

Prihvaćeno: 29. studenoga 2019.

**dr. sc. Marija Turk Sakač**

Osnovna škola „Ivan Benković”, Dugo Selo  
marija.sakac@skole.hr

**prof. dr. sc. Blaženka Filipan-Žignić**

Učiteljski fakultet Sveučilišta u Zagrebu  
blazenka.filipan-zignic@ufzg.hr

## PISANJE OSNOVNOŠKOLACA U NOVIM MEDIJIMA – IZAZOV ZA ŠKOLU I UČENIKE

**Sažetak:** *Danas smo svjedoci da u komunikaciji novim medijima (Facebook, WhatsApp i sl.) dolazi do ispreplitanja govora, pisma i slike, a pisani tekstovi u novim medijima nerijetko sadrže elemente usmenoga govora i razgovornoga stila, pa ih stoga Crystal (2006) naziva Netspeakom. Uporaba novih medija dovela je tako do jezičnih promjena na svim lingvističkim razinama, a učestalim razlogom uporabe karakterističnih elemenata javlja se jezična ekonomija koju nerijetko uzrokuju tehnološka ograničenja, tj. ograničenja broja znakova u nekim uslugama novih medija, želja za brzinom komunikacije te uštedom vremena i/ili novca. Mladež već od ranih dana postaje najvjernijim korisnicima novih medija. Zbog brojnih kritika na njihovu pismenost i poznavanje standardnoga jezika, istražili smo procjene 401 učenika 8. razreda o zastupljenosti elemenata jezika novih medija u njihovim tekstovima pisanim kako za potrebe škole, tako i u slobodno vrijeme.*

*Rezultati istraživanja pokazali su da učenici elemente jezika novih medija statistički značajno više rabe u novim medijima u slobodno vrijeme, negoli u pisanim radovima za potrebe škole, bez obzira na spol i županiju u kojoj žive.*

**Ključne riječi:** *elementi jezika novih medija, jezik novih medija, pisani radovi učenika 8. razreda, pismenost mladih*

### UVOD

Danas su djeca i mladi od najranijih dana okruženi osobnim računalima s neograničenim pristupom internetu, mobilnim uređajima, multimedijom, televizorima. Oni pripadaju „digitalnim generacijama” mladih koji žive u drukčijem medijskom okruženju, s drukčijim načinom komunikacije i življenja od mladih prije dvadesetak i više godina (Matijević, Bilić, Opić, 2016).

Generacije mladih koje su odrasle uz digitalne medije Prensky je 2001. nazvao „digitalni urođenici” (*digital natives*), a njihove roditelje „digitalni useljenici” (*digital immigrants*) kao metafora za opisivanje razlika između stavova mladih i starijih osoba u pogledu digitalne tehnologije, odnosno za odrastanje u digitalnoj kulturi (digitalni urođenici), za razliku od dolaska do nje u odrasloj dobi (digitalni useljenik). „Digitalni urođenici” ispunjavaju tri zahtjeva: rođeni su nakon 1980., imaju pristup

digitalnim tehnologijama te imaju vještine za korištenje tih tehnologija na sofisticirani naĉin (Palfrey i Gasser, 2011). Kronološku granicu zapravo nije moguće toĉno postaviti. Uglavnom se uzima 1980., 1981. ili 1982. godina (Palfrey i Gasser, 2011; Car, 2014).

Osnovne karakteristike „digitalnih uroĊenika” su brzo korištenje i primanje informacija, *multitasking*, preferiranje grafike umjesto teksta te hiperteksta umjesto linearnog pristupa, teŹnja umreženom djelovanju, trenutnom zadovoljstvu, uĉestalim nagradama i igri (Prensky, 2011). Mladi nove medije koriste na drukĉiji naĉin negoli ih koriste ili su ih koristile starije generacije. Oni se oslanjaju na tehnologiju više negoli prethodne generacije. Oni koriste internet i mobilni telefon ne samo za obavljanje odreĊenih zadataka, nego i radi druženja i zabave, šalju puno više tekstualnih poruka negoli ostali, ureĊuju svoj profil na društvenim mreŹama i komuniciraju putem njih, ne znaju za Źivot bez televizije i mobilnih telefona, stavljaju vlastite fotografije i videozapise *online*, uĉe, traŹe informacije i dijele ih na drukĉije naĉine od odraslih, a sve to ĉesto rade istovremeno (*multitasking*). Uz to, oni su samopouzđani, liberalni, otvoreni za promjene i pod velikim su utjecajem grupe vršnjaka. MeĊutim, ĉine ozbiljnu pogrešku koje nisu svjesni, a to je odavanje osobnih informacija na društvenim mreŹama ĉime ugroŹavaju svoju privatnost (Vidak, 2014). Ova digitalna mladeŹ danas ĉita manje novina i knjiga, a većinu svojih informacija dobiva na mreŹi, dok s druge strane njihova potreba za stalnim povezivanjem i *online* razgovorima uzrokuje njihovo preopterećenje informacijama te skraćivanje paŹnje (Borgman, 2017). Adolescenti su i najĉešći korisnici novih oblika komunikacije poput *chata*, elektroniĉke pošte, SMS-a, *blogova*, društvenih mreŹa, *YouTube*-a, interaktivnih i virtualnih videoigara. Oni uglavnom mnoge aktivnosti koje su mladi nekad radili na drukĉiji naĉin danas obavljaju putem interneta (razgovor s prijateljima, slušanje glazbe, ĉitanje novina, ĉasopisa i knjiga, kupnja i sl.) (Car, 2014).

Osim naziva „digitalna generacija”, „net-generacija” i „digitalni uroĊenici” za ljude odrasle u medijskom okruŹenju, pojavljuju se i drugi nazivi poput „generacija y”, „*Millennial Generation*”, „*IM* generacija”, „*gamer* generacija”, „*net generi*” i dr. „Za net-generaciju raĉunalo nije tehnologija, nego elementarna sastavnica Źivota, digitalna povezanost i umreženost od esencijalne je vaŹnosti” (Veliĉki, Dumanĉić, Topolovĉan, 2017: 256). U istu ovu skupinu pripadaju i današnji uĉenici u našim osnovnim i srednjim školama. Oni posjeduju mobilne ureĊaje već od poĉetka svojega obveznog obrazovanja te su dio opreme koju redovito nose sa sobom u školu. Tamo ih koriste uglavnom kako bi se igrali na njima, bili dostupni za pozive i poruke ili kako bi pratili zbivanja na društvenim mreŹama.

Pojavom Web 2.0 alata uporaba društvenih mreŹa (*Facebooka*, *Twittera* i dr.) naglo je porasla. U komunikaciji društvenim mreŹama kombiniraju se razliĉiti komunikacijski oblici i stvaraju se novi oblici i nove komunikacijske mogućnosti (Tuor, 2009). U komunikaciji novim medijima dolazi do ispreplitanja jezika, pisma i slike. Jezik, odnosno govor, umjesto da se izgovara, zapisuje se interaktivno. Pismo se ĉesto pretvara u sliku, ali i obrnuto (Filipan-Źigniĉ, 2012). Novi su mediji doveli do toga da su granice izmeĊu govorenoga i pisanoga jezika sve nejasnije te je sve

teže odrediti radi li se o govorenom ili pisanom jeziku (Löffler, 2005). Primjerice, u komunikaciji na internetu prvi put se dogodila činjenica da se pisana riječ rabi u neposrednoj komunikaciji poput one na *Facebooku* ili u pričaoicama. Ovdje je došlo do svojevrsne promjene pisanoga jezika kako bi se on u potpunosti mogao koristiti u pisanoj istovremenoj (točnije kvaziistovremenoj) komunikaciji kakva se odvija u ovim dvjema uslugama. Kod *Facebooka* se radi o pisanom razgovornom jeziku koji se zbog medija ostvaruje u pisanom obliku (Filipan-Žignić, Mošmondor, 2015). Riječ je „o novim pisanim tekstovima s elementima govorenosti”, odnosno o „otipkanim razgovorima” u novim medijima (Storrer, 2001).

Dakle, mladi danas bez puno razmišljanja preuzimaju način pisanja u novim medijima odnosno pisanje koje obiluje elementima jezika novih medija. Ne zamaraju se zbog odstupanja od pravopisne norme hrvatskoga standardnog jezika, već suprotno, da bi se dokazali, nastoje što kreativnije i inovativnije kratiti što više riječi, nizati emotikone (osjećajnike) da bi izrazili osjećaje ili ih zamijenili za riječi ili rečenice, upotrebljavati anglicizme kako bi bili što „suvremeniji” i sl.

U takvoj novoj komunikaciji na svim lingvističkim razinama mogu se pratiti manje ili veće promjene. Stoga se one mogu nazvati i elementima jezika novih medija koji su potvrđeni i u mnogim dosadašnjim domaćim istraživanjima jezika novih medija (Filipan-Žignić, Sobo, Velički, 2012; Filipan-Žignić, Mošmondor, 2015; Filipan-Žignić, Turk Sakač, 2016; Filipan-Žignić, Turk Sakač, Legac, 2017).

Na pravopisnoj razini pojavljuje se pisanje samo malim slovima (*ana bolje ti je da sutis*), samo velikim (*HVALA, NEĆU DOĆI*) ili miješanim slovima (*nogoMeT*) te time dolazi do narušavanja pravopisne norme hrvatskoga jezika. Dolazi i do ponavljanja grafema poput *thanxxx, heeeelllloo, superrrr, daaaaa, opaana* i sl. Na ovoj se razini pojavljuje i pisanje riječi zajedno (*doćićuti u snove*) ili odvojeno (*naj ljepša si*) te do nekorištenja (*Hvala također*) ili nepravilne uporabe interpunkcijskih znakova (*Obaras!! Inbox????, suti!!!!!!*), a dolazi i do grešaka uzrokovanih medijem, npr. kada se pritisne susjedno slovo na tipkovnici (*party je u 2g*). Nekorištenje interpunkcijskih znakova u pisanju mladih u novim medijima postalo je gotovo sveprisutno. Slično je i s pisanjem dijakritičkih znakova na s, c, z, pa su im svakodnevne poruke poput ovih (*Joj leo suti, srecoo najljepsaa*).

Uz njih se na pravopisnoj (točnije grafostilističkoj) razini pojavljuju emotikoni kao jedan od osnovnih karakteristika pisanja u novim medijima. Emotikoni ili osjećajnici služe za izricanje trenutnih osjećaja. To su znakovi odnosno simboli koji prikazuju naše osjećaje, izraz lica te stanje u određenom trenutku (pisane) komunikacije internetom ili SMS-om. Oni na neki način predstavljaju skraćenice za izražavanje smijeha, plača, sarkazma, humora, ironije, zadirkivanja, šaljivosti i drugih raspoloženja, radnji i stanja koji se ogledaju na našem licu. Omiljeni su kod mladih, ali ih koriste i stariji korisnici internetskih usluga, SMS-a i *WhatsApp*. Oni ujedno štede vrijeme potrebno da napišemo kako se osjećamo. Emotikoni se, osim u oblicima 😊, 😄, 😁, 😂, javljaju i u obliku prvobitnih emotikona, tj. osjećajnika smješka i plačka :-), :-D, :-( (te kao pojačani izrazi smijeha :-))))), :-D.D. Osim emotikona pojavljuju se i drugi ikonički znakovi (\*\*\*\*\*, @@@, (((, &&&&, →→, ♥♥ i sl.).

Na morfološkoj razini nema većih odstupanja, osim u tvorbi uzvika i oznaka smijeha (*oooohoooo, uuuuuujjjj, haaaaahaa, i sl.*) te u tvorbi kratica čija je uporaba najčešće posljedica ograničenja znakova u određenim uslugama, kao i štednja vremena, prostora i novaca. Glavni razlog uporabe velikoga broja kratica je jezična ekonomija. Njoj se pridružuje i jezična kreativnost kao jedan od razloga korištenja velikoga broja kratica. Akronimi su najčešći oblik kratica na internetu (*LOL, BTW, LP, BMW*). Nerijetko i sami naslovi znanstvenih radova na temu jezika novih medija odišu duhovitošću ne bi li ukazali na jezičnu kreativnost koja je karakteristična za taj diskurs (npr. Humphrys (2007) – *I h8 txt msgs*; Crystal (2008) – *2b or not 2b*, (2009) – *Txtng – The Gr8 Db8*; Bieswanger (2007) – *2 abbrevi8 or not 2 abbrevi8...*; Yusuf, Natsir, Yusra (2016) – *(.)/ dont 4get 2 txt me plz!...*; Vlastelić i Vrbanac (2014) – *Btw, tnx što me lajkaš! Lol!*), itd.).

Na leksičkoj razini česta je uporaba anglicizama, dijalektizama i vulgarizama. Dakako da engleski kao globalni jezik u današnje digitalno doba snažno utječe na sve jezike s kojima dolazi u kontakt, pa tako i na hrvatski jezik. Mnoge posuđenice engleskoga podrijetla dolazile su u hrvatski jezik iz sporta, a danas dolaze s američkom tehnologijom, filmskom industrijom, industrijom zabave i svime što je povezano sa suvremenom komunikacijom (telekomunikacije i globalna internetska mreža te različiti pretraživači) (Opačić, 2006b). Iako anglicizme koriste sve dobne skupine stanovništva jer simboliziraju moderan način života, mladi su najaktivniji govornici korisnici anglicizama te svakodnevno pišu riječi poput *bed, bejbi, cool, event, fejs, friend, gamer, lajk, level* itd.

Vlastelić i Vrbanec (2014) čak upozoravaju da takvo nekontrolirano unošenje engleskih jezičnih elemenata narušava jezičnu strukturu hrvatskoga jezika, što je vidljivo na svim jezičnim razinama, a posebice na leksičkoj razini, odnosno u tvorbi novih riječi, u preuzimanju engleskih izraza te u njihovoj ukorijenjenosti i općeprihvaćenosti.

Dijalekt se danas, kako općenito, tako i u jeziku novih medija u novim medijima, također često koristi u svrhu grupiranja, raspoznavanja pripadnika iste grupe te identifikacije određenoga regionalnog identiteta (Filipan-Žignić, 2012). Istraživanja pokazuju da su svi dijalekti hrvatskoga jezika (kajkavski, čakavski i štokavski) prisutni i u jeziku novih medija. Može se reći da gotovo i nema neformalnih tekstova mladih koji nisu pisani na dijalektu. Dijalektizmi se nerijetko koriste kao izraz bliskosti te brzine i imitacije govorenoga jezika (*kaj, dođi, cukor, pem, spim, bil, bute, buš, dođem, fala, lejpi, rekel, delala*).

Na leksičkoj razini, osim već opisanih dijalektizama i naizmjenične uporabe engleskoga i hrvatskoga jezika, nailazimo i na vulgarizme domaćega (*ma u pm, j\*\*\* se, sranje, kenjati, kravetina, konjusina, dupe, jbg, odjb*) ili one engleskoga podrijetla (*f\*\*\* you, shit, bitch*).

Na sintaktičkoj razini pojavljuje se medijski uvjetovana sintaksa koju obilježava izbacivanje subjekta, izbacivanje pomoćnoga glagola i izbjegavanje perfekta, što dovodi do korištenja sintagmi bez subjekta (*bio kod tebe, došao, vidio*), sintagmi bez pomoćnoga glagola (*ja čuo ti jučer stigla*) te uporabe aorista i imperfekta umjesto perfekta (*dođoh, vidjeh, stigoh* i sl.). Dijalozi u komunikaciji novim medijima najčešće počinju i završavaju skraćenim pozdravom (*jutro, dan*).

Zbog ovako naočigled olakoga prihvaćanja za jezik „devijantnih normi”, mnogi se jezikoslovci boje „kvarenja” jezika uslijed pisanja u novim medijima poistovjećujući ga s „maskiranjem disleksije”, „lošim pravopisom”, „mentalnom lijenosti”, „krasopisom za nepismene” (Sutherland, 2002; Uthus, 2007) i sl. One koji pišu kratke poruke Humphrys (2007) naziva „vandalima koji čine jeziku ono što je Džingis Kan učinio svojim neprijateljima prije osam stotina godina”, dok Thurlow (2006) opisuje jezik kratkih poruka pretežno pesimističnim terminima poput „neuspješan”, „apokaliptičan”, „kriminalan”, „pokvaren”, „poguban”, „zastrašujući”, „zloglasan”.

Zbog čestih pritužbi učitelja i jezikoslovaca na negativan utjecaj novih medija na pisanje u školi i poznavanje normi standardnoga jezika, počela su se provoditi istraživanja, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj, koja pokušavaju dati odgovor na pitanje utjecaja novih medija na pisanje mladih. Uvidom u strana i domaća istraživanja novih medija, većina autora bavila se analizom uporabe novih medija ili analizom jezika i komunikacije putem novih medija (Crystal, 2006, 2011; Tagg, 2009; Schlobinski, 2002; Storrer, 2001; Tour, 2010; Dürscheid i sur. 2010, 2016; König i Bahlo, 2014; Filipan-Žigni, 2012; Pavličević-Franić, 2005, 2011; Opačić 2006a, 2006b; Žic Fuchs, Broz i Tuđman Vuković, 2013; Nemeth-Janjić i Milinović, 2012; Halonja, 2002. i dr.).

Značajan doprinos istraživanju jezika interneta donosi Crystal u podrobnoj analizi jezika na internetu u knjigama *Language and the Internet* (2006) i *Internet Linguistics* (2011) te jezika SMS poruka u knjizi *Txtng – The Gr8 Db8* (2009). Jezik koji je karakterističan za različite internetske usluge Crystal (2006) naziva *Netspeakom*, a sadrži elemente i govora i pisma.

Koch i Österreicher (1994) opisuju dva koncepta pismenosti, tj. konceptualnu pismenost i konceptualnu usmenost i oni su u novim medijima neprestano u interakciji.

Mnoge studije objavljene u posljednjem desetljeću o odnosu pisanja mladih u novim medijima i pismenosti pokazuju miješani uzorak rezultata (Skelin Horvat, 2015; Plester i sur., 2008, 2009; Crystal, 2009; Kemp i Clayton, 2016; Baron, 2008; Verheijen, 2013, 2016, 2017a, 2017b; Tayebinik i Puteh, 2012. i dr.). Usprkos brojnim pozitivnim korelacijama, postoje i neki negativni nalazi, što dokazuje da pitanje utjecaja novih medija na pismenost mladih nije jednostavno pitanje i da je potrebno provesti još brojna istraživanja ovoga fenomena.

Da bi se dokazalo dolazi li do „kvarenja” jezika doista, odnosno postoji li negativna povezanost između pisanja u novim medijima i pismenosti mladih, potrebno je još sustavnih istraživanja te je u tom smislu potrebno shvatiti i ovo istraživanje u kojem su učenici procijenili njihovu učestalost korištenja elemenata jezika novih medija u pisanim radovima koje pišu u školi i u slobodno vrijeme u novim medijima. Za potrebe ovoga istraživanja putem upitnika analizirani su sljedeći elementi jezika novih medija navedeni ovim redosljedom: kratice, emotikoni, sva velika slova, samo mala slova, mješovita slova, višestruki interpunkcijski znakovi, ikonički znakovi, uzvici i oznake smijeha, sintagme bez subjekta, sintagme bez pomoćnoga glagola, aorist i imperfekt umjesto perfekta, dijalektizmi, anglizmi i vulgarizmi.

## METODOLOGIJA

Cilj istraživanja bio je ispitati procjene učenika 8. razreda o zastupljenosti elemenata jezika novih medija u njihovim radovima pisanim u školi i za školu te u njihovim tekstovima pisanim u slobodno vrijeme s obzirom na spol i županiju u kojoj žive.

U skladu s navedenim ciljem definirane su sljedeće hipoteze istraživanja:

H1. Učenici procjenjuju da elemente jezika novih medija značajno češće rabe u novim medijima negoli u radovima pisanim u školi i za potrebe škole.

H2. Učenici procjenjuju da rijetko rabe elemente jezika novih medija u pisanim radovima za potrebe škole neovisno o spolu i županiji u kojoj žive.

H3. Učenici procjenjuju da često rabe elemente jezika novih medija u novim medijima u slobodno vrijeme, a njihova je procjena neovisna o spolu i županiji u kojoj žive.

Prigodni uzorak ispitanika obuhvaćao je 401 učenika (N = 401) 8. razreda osnovnih škola iz četiriju županija središnjega i sjeverozapadnoga dijela Hrvatske i to iz Varaždinