

Gorana Dedić

INTERNETLINGUISTIK. EIN LEHR- UND ARBEITSBUCH

Marx, Konstanze, Weidacher, Georg, 2014. *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch / Internetska lingvistika. Udžbenik i radna sveska*. Tübingen: Narr Verlag.

Knjiga *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch* (236 str.) Konstanze Marx i Georga Weidachera pripada području lingvistike pod nazivom medijska lingvistika (njem. *Medienlinguistik*, engl. *media linguistics*). Ova mlada lingvistička disciplina bavi se istraživanjem upotrebe jezika u medijima (Schmitz, 2015: 8). Autori knjige koju ovdje predstavljamo težište istraživanja stavili su na upotrebu jezika na internetu, što je predmet brojnih znanstvenih rasprava u posljednjih 20-ak godina (Marx i Weidacher, 2014: 11). Sve veća zainteresiranost lingvista za ovu oblast ne iznenađuje uzimajući u obzir sveopći trend masovnog korištenja interneta za komunikaciju. Sam podnaslov knjige (*Udžbenik i radna sveska*) ukazuje na njezinu primarnu svrhu: namijenjena je kako predavačima kao inspiracija za pripremu nastave tako i studentima za samostalno izučavanje područja internetske lingvistike¹. Radi se dakle o uvodu u specifično lingvističko područje te se kod čitatelja, kako i sami autori navode, pretpostavlja osnovno lingvističko znanje i interes za primjenu tog znanja na aktualne jezičke fenomene na internetu (Ibid.: 9).

Knjiga je podijeljena u pet poglavlja, s tim da prvom poglavlju prethodi uvodni dio. Već u tom dijelu (Ibid.: 9–14) autori daju odgovor na pitanje Šta je to internetska lingvistika? definirajući na taj način i glavnu temu knjige – izučavanje upotrebe jezika na internetu u ovisnosti o specifičnom *online*-okruženju (Ibid.: 10). Otud je i pristup istraživanju interdisciplinaran, jer se ne koriste samo lingvističke metode nego i metode iz područja komunikacijskih i medijskih znanosti kao i sociologije i psihologije. Namjera je

¹ Kasnije će biti riječi i o internetskoj pragmalingvistici.

autora predložiti upute za prevazilaženje izoliranog pristupa jezičkim fenomenima na internetu (Ibid.: 10). Ovdje su također nabrojani određeni autori koji su se bavili specifičnim fenomenima iz područja internetske lingvistike a koje Marx i Weidacher smatraju relevantnim za razvoj ove discipline. Spomenuti su npr. Runkehl, Schlobinski i Siever (jezik i komunikacija na internetu), Crystal (jezik i internet), Thaler (usmenost i pismenost), Thimm (socijalni aspekti interneta) i dr. (Ibid.: 11). Uvod naposljetku nudi i detaljne upute za korištenje knjige, uz opis strukture koja još jednom potvrđuje kombinaciju udžbenika i radne sveske (Ibid.: 12–13). Svako poglavlje počinje s tri uvodna pitanja koja obuhvataju tematiku tog poglavlja, a završava sažetkom najbitnijeg sadržaja, dodatnim pitanjima za vježbu i prijedlozima literature za produbljivanje znanja iz područja obrađenih ili spomenutih u tom poglavlju. U glavni tekst integrirani su zadaci, a određeni dijelovi teksta uokvireni su i označeni različitim simbolima čije je značenje objašnjeno u uvodnom dijelu i na straničniku koji se isporučuje s knjigom i koji olakšava čitanje. Svako poglavlje predstavlja cjelinu za sebe, što omogućuje čitatelju da odabere redoslijed kojim će čitati knjigu.

