsbuczek*, *fejsunio*, *fejsiu* i *Fejsek* ili izvedenice poput: *facebookowicz*, *fejsbukowicz*, *facebookowy*, *fejsbukowy*, *fejsbuczny* (Urzędowska, 2019). Često je upotrebljavan i akronim *FB* koji se nekad zapisuje kao *efbe*. Dok se ekspresivno koriste i njegove prijevodne inačice *twarzoksiążka*, *książkotwarz*, *mordoksięga*, *ryjoksięga*, *mordoksiąg* ili *ryjbuk* (isto).

Leksem tipičan za Facebook je *like*. U poljskoj jezičnoj inačici postoji i službeni glagolski naziv „*lubię to*“, što je doslovni prijevod s engleskog „*I like it*“ (hrv. „*sviđa mi se*“). Urzędowska (2019) ističe kako *lajk* postaje izraz neverbalnog jezika društvenih medija u izravnoj asocijaciji sa simbolom „palac gore”.

Riječi poput lajk, fejk i hejt svakodnevno se pojavljuju u ležernim razgovorima među korisnicima kolokvijalnog poljskog jezika. Primjerice: „*Fejkowe konta i hejt na zamówienie*“⁷, „*Wybory samorządowe 2024 w Radomiu. Na pierwszym planie hejterskie memy*“⁸, „*Chcesz delikatnie dać do zrozumienia znajomym, że nowy komentarzowo-lajkowy 'trend' jest żalony?*“⁹ i sl.

Promatrajući tvorbene obrasce Urzędowska (2019) ističe par zanimljivih Facebook tvorevina vezanih uz objave, kao što su:

- **shitpost** – „gówniany post“, objava ni o čemu, nebitna sadržaja, npr. „*Co to ma być, znowu jakiś shitpost!*“ (Urzędowska, 2019)
- **żalpost** – 1. objava u kojoj se tko žali, npr. „*Uwaga, będzie żalpost – znowu ukradli mi rower!*“ (isto) – 2. objava u kojoj tko koga žali, izražava neodobranje, prezir, npr. „*Dziewczyno, opanuj się, co za żalpost*“ (isto)
- **chwalipost/chwalpost** – objava u kojoj se tko hvali čim/kim, npr. „*Mamy nową trawkę na balkonie, wygląda pięknie! Jest chwalipost!*“ (isto)

Lajk se sve češće koristi kao tvorbena osnova, te dobivamo izraze poput *żebrołajk*, tj. *lajk wyżebrany/wymuszony, oddany nieco „na siłę*“ (hrv. prosjački/prisilni lajk, dan donekle „na silu“) (Urzędowska, 2019). *Żebrołajk* je pejorativan izraz koji se koristi kao odgovor na objave poput: „*1000 lajków, albo go upuszczę*“¹⁰ ili „*Zbieramy lajki dla Aleksa*“¹¹, izjave ovog tipa često su kritizirane, zbog čega se ispod njih u velikom broju nalaze *żebrołajki* (isto).

Govoreći o objavama na Facebooku, neizbježan je engleski izraz *bump* (hrv. udaranje, polj. uderzenie) koji se u ovom kontekstu podrazumijeva kao „podizanje“ (polj. podbicie/podniesienie) (Urzędowska, 2019). Riječ *bump* je akronim za izraz „bring up my post“ (hrv. podigni moju objavu na vrh). Koristi se kako bi se određena objava prikazala na vrhu stranice, što se postiže učestalim komentiranjem riječi *bump* te se na taj način povećava čitljivost objave i privlači pozornost drugih korisnika. U Poljskoj je ovaj akronim zaživio kao šaljiva tvorevina: *BUMP – Boże, unieś mu post* (isto).

⁷ Oko.press, pristupljeno: 24.04.2024. s <https://oko.press/fejkowe-konta-i-hejt-na-zamowienie-rynek-uslug-manipulacyjnych-kwitnie-takze-w-polsce>

⁸ Forsal.pl, pristupljeno: 24.04.2024. s <https://forsal.pl/kraj/polityka/artykuly/9489218,wybory-samorzadowe-2024-w-radomiu-na-pierwszym-planie-hejterskie-memy.html>

⁹ Facebook stranica „F5“, pristupljeno: 24.04.2024. s <https://www.facebook.com/fpic>

¹⁰ Polsatnews.pl, pristupljeno: 24.04.2024. s <https://www.polsatnews.pl/wiadomosc/2017-06-21/1000-lajkow-albo-go-upuszczę-2-lata-wiezienie-za-narazenie-zycia-dziecka/>

¹¹ Facebook stranica „Like za Like WYMIANA LAJKÓW !“, pristupljeno: 24.04.2024. s <https://www.facebook.com/groups/730976927048178/permalink/3188235951322251/>

5.2. Morfološka prilagodba i derivacija leksema *lajk*, *hejt* i *fejk*

Spajanje leksema *lajk*, *hejt* i *fejk* s odgovarajućim deklinacijskim obrascima, korisnicima interneta ne predstavlja probleme, ali njihov zapis u padežima ponekad izaziva poteškoće. U nominativu množine uglavnom se upotrebljavaju oblici: *lajki*, *fejki* i *hejty*. S druge strane, Niepytalska-Osiecka (2014) ističe kako jezično osvješteniji internetski korisnici uspijevaju, u skladu s pravilom, iza apostrofa priložiti deklinacijske nastavke, npr. instrumental množine *z tymi like'ami* te genitiv množine *dużo jest hate'ów*. Korisnici koji nisu dobro upoznati s gramatičkim pravilima upotrebljavaju zapise poput, *fejk-ów*, *like-ów*, *likeów*, *hateów*.

Ovi leksemi su grafički i flektivno prilagođeni poljskom flektivnom sustavu, čine tvorbene osnove i ustaljeni su u jeziku, stoga se tvorbe poput *lajkować* i *lajknąć*, *fejkować* ili *hejtować* i *hejcić* mogu tumačiti kao paradigmatički derivati izvedeni iz njihovih osnova, no Niepytalska-Osiecka (2014) izriče kako to nije točno tumačenje.

Do prave derivacije, ističe Niepytalska-Osiecka (2014), dolazi kada sufiks pridružen stranim riječima ima strukturnu i semantičku funkciju, a kombiniranje stranih elemenata s izvornim treba smatrati morfološkom prilagodbom.

Primjerice, pravilna deklinacija imenice Facebook podrazumijeva njegov izvorni zapis iz engleskog jezika s odgovarajućim deklinacijskim nastavcima:

D (kogo, czego) Facebooka

C (komu, czemu) Facebookowi

B (kogo, co) lubię Facebooka

N (z kim, z czym) z Facebookiem

Msc (o kim, o czym) o Facebooku¹²

Prema Velikom rječniku poljskog jezika¹³ leksemi *lajk*, *hejt* i *fejk* grafički su prilagođeni i ustaljeni u poljskom jeziku, te se tako i dekliniraju.

¹² Odmiana.net, pristupljeno 25.04.2024. s <https://odmiana.net/odmiana-przez-przypadki-rzeczownika-facebook>

¹³ Wielki słownik języka polskiego (WSJP), <https://wsjp.pl>

Tablica 2. Deklinacija leksema lajk, fejk i hejt

Izvor: odmiana.net¹⁴ i WSJP¹⁵

	liczba pojedyncza	liczba mnoga
M.	lajk, fejk, hejt	lajki, fejki, hejty
D.	lajka, fejka, hejtu	lajków, fejków, hejtów
C.	lajkowi, fejkowi, hejtowi	lajkom, fejkom, hejtom
B.	lajka, fejka/fejk, hejt	lajki, fejki, hejty
N.	lajkiem, fejkkiem, hejtem	lajkami, fejkami, hejtami
Msc.	lajku, fejku, hejcie	lajkach, fejkach, hejtach
W.	lajku, fejku, hejcie	lajki, fejki, hejty

Sukladno tome, ovi leksemi počeli su razlikovati i svoje sufiksarne izvedenice poput: *lajkować / lajknać, fejkować i hejtować / hejcić*. Dekliniraju se i upotrebljavaju u različitim oblicima, primjerice:

- *dajemy lajka, lajkujemy, mamy coś zalajkowane lub podlajkowane,*
- *jesteśmy lajkersami (osobą lajkującą) lub no-lajkersem (osobą, która niczego nie lajkuje)* (Urzędowska, 2019)

Od glagola *lajkować* izvode se prefiksarni derivati *zalajkować, wylajkować i odlajkować* dok se iz leksema lajk se izvode forme *lajkowy i lajkerski*. Riječ *fejk* postala je osnova sufiksarne tvorbe *fejkowy*, a od prilagođenog glagola *fejkować* nastale su prefiksarni derivati *sfejkować / zfejkować i zafejkować* (isto). Iz leksema *hejt* izvode se oblici *hejter, hejterski i hejterstwo*.

¹⁴ Odmiana.net, pristupljeno 25.04.2024. s <https://odmiana.net/odmiana-przez-przypadki-rzeczownika-hejt>

¹⁵ WSJP, pristupljeno 25.04.2024. s <https://wsjp.pl/haslo/podglad/67496/fejk/5177359/cos-falszywego>

6. Jezične posebnosti – opis istraživanja

U sklopu rada analizirane su jezične posebnosti Facebook komentara u Poljskoj. Za proučavanje je odabran aspekt komentara na Facebooku zbog njegova diskurzivna oblika i kolokvijalnosti jezika koji sadrži. Aspekt spontanih diskusija i razgovora između korisnika unutar komentara posebno je zanimljiv zbog nonšalantnosti korisnikova govora koji je sadržan u komentaru. Stoga se ovdje mogu pronaći novi oblici riječi, skraćenica i akronima kao i razni emotikoni koji se upotrebljavaju kao pomagala u izražavanju ekspresija te raznorazne pravopisne, leksičke, flektivne i semantičke pogreške u pisanju. Online komunikacija uvelike utječe na razgovorni jezik i stvaranje novogovora posebno među mlađim generacijama korisnika interneta. *Młodomowa* kao koncept govora mladih, karakterističan je oblik govora u online zajednicama te se prenosi u offline okruženje. Cilj ovog istraživanja je bolje upoznati svakodnevni govor kojim se Poljaci služe na društvenim mrežama.

Istraživanje je provedeno u razdoblju od 1. siječnja do 1. ožujka 2024. godine. Za analizu su odabrane Facebook stranice koje često posjećuju mladi (15–25 godina). Iako je teško odrediti dob korisnika na Facebooku, pretpostavlja se da na odabranim stranicama uglavnom komentiraju i reagiraju mladi korisnici. Pretpostavlja se prosječna dob korisnika oko 20 godina. Analiziran je sadržaj stranica: „Make life harder“¹⁶, „Studenckie Memy“¹⁷, „Studenckie życie“¹⁸, „Chujowe życie stewardessy“¹⁹, „codzienny Suchar“²⁰, „MaDka Polka 800+“²¹, „Słucham muzyki czysto ironicznie“²² i „Na zawsze“.²³

6.1. Metodologija

U istraživačke svrhe korištene su izabrane Facebook stranice posvećene svakodnevnim problemima i zanimljivostima, grupe za raspravu, stranice dnevnika i vijesti koje su često pregledavane od strane poljskih korisnika te imaju velik broj korisničkih interakcija. Razlog

¹⁶ Facebook stranica „Make life harder“ <https://www.facebook.com/MakeLifeHarder>

¹⁷ Facebook stranica „Studenckie Memy“ https://www.facebook.com/StudenckieMemy/?locale=pl_PL

¹⁸ Facebook stranica „Studenckie życie“ <https://www.facebook.com/studenckiezycie/>

¹⁹ Facebook stranica „Chujowe życie stewardessy“ <https://www.facebook.com/chujowezyciestewardessy3232>

²⁰ Facebook stranica „Codzienny Suchar“ <https://www.facebook.com/codziennysucharr>

²¹ Facebook stranica „MaDka Polka 800+“ <https://www.facebook.com/groups/229926613335759>

²² Facebook stranica „Słucham muzyki czysto ironicznie“ <https://www.facebook.com/mjuziczka>

²³ Facebook stranica „Na zawsze“ <https://www.facebook.com/NPNZ120>

tomu je prikupljanje što većeg uzorka za proučavanje svakodnevnog razgovornog jezika na društvenim mrežama.

Istraživanje je provedeno u sljedećim fazama:

- Izgradnja korpusa ekstrakcijom komentara s odabranih Facebook stranica
- Analiza korpusa i kategoriziranje pronađenih pogrešaka
- Analiza pogreški unutar kategorija
- Pregled literature

Dobiveni rezultati pružaju uvid u jezični stil kojim se Poljaci služe na internetu. Svi komentari u radu navode se autentično, bez ispravaka, onako kako su ih napisali korisnici.

6.1.1. Korpus

Prilikom sastavljanja korpusa korištena je Web aplikacija Apify za ekstrakciju Facebook komentara odabranih stranica te njihovo pohranjivanje u Excel tablicu. Korpus je dalje očišćen u Python programskom jeziku (uklanjanje korisničkih imena, HTML oznaka, URL-ova i sl.). S obzirom na to da od autora komentara nije tražena dozvola da se njihovi komentari koriste u svrhu ovog istraživanja, njihova su imena i prezimena isključena iz korpusa. Korpus sadrži ukupno 5712 komentara koji su dalje ručno pregledavani te je nepravilno napisan sadržaj upisivan u zaseban stupac. Istaknuto je ukupno 159 pogrešaka koje su kategorizirane su u četiri kategorije s obzirom na tip pogreške. Izdvojene su kategorije: sintaktičke, leksičke, flektivne i pravopisne pogreške.

Važno je istaknuti kako korpus ove vrste nije moguće provjeriti u svakom trenutku jer njegovi izvori nisu trajno dostupni. Profili korisnika na Facebooku mogu biti deaktivirani pri čemu nestaje sav sadržaj koji se na njima nalazio. Također ponekad korisnici obrišu određene objave, fotografije ili komentare te im se ne može ponovo pristupiti.

6.2. Rezultati

Rezultati istraživanja pružaju uvid u kolokvijalni poljski izraz, jednako kao i stanje tj. kondiciju poljskog pravopisa na internetu. Istraživanje je pokazalo kako je jezična kontrola na društvenim mrežama, poput Facebooka, minimalna, što rezultira velikim brojem jezičnih pogrešaka.

Najviše neispravnosti pojavljuje se kod sastavljenog i nesastavljenog pisanja (polj. *pisownia łączna i rozłączna*). Osim toga česti su i pleonazmi te nekorisćenje „poljskih“ slova. Neke od najzastupljenijih pogrešaka su: *napewno (na pewno)*, *wogóle/w ogóle (w ogóle)*, *na prawdę (naprawdę)*, *narazie (na razie)*, *dzień dzisiejszy, dlatego bo, po za tym/pozatym (poza tym)*, *na codzień/nacodzień (na co dzień)*, *wziąść (wziąć)*, *niewiem (nie wiem)*, *conajmniej (co najmniej)*, *muj (mój)*, *z przed/zprzed (sprzed)*, *apropo/a propo (a propos)*, *pod rząd (z rządu)*, *jusz (już)*, *złodzieji (złodziei)*, *ktury (który)* i *na przeciwko/na przeciw (naprzeciwko/naprzeciw)*.

Ove pogreške ne samo da odražavaju neopreznost i nepažnju prilikom tipkanja, već i ukazuju na potrebu za jačim naglaskom na jezičnoj pismenosti u digitalnom okruženju. Rezultati istraživanja također pokazuju da online komunikacija značajno utječe na razgovorni jezik, što je posebno vidljivo među mlađim generacijama korisnika interneta. Kroz analizu ovih pogrešaka, dobiveni su podaci koji mogu poslužiti kao temelj za daljnje istraživanje i unapređenje jezične pismenosti na društvenim mrežama.

6.2.1. Pravopisne pogreške

Pravopisne pogreške uključuju upotrebu netočnih slova i izostavljanje „poljskih“ slova, neispravno sastavljanje i razdvajanje riječi te neispravnu upotrebu velikih i malih slova na početku riječi. Ove greške su najčešće u komunikaciji na društvenim mrežama. Nerijetko su uzrokovane neoprežnošću i lijenošću prilikom tipkanja, a ne neznanjem, što se posebno očituje u učestalosti neupotrebe „poljskih“ slova i njihovom katkad domišljatom supstitucijom. Međutim, često pisanje pogrešnih oblika riječi dovode do pamćenja i upornog korištenja istih neispravnih oblika. Osim toga, uređaji s automatskim rječnicima često podržavaju pisanje na internetu, zbog čega mnogi korisnici ne obraćaju pažnju na pravopis, vjerujući da će elektronički uređaj sami ispraviti pogreške.

Najviše ortografskih pogrešaka pojavljuje se u pisanju izraza kao što su:

- na pewno – „*Popieram cię Napewno Masz Rację Udało im się z ledwością Żeby strzelili nam karnego to już by się pakowali do domu*“, „*ha ha ha....napewno spełni, przeciez od tego jest, jak złota rybka!!!*“, „*Napewno nie Agnieszka z Łodzi*“
- w ogóle – „*Julita jeśli wogóle odpisze*“, „*wogóle po nastroju*“, „*zawsze pije kawę w pracy z butem na biurku szefa... problemy macie jakies wogole*“
- naprawdę – „*On Cię na prawdę szanuje.*“, „*Ja na prawdę ostatnio rozważałem czy aby nie ulec...*“, „*Tylko nie zaczynajcie być dowcipni jak Radio Zet, bo na prawdę tylko pod kawusię się będziecie nadawać*“, „*Dobra, to jest ten moment, kiedy już na prawdę trzeba protestować!*“).

Česte su i greške kod pisanja izraza poput: *na razie, poza tym, na co dzień, nie wiem, co najmniej, naprzeciwno, mój i sprzed*. Imenica *dyrektor* često se zapisuje kao *derektor* („...*derektor* *działu zaopatrzenia počę się obficie zamyka się na dłużej ... jej głównym pożywieniem są derektorowie średniego szczebla a nie raz nie dwa...*“), dok se imenica *doktor* ponekad zapisuje kao *doktór* ili *doktur* („*Oj pani doktur nauk medycznych-tytuł zobowiązuje*“).

Tablica 3. Istaknute pravopisne pogreške

BŁĄD	POPRAWNY ZAPIS
napewno	na pewno
wogóle	w ogóle
na prawdę	naprawdę
narazie	na razie
po za tym	poza tym
na codzien	na co dzień
niewiem	nie wiem
conajmniej	co najmniej
muj	mój
na przeciwno	naprzeciwno
derektor	dyrektor
doktór	doktor

Iako se sastavljeno pisanje čini poljskom Ahilovom petom, nedovoljno je pažnje posvećeno i pisanju prijedložnih izraza. Zanimljivo je i bilježenje negacije uz glagol *wiedzieć* („*Ja niewiem czy ten remis jest wart spokoju Godek*“, „*ale nie pochwalilam się tym na insta wiec niewiem czy mogę*“). Korisnici interneta u Poljskoj, kao i oni u Hrvatskoj, uglavnom zaboravljaju da niječnu česticu u ovom slučaju treba pisati zasebno, stoga se često viđaju oblici *niewiem* umjesto *nie wiem*.

6.2.2. Flektivne pogreške

Poljski korisnici interneta često nepravilno sklanjaju i pišu riječi kao što su: *wziąć, ludziom, rozumiem, dzieciom, kupować, pierwszy/pierwsza, lubilem/lubilam, poszedłem*.

Tablica 4. Istaknute flektivne pogreške

BŁĄD	POPRAWNY ZAPIS
wziąć	wziąć
ludzią	ludziom
rozumie	rozumiem
dziecią	dzieciom
kupywać	kupować
pierszy	pierwszy
lubiałem	lubiłem
poszłem	poszedłem

Najučestaliji su neispravni oblici *wziąć* i *ludzią*, te nepravilan oblik glagola *rozumieć* u prvom licu jednine – *ja rozumie*. Rezultati pokazuju kako Poljaci ne prihvataju da se infinitiv glagola *wziąć* piše bez *ś* („*Za naukę się wziąć!*“, „*Musicie wrócić do poniedziałku, bo inaczej będę zmuszona wziąć urlop na żądanie! :D*“). Slična je situacija i s oblikom imenica u dativu množine, gdje se nastavak *-om* zamjenjuje s nastavkom dativa jednine *-ą* (*ludzią, dziecią* npr. „*...Tym samym możemy dać Dziecią większą szansę na szczęśliwe święta.*“). Izvor ovog tipa pogreške je nepoznavanje flektivnih paradigmi, kao i nepravilan izgovor nastavaka *ą* i *om*. S druge strane, glagol *rozumieć* konjugira se isto kao i glagoli *wiedzieć* i *umieć*. Prvo lice jednine prezenta sadrži nastavak *-em* – *rozumiem, wiem* i *umiem*, dok se na internetu često viđaju njegove konjugacije prema *-ę/-esz* paradigmi („*hmm więc rozumie że siatkarze nie latają za*

piłką, tylko piłka wpada im prosto do rąk“, „*Smutne to co piszesz ale rozumie.*“). Također se često krši norma u konjugaciji prilično čestih glagola, kao što su: *lubić, kupować, iść*. Umjesto njihovih ispravnih oblika, *lubiłam/lubiłem, kupowałam/kupowałem, poszedłam/poszedłem*, na internetu se koriste oblici *lubiłam/lubiałem, kupywałam/kupywałem, poszłam...*

U zapisu rednog broja jedan (*pierwszy*), Poljaci redovno gube suglasnik w što rezultira zapisima *pierszy/piersza* („*jak tam Twój pierszy rozdział*“, „... *Pierszy raz się o Was dowiedziałem*“).

6.2.3. Leksičke pogreške

Kategorija leksičkih pogrešaka odnosi se na pleonazme, upotrebu pogrešno značenja riječi (*błędy leksykalne słownikowe*), tvorbene pogreške (*błędy leksykalne słotwórcze*) te na frazeološke pogreške.

Pleonazmi, izrazi u kojima se ponavlja suvišan dio informacije, su najčešće pogreške u kategoriji leksičkih pogrešaka. Neki od najčešćih primjera su:

1. Dzień dzisiejszy – „*Dzień dzisiejszy dla fotki w mediach społecznościowych ludzie by się nawet gównem...*“, „*Dzień dzisiejszy będzie... mam nadzieje*“, „*Panowie Reprezentacja, Wasza kolej, dziewczyny już dzień dzisiejszy pokazały klasę :D*“
2. Okres czasu – „*Mój ulubiony tekst z pierwszego okresu czasu, kiedy ...*“
3. Trwać nadal – „*Działamy dalej, wcześniejsze wybory albo bal trwa nadal. Nawet z panami z pałkami na wierzchu*“, „*Kabaret Młodych Panów u mnie ta trauma trwa nadal od 2002 roku. Ku*wa, dżizas, japie*dole...*“, „...*walka trwa nadal od ponad dwóch lat...*“
4. Kartka papieru – „*pomagało mi pisanie na kartkach papieru a potem ...*“
5. Cofać do tyłu – „*Nastala Białoruś... czarne czasy, wybory pis wygrali, cofamy się do tyłu, socjalizm pełną gębą*“
6. Spadać w dół – „*Niech spada w dół, nie będę tego zwyrola o nic prosił*“, „*Miłosz Kossowski spadaj w dół XDDD*“, „*Łukasz Witalis Mańszewski teraz zostanie ci tylko ściana i odbył kolegi – spadasz w dół*“
7. Fakt autentyczny – „...*no ale fakt faktem, że po pierwszej kolejce na prowadzeniu są skazani na porażkę Słowacy*“, „*Ja znam taki fakt autentyczny szef przyjechał do firmy i też zaczął od kierowców*“

Samo su dvije od ovih pogrešaka frazeološke pogreške – *po najmnijejszej linii oporu* i *języczek uwagi*.

Tablica 5. Izdvojene leksičke pogreške

BŁĄD	POPRAWNY ZAPIS
dzień dziesięcisty	dzisiaj
trwać nadal	trwać
okres czasu	okres
kartka papieru	kartka
w każdym bądź razie	w każdym razie
fakt autentyczny	fakt
akwen wodny	akwen
spadać w dół	spadać
po najmnijejszej linii oporu	po linii najmniejszego oporu
cofać do tyłu	cofać

6.2.4. Sintaktičke pogreške

Najčešće pogreške su: *pod rząd*, *dlatego bo*, *dlatego ponieważ*, *dla czemu*, *po prawo/po lewo*, *półtora godziny*, *półtorej tygodnia*, *półtorej roku*, *ubrać kurtkę/ sukienkę...*

Jedna od najistaknutijih pogrešaka uporaba je veznika *dlatego bo* i *dlatego ponieważ*, („*Agata może dlatego bo ja tego nie oglądałam to dla mnie Bozia jest żonką*“, „...*Sporo osób napisało, że to dlatego bo nie obserwuję Make life harder.*“). Ovi oblici u poljskom jeziku ne postoje, a ispravan oblik bio bi *dlatego, że*. Također se često pojavljuje i forma *dla czemu* umjesto *dłaczego* i *pod rząd* („*Już myślałam, że będzie drugi piątek 13. pod rząd*“) umjesto *z rzędu*.

Problematična je i deklinacija roda razlomačkog broja jedan i pol – *półtora* s rodom imenica (u muškom i srednjem rodu – *półtora*, u ženskom – *półtorej*) – primerice: „...*zbyt późno bo od jakiegoś półtorej roku...*“

Iako bi ispravno bilo reći *po prawej/po lewej stronie* ili *na prawo/na lewo*, Poljaci uglavnom pišu kombinaciju tih oblika *po prawo/po lewo*, primerice: „*Ta na dole po lewo tak w butach po kuchennym blacie... dżizas*“, „*Ola po lewo wypisz wymaluj nasze stroje w aka*“ i „...*ścięgien Achillesa i ścięgną prostego kolana na lewej stronie*“.

Poseban je problem s odijevanjem, naime glagol *ubrać się* na internetu se upotrebljava neispravno npr. „...*jaką sukienkę ubrać na imprezę?*” – odijevanje se opisuje glagolima *włożyć*, *założyć*, ali ne i *ubrać*.

Tablica 6. Izdvojene sintakičke pogreške

BŁĄD	POPRAWNY ZAPIS
pod rząd	z rzędu
półtora godziny	półtorej godziny
dlatego bo	dlatego, że
dla czemu	dlatego
po lewo	po lewej
półtorej roku	półtora roku
dlatego ponieważ	dlatego że
ubrać kurtkę	założyć kurtkę
półtorej tygodnia	półtora tygodnia

7. Zaključak

Zbog informatičke revolucije na prijelazu iz 20. u 21. stoljeće, u doba globalizacije i društveno-ekonomskih promjena, transformacija poljskog općeg jezika izazvana vanjskim čimbenicima naglo se ubrzala. Ta činjenica nije iznenađujuća, jer jezik, kao društvena tvorevina, „neposredno odražava sve (običajne, ekonomske, političke, kulturne) aktivnosti jednog društva“ (Ožóg, 2001). Univerzalna dostupnost i brzina dobivanja podataka ne znači kvalitativni napredak na području jezika. S dolaskom nove medijske ere, nekima je sve teže čitati i razumjeti duži tekst ili formulirati duži iskaz u pisanom obliku, a da on bude koherentan, logičan i gramatički ispravan, te ima jasan početak, razvoj i završetak. Osiromašena i emocionalno „hladna“ komunikacija na internetu utječe na tipove društvenog ponašanja, uključujući i jezik koji se koristi u određenoj sredini (Ong, 2002: 133–135).

Istraživanje jezičnih posebnosti komentara govornika poljskog jezika na društvenoj mreži Facebook ukazuje na brojne promjene u jeziku uzrokovane učestalom online komunikacijom. Analizirani komentari pokazali su prisutnost raznih jezičnih fenomena, uključujući nove oblike riječi, skraćenice, akronime, emotikone, te različite pravopisne, leksičke, flektivne i sintaktičke pogreške. Rezultati su pokazali da korisnici na društvenim mrežama često ne posvećuju dovoljno pažnje pravilnoj upotrebi jezika. Pravopisne pogreške su najzastupljenije, pri čemu su najčešće neispravno sastavljeno pisanje riječi i izostavljanje „poljskih“ slova. Flektivne pogreške također su česte, posebno u sklonidbi i konjugaciji riječi. U leksičke pogreške ubrajaju se pleonazmi i pogrešno korištenje riječi i izraza, dok se sintaktičke pogreške odnose na nepravilnu upotrebu veznika i fraza. Značajke internetskog jezika, između ostalog, uključuju: siromašna izražajna sredstva, erotiziranost i vulgarizaciju vokabulara, visoku emotivnost poruke, poteškoće u imenovanju osjećaja i emocionalnih stanja, prikaz događaja sa stajališta sadašnjosti te pretjeranu konkretizaciju nauštrb apstraktnog vokabulara (Grbavac i Grbavac, 2014; Kaplan i Haenlein, 2010). Ovo istraživanje naglašava potrebu za boljim razumijevanjem svakodnevnog govora na internetu i njegovim utjecajem na promjene u jeziku. Također, rezultati ukazuju na potrebu za većim fokusom na jezičnu pismenost, posebno među mladim korisnicima interneta.

Jezik na internetu, u velikoj mjeri, negativno utječe na svakodnevni govor. Crystal (prema Redli (2018)) ističe kako je širenje Netspeaka potpomognuto i izazovima strukturnog skraćivanja, koje nameću mali ekrani mobilnih telefona i brzina prijenosa informacija.

Također, veliki utjecaj na pojednostavljenje komunikacije, tvorbe novih riječi, akronima, kratica i sl. ima i virtualno okruženje u kojem korisnici danas provode vrijeme. Društvene mreže omogućuju korisnicima „online“ interakciju u stvarnom vremenu neovisnu o njegovoj lokaciji, koja je zasnovana na tekstu. Zbog toga, jezik interneta polako, ali sigurno donosi promjene u stvarni, „offline“ jezik. Koliko će ovih promjena postati stalna odlika jezika nemoguće je reći. Promjene u jeziku ne mogu se predvidjeti, nego ih se samo može prepoznati jednom kada do njih dođe.

8. Literatura

1. *ASCII*. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013 – 2024. Pristupljeno 11. 03. 2024. s <https://www.enciklopedija.hr/clanak/ascii>
2. Balenović, K. (2021). Englesko-hrvatski izrazi u jeziku digitalnih domorodaca. U Stolar, D., Vlastelić, A. (ur.) *Generacija interneta*. (str. 381–396). Zagreb-Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada.
3. Castells M. (2013). *Władza komunikacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
4. Dejica, D.; Hansen, G.; Sandrini, P.; Para, I. (2016). *Language in the Digital Era. Challenges and Perspectives*. Varšava. De Gruyter Open Poland. URL: https://www.researchgate.net/publication/318228254_Language_in_the_digital_Era_challenges_and_perspectives
5. Forst, K. (2017). Facebook we współczesnym świecie komunikacji społecznej. U Doktorowicz, K. (ur.) *Media społecznościowe : dialog w cyberprzestrzeni*. (str. 37–55). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego. URL: https://rebus.us.edu.pl/bitstream/20.500.12128/10970/1/Forst_Facebook_we_spolczesnym_swiecie_komunikacji.pdf
6. Golus, B. (2006). Konwersacyjne novum. O komunikatorach internetowych. U Grzenia, J.; Kity, M. (ur.) *Czas i konwersacja Przeszłość i teraźniejszość* (str. 78–88). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
7. Grabias S. (2019). *Jezyk w zachowaniach społecznych*. Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie – Skłodowskiej.
8. Grbavac, J.; Grbavac, V. (2014). Pojava društvenih mreža kao globalnog komunikacijskog fenomena. *Media, culture and public relations*, 5(2), 206–219. URL: <https://hrcak.srce.hr/file/188969>
9. Grzenia J. (2006). Zasady komunikacji internetowej. U Bańko, M. (ur.) *Polszczyzna na co dzień*. (str. 311–347). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
10. Jagodzińska, M.; Mucha, M. (2019). Wpływ nowych technologii komunikacyjnych na relacje rówieśnicze i komunikację międzyludzką. U Tanaś, V.; Welskop, W. (ur.) *Mass media we współczesnym świecie*. (str. 31–42). Łódź: Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu.

11. Kalicka-Karpowicz, Z. (2014). Inowacje i neologizmy słotwórcze jako problem poprawnościowy w pytaniach do internetowych poradni językowych. U Burska K.; Cieśla, B. (ur.) *Kreatywność językowa w komunikowaniu (się)* (str. 345–361). Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
12. Kaplan A. M., Haenlein M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 53(1), 59–68. URL: https://www.researchgate.net/publication/222403703_Users_of_the_World_Unite_The_Challenges_and_Opportunities_of_Social_Media
13. Kaznwski, D. (2010). Podział i klasyfikacja social media. *Networked Digital Age*. URL: <https://networkeddigital.wordpress.com/2010/05/10/podzial-i-klasyfikacja-social-media/>
14. Kern, R. (2015). *Language, Literacy, and Technology*. Cambridge: Cambridge University Press.
15. *komentar*, Hrvatski jezični portal. Pristupljeno 19. 06. 2024. s <https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search>
16. *kompjutorizacija*. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 19. 06. 2024. s <https://www.enciklopedija.hr/clanak/kompjutorizacija>
17. Labocha, J. (2004). Tekst pisany – tekst zapisany. *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Językoznawczego* z. LX, 5–10. URL: <https://ruj.uj.edu.pl/server/api/core/bitstreams/56d98727-1f88-4db2-82d0-23320eb520bf/content>
18. Longman Dictionary of Contemporary English Online, (bez. dat.) Pristupljeno 26.04.2024. s <https://www.ldoceonline.com/dictionary/netspeak>
19. Manovich, L. (2006). *Język nowych mediów*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
20. Markowski, A. (2005). *Sprawozdanie o stanie ochrony języka polskiego za lata 2003-2004*. Warszawa: Rada Języka Polskiego. URL: [https://orka.sejm.gov.pl/Druki5ka.nsf/wgdruku/81/\\$file/81.pdf](https://orka.sejm.gov.pl/Druki5ka.nsf/wgdruku/81/$file/81.pdf)
21. Maryl M. (2015). *Życie literackie w sieci. Pisarze, instytucje i odbiorcy wobec przemian technologicznych*. Warszawa: Instytut Badań Literackich PAN.
22. Moguš, M.; Pintarić, N. (2002). *Poljsko-hrvatski rječnik*, Zagreb: Školska knjiga.

23. Murray, J. (2023). *What are the character limits on social media sites?* „EngageWeb“
pristupljeno 27. 04. 2024. s <https://www.engageweb.co.uk/blog/what-are-the-character-limits-on-social-media-sites>
24. Naruszewicz-Duchlińska, A. (2019). *Kultura zachowań językowych w internecie*.
Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA.
25. Niepytalska-Osiecka, A. (2014). O fejkju, lajku i hejcie w polszczyźnie internetowej. *Język polski*, 94(4), 343–352. URL: <https://www.jezyk-polski.pl/index.php/jp/article/view/764/639>
26. Nowakwska, M. (2014). Social media – etyka i wartość. U Hofman, I., Kępy-Figury, D. (ur.) *Współczesne media: wartości mediów*. (str. 127–140). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
27. Ong, W. (2002). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. New York: Methuen & Co.
28. Ożóg, K. (2001). Ustna odmiana języka ogólnego. U Bartmiński, J. (ur.) *Współczesny język polski* (str. 99–113). Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej.
29. Panek, A. (2016). Język w przestrzeni internetu. *Przestrzeń społeczna*, 1(11), 1–25. URL: <https://socialspacejournal.eu/11%20numer/Panek%20-%20Język%20w%20przestrzeni%20internetu.pdf>
30. Pietrzykowski, A. (2023). *Uniwersyteckie kształcenie humanistyczne online jako przestrzeń szans i ryzyka* (doktorska dysertacja). Wydział Studiów Edukacyjnych, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. URL: <https://repozytorium.amu.edu.pl/server/api/core/bitstreams/04b10003-3882-45af-b7a9-d9d10582e71a/content>
31. Piotrowicz, A., Witaszek-Samborska, M. (2021). Młodzieżowe słowa roku (2010-2018) w polszczyźnie. U Stolac, D., Vlastelić, A. (ur.) *Generacija interneta*. (str. 23–36). Zagreb-Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada.
32. Redli, J. (2018). Inovacije u jeziku mladih na društvenim mrežama. *Jezici i Kulture u Vremenu i Prostoru*, 7(2), 173–184. URL: https://www.academia.edu/37963285/INOVACIJE_U_JEZIKU_MLADIH_NA_DRUŠTVENIM_MREŽAMA

33. Seljan, S. (2005) Tehnologija i jezik. U Lasić-Lazić, J. (ur.) *Informacijske znanosti u doba promjena*. (str. 24–44). Zagreb: Zavod za informacijske studije.
34. Smerecka, H. (2023). *Genologiczna analiza vlogu jako gatunku internetowego* (doktorska disertacija). Kolegium nauk humanistycznych, Instytut neofilologii, Uniwersytet Rzeszowski. URL: <https://repozytorium.ur.edu.pl/server/api/core/bitstreams/cbd2aad5-4e99-41a2-a6f7-d3e9fde92d2e/content>
35. Stachura, K. (2011). Towarzyskie aspekty interakcji w internecie, czyli o uspołecznieniu przez zapośredniczenie. U Szpunar, M. (ur.) *Paradoksy internetu. Konspekty społeczno-kulturowe*. (str. 104– 116). Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
36. Stolac, D. (2021). Komunikacijski obrasci nekada i sada. U Stolac, D., Vlastelić, A. (ur.) *Generacija interneta*. (str. 91–103). Zagreb-Rijeka: Hrvatska sveučilišna naklada.
37. Szczepaniak, M. (2020). Język internetu a język pisany, mówiony, zapisany. *Język a Media: Perspektywy i zagrożenia języka we współczesnych mediach*, 19 900, 120–127. URL: https://www.academia.edu/45533036/Język_internetu_a_język_pisany_mówiony_z_apisany
38. Szymczak, M. (1978). *Słownik języka polskiego*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
39. Urzędowska, A. (2019). Komentarz na facebooku jako quasi-gatunek internetowy – język i typologia. *Język. Komunikacja. Informacja*, 14/2019, 118–138. URL: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-issn-1896-9585-year-2019-issue-14-article-22645/c/22645-21490.pdf>
40. Walczak, B. (1999). *Zarys dziejów języka polskiego*, Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego.
41. Wileczek, A. (2021). Współczesna młodomowa: Lingwistyczno-kulturowe konceptualizacje zjawiska. *Annales universitatis Mariae Curie-Skłodowska*, N (VI), 185–206. URL: <https://reshistorica.journals.umcs.pl/en/article/viewFile/11378/pdf>
42. Wileczek, A. (2022). Pokemonizm. *Obserwatorium Języka i Kultury Młodzieży*. Pristupljeno 19. 06. 2024. s <https://obserwatorium-mlodziezy.ujk.edu.pl/haslo/pokemonizm/>
43. WSJP, *Wielki stownik języka polskiego*. Pristupljeno 19. 06. 2024. s <https://wsjp.pl>

44. Zabawa, M. (2014). Subkultura internetu: język internetowy najmłodszego pokolenia. U Bierówka, J.; Pokorna-Ignatowicz, K. (ur.) *Media - kultura popularna - polityka: Wzajemne oddziaływania i nowe zjawiska* (str. 223–242). Kraków: Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne sp. z o.o.

Popis slika i tablica

Slika 1. Hack mowa – kodovi pisanja.....	14
Tablica 1. <i>Młodomowa</i> – słowniczek języka młodzieży	17
Tablica 2. Deklinacija leksema lajk, fejk i hejt.....	26
Tablica 3. Istaknute pravopisne pogreške	30
Tablica 4. Istaknute flektivne pogreške	31
Tablica 5. Izdvojene leksičke pogreške	33
Tablica 6. Izdvojene sintakičke pogreške	34

Jezične posebnosti komentara govornika poljskog jezika na društvenoj mreži Facebook

Sažetak

U ovom radu govori se o komunikaciji na internetu u Poljskoj te utjecajima interneta na suvremeni (pisani i govoreni) poljski jezik. Proučavana je komunikacija na društvenoj mreži Facebook te je analizirana pojava posuđenica i kratica iz drugih jezika (npr. prank, cancel culture, incel, krindż; npr. zw, nwm, cb, nk, thx, nvm), neologizmi i davanje novih značenja riječima (npr. zaorać, dzban, beka), emotikoni koji se koriste u govornom jeziku (npr. XD) te nove sintaktičke strukture (npr. „umiem w” umjesto „umiem”).

Također su proučene i najčešće pogreške u pisanju na internetu: sintaktičke (*składniowe*), leksičke (*leksykalne*), flektivne (*fleksyjne*) i pravopisne (*ortograficzne*) te učestalost izbjegavanja uporabe interpunkcijskih znakova i točaka na kraju rečenica.

Ključne riječi: poljski jezik, jezik na internetu, Facebook komentar

Linguistic peculiarities of the comments of Polish speakers on the Facebook social network

Summary

The paper talks about communication on the internet in Poland and the impact of the internet on the contemporary (written and spoken) Polish language. Communication through the social network Facebook was studied, and the occurrence of loanwords and abbreviations from other languages was analyzed (e.g. prank, cancel culture, incel, krindż; e.g. zw, nwm, cb, nk, thx, nvm), neologisms and giving new ones word meanings (eg zaorać, dzban, beka), emoticons used in spoken language (eg XD) and new syntactic structures (eg „umiem w“ instead of „umiem“).

The most common writing errors on the internet also were studied: syntactic (składniowe), lexical (leksykalne), inflectional (fleksyjne) and spelling (ortograficzne) and the frequency of avoiding the use of punctuation marks and periods at the end of sentences.

Keywords: Polish language, language on the internet, Facebook comment

Specyfika językowa komentarzy osób mówiących po polsku w serwisie społecznościowym Facebook

Streszczenie

W artykule omówiona została komunikacja w Internecie w Polsce oraz wpływ Internetu na współczesny język polski (pisany i mówiony). Zbadana została komunikacja poprzez portal społecznościowy Facebook oraz zostało przeanalizowane występowanie zapożyczeń i skrótów z innych języków (np. prank, cancel kultura, incel, krindź; np. zw, nwm, cb, nk, thx, nvm), neologizmy i nadawanie nowych znaczeń słów (np. zaorać, dzban, beka), emotikony używane w języku mówionym (np. XD) oraz nowych struktur syntaktycznych (np. „umiem w” zamiast „umiem”).

Badane były także najczęstsze błędy pisowni w Internecie: składniowe, leksykalne, fleksyjne i ortograficzne oraz częstotliwość unikania stosowania znaków interpunkcyjnych i kropek na końcu zdań.

Słowa kluczowe: język polski, język w Internecie, komentarz na Facebooku