U prvo poglavlje pod nazivom *Metode internetske lingvistike (Methoden der Internetlinguistik, 15–46)* uvode tri pitanja koja se odnose na korištenje interneta kao izvora jezičkih primjera za lingvističku analizu, metode prikupljanja takvih primjera kao i način citiranja internetskih izvora i navođenje u bibliografiji. Kroz razmatranje prednosti interneta (npr. *world wide web* kao neiscrpn i relativno neproblematičan pristup različitim tekstnim vrstama itd.) i nedostataka interneta (npr. anonimnost korisnika i autora tekstova i dr.) autori zaključuju da internet može biti adekvatan izvor jezičkih primjera za lingvističku analizu pod uvjetom da se poštuju autorska prava. Naime, i internetski tekstovi podliježu autorskim pravima pa autori stoga objašnjavaju na koji se način jezički primjeri iz internetskih tekstova mogu koristiti u lingvističke svrhe a da se pritom ne povrijede autorska prava (daju konkretne prijedloge kako postupiti u slučaju anonimnog autora ili autora koji objavljuje pod pseudonimom). Na konkretnim primjerima nude i prijedloge za citiranje jezičkih primjera preuzetih s interneta (socijalni mediji, elektronska pošta, forum, chat, ali i znanstveni tekstovi objavljeni u PDF-formatu ili kao HTML-dokumenti). Nadalje, predstavljaju četiri metode prikupljanja podataka, a to su: korpus, anketni *online*-upitnik, *offline*-flajeri, *keylogger*. Za svaku od metoda ističu prednosti i nedostatke

za prikupljanje *online*-podataka te daju konkretne i precizne savjete kako postupati prilikom primjene određene metode (npr. od toga kad koristiti već postojeće *online*-korpuse a kad generirati vlastiti korpus, preko konkretnih prijedloga za pohranjivanje prikupljenih podataka, pa sve do prijedloga za imenovanje dokumenata, podfascikli i fascikli). Ovaj dio obiluje URL-adresama korisnih korpusa te sadrži prijedloge alata za izradu anketnih upitnika i flajera. Naposljetku, detaljno pristupaju problemu navođenja internetskih izvora u bibliografiji opisujući različite poteškoće i nudeći odgovarajuća rješenja koja ilustriraju na konkretnim primjerima.

Pojam medija zauzima centralno mjesto u drugom poglavlju *Medijska teorija interneta (Medientheorie des Internets, 47–90)*. Ovdje autori žele odgovoriti na dva ključna pitanja: Šta je to medij? i *Da li je internet medij i, ako jeste, koje su njegove osnovne karakteristike?* U tu svrhu smještaju McLuhanovu definiciju medija² u komunikacijski kontekst te pod medijima smatraju tehnička sredstva koja predstavljaju ekstenziju određenih tjelesnih i misaonih sposobnosti čovjeka potrebnih za komunikaciju i spoznaju (Ibid.: 54).³ Navodeći ključne funkcije koje mediji mogu imati u komunikacijskom procesu (prevazilaženje prostornih ili vremenskih distanci i povećanje broja adresata), skicirajući osnovne elemente medija i dajući pet glavnih kriterija za određivanje komunikacijskog oblika (vrsta znaka, smjer komunikacije, medij, vrijeme, broj komunikacijskih partnera), autori razrađuju opći komunikacijski model primjenjiv na komunikaciju putem tehničkog medija. U nastavku poglavlja posvećuju se internetu, daju kratki pregled nastanka interneta i najznačajnije karakteristike web 1.0 i web 2.0 kao i glavne razlike među njima. U potpoglavlju 2.4 *Ja, das Internet ist ein Medium!* zaključuju da internet jeste medij. Preciznije definiraju internet kao multimedij, medijski konglomerat i hibridni medij⁴. Posljednjim se pojmom bave nešto više objašnjavajući i ilustrirajući na konkretnim primjerima *hibridizaciju* interneta na različitim nivoima, da bi u konačnici ovo poglavlje zaokružili modifikacijom općeg komunikacijskog modela u specifični komunikacijski model za internet.

² “All media are extensions of some human faculty – psychic or physical.” (McLuhan i Fiore, 1967: 26, citirano prema Marx i Weidacher, 2013: 48).

³ I U. Schmitz u svom *Uvodu u medijsku lingvistiku* pod pojmom medij podrazumijeva uređaj koji služi za komunikaciju, npr. pametni telefon (Schmitz, 2015: 8).

⁴ Hibridizacija medija znači integraciju različitih pojedinačnih medija u jedan medij (Marx i Weidacher, 2013: 73).

U trećem poglavlju *Jezik na internetu* (*Sprache im Internet*, 91–126) autori prvo daju negativan odgovor na pitanje da li postoji “internetski jezik”, zastupajući time i stav većine znanstvenika iz ovoga područja (Ibid.: 91, usp. i Schmitz, 2015: 52). Jezik kojim se komunicira na internetu nije nikakav poseban jezik koji bi služio samo za komunikaciju na internetu. Postoje različiti stilovi jezika na internetu, ali također ne postoji poseban internetski stil jezika. Međutim, ono što je evidentno i što autori žele pobliže istražiti jesu specifične karakteristike jezika na internetu nastale usljed posebnih uvjeta internetske komunikacije. Takve jezičke fenomene dijele u tri grupe, ovisno o tome šta je iniciralo njihov nastanak – adaptacijski procesi, jezička senzibilnost i refleksija ili oraliteralitet (hibridizacija govornih i pismenih jezičkih elemenata). Specifične karakteristike navedenih fenomena ilustriraju na brojnim primjerima na nivou leksike, sintakse i ortografije. Tako za prvu grupu navode popunjavanje leksičkih praznina anglicizmima ili tvorbom novih riječi najfrekventnijim modelima tvorbe, objašnjavaju brojne skraćenice i akronime, inflektive (adaptacije iz jezika stripova), emotikone, *leetspeak* (zamjena slova brojevima kao *w8* za *wait*). Kao primjere druge grupe navode jezičke igre, samokorekturu (grešaka nastalih prilikom tipkanja) i metajezičku refleksiju. Treću grupu jezičkih fenomena na internetu teoretski objašnjavaju Kochovim i Oesterreicherovim (1985)⁵ modelom služeći se njihovim konceptom usmene i pismene koncepcije i fonemske i grafemske realizacije jezičkog iskaza te glavnim razlikama između usmene i pismene komunikacije (Ibid.: 107–109, usp. i Schmitz, 2015: 42–45). Kao posljednji aspekt specifičnih karakteristika jezika na internetu predstavljaju semantički aspekt. Na primjeru leksema *Freund* (prijatelj) predstavljaju promjenu značenja uvjetovanu korištenjem te riječi na internetskoj stranici socijalne mreže *Facebook* i nemogućnost predočavanja i razumijevanja promjene značenja tog leksema pomoću teorija značenja riječi, tačnije pomoću komponencijalne i prototipne semantike. Na drugom primjeru istražuju značenje izraza *gefällt mir* (sviđa mi se) na osnovu šest različitih situacija u kojima je on upotrijebljen kao reakcija na određene objave na *Facebooku*. U analiziranim situacijama utvrđuju sedam dinamičnih značenjskih komponenti spomenutog izraza te zaključuju da značenje nije ni genuino semantički niti genuino pragmatički fenomen.

⁵ Koch, P., Oesterreicher, W., 1985. “Sprache der Nähe – Sprache der Distanz. Mündlichkeit und Schriftlichkeit im Spannungsfeld von Sprachtheorie und Sprachgeschichte”. *Romanistisches Jahrbuch*, 36, 15–43.

U narednom poglavlju pod nazivom *Internetska pragmalingvistika*⁶ (*Pragma-Internetlinguistik*, 127–175) upotreba jezika na internetu analizira se iz aspekta pragmalingvistike koja izučava jezik kao djelovanje. Autori prenose, kako ih sami nazivaju, “osnovna tri stupa pragmalingvistike” (Ibid.: 127), i to: teoriju govornih činova (Austin / Searle), analizu konverzacije (Kallmeyer / Schütze⁷ i drugi autori) i konverzacijske implikature (Grice), koji se koriste za opis značenja iskaza i jezičkog djelovanja u *offline*-komunikaciji, na *online*-komunikaciju. Tako naprimjer istražuju i utjecaj govornih činova s web 2.0 na realni svijet i vode se pitanjem da li jezičko *online*-djelovanje može fungirati kao alat za promjene *offline*. Također na jednom primjeru (status na Facebooku) pomoću Griceovog principa kooperativnosti i njegovih maksima konverzacije identificiraju konverzacijske implikature. Bave se i “e-implikaturama” (Ibid.: 146–152) koje se odnose na emocionalno stanje autora te na primjerima pojašnjavaju upotrebu emotikona i “otuđene” ortografije (Ibid.: 147) za izražavanje ekspresivnog značenja. Propituju relevantnost objava na socijalnim mrežama *Facebook* i *Twitter* te zaključuju da se ne radi o povredi maksime relevantnosti već o poštivanju principa kooperativnosti sa ciljem održavanja kontakta s prijateljima (Facebook) odnosno sljedbenicima (Twitter). U nastavku se obaziru i na ulogu medija (internet kao hibridni medij) i komunikacijskog okruženja u kojem nastaje komunikacija na internetu kao konstitutivnog faktora za određivanje konteksta (obaziru se na faktore kao npr. javnost vs. privatnost komunikacije, bliskost vs. anonimnost sudionika komunikacije, interaktivnost, multitasking i dr.). Poglavlje zaokružuju trima primjerima (procesi romantičnog upoznavanja na socijalnim mrežama, modifikacija normi učtivosti kao posljedica *online*-komunikacije, *cybermobbing*) na kojima detaljnije analiziraju korištenje web 2.0 kao proširenog socijalnog interakcijskog prostora (Ibid.: 162–172).

Posljednje poglavlje *Tekstna lingvistika i internet* (*Textlinguistik und Internet*, 177–214) posvećeno je prije svega karakteristikama tekstova na internetu te daje pregled bitnih komunikacijskih oblika i tekstnih vrsta na internetu. Polazeći od već postojećih definicija iz tekstne lingvistike i primjenjujući karakteristike tekstualnosti na internetske tekstove zaključuju da su osnovni koncepti tekstne lingvistike relevantni i primjenjivi i

⁶ Vidi fusnotu 1.

⁷ Kallmeyer, W., Schütze, F., 1976. “Konversationsanalyse”. *Studium Linguistik*, 1, 1–28.

na tekstove koji se susreću na internetu. Dovoljno ih je samo proširiti za specifične karakteristike tekstova na internetu, a to su hipertekstualnost, multimodalnost, fluidnost i dijalogicitet. Dakle, uz pomoć već postojećih koncepata tekstne lingvistike, proširenih za određene specifičnosti tekstova na internetu, autori razrađuju prototipski koncept teksta koji im omogućuje da i one internetske tekstove što ne ispunjavaju sve kriterije tekstualnosti obuhvate tim konceptom. U nastavku pojašnjavaju pojmove komunikacijski oblik i tekstna vrsta. Pod komunikacijskim oblicima podrazumijevaju oblike komunikativnog djelovanja koji su se razvili u nekoj jezičkoj, komunikacijskoj ili kulturnoj zajednici (Ibid.: 197). Pri tom važnu ulogu imaju medijska osnova komunikacijskog oblika i karakter komunikacijske situacije. Komunikacijski oblici na internetu su, između ostalog, web-stranice, socijalne mreže, blogovi, e-mail i dr. Njih određuju i ograničavaju *Constraints* (mogućnosti) i *Affordances* (ograničenja) hibridnog medija internet, a razvili su se kao odgovor na komunikacijske potrebe zajednice. Web-stranica je komunikacijski oblik, a web-stranica jednog preduzeća je tekstna vrsta. Tekstna vrsta je konvencionalizirano rješenje za određeni komunikacijski problem. Oblik jedne tekste vrste određuje komunikacijska situacija, situativni parametri, medij, druge postojeće tekstne vrste i kultura specifična za određenu grupu. Na četiri primjera tekstnih vrsta na internetu (informativna web-stranica, fan-stranica na Facebooku, opravdanje izostanka putem e-maila, popularno-znanstveni blog) ilustriraju raznolikost novih tekstnih vrsta i njihove specifičnosti.

Na kraju možemo zaključiti da knjiga ispunjava namjenu i namjeru autora. S jedne strane može poslužiti studentima kao koristan uvod u područje internetske lingvistike nudeći razumljiv i jednostavan pregled teorije objašnjene na brojnim primjerima te dajući iscrpan popis bibliografije i prijedloge literature za produbljivanje znanja. Sa druge strane, brojni zadaci u sklopu samog teksta knjige i dodatna pitanja na kraju svakog poglavlja omogućavaju predavačima da upotpune nastavu i potaknu studente na razmišljanje i diskusiju.

Literatura

1. Schmitz, U., 2015. *Einführung in die Medienlinguistik*. Darmstadt: WBG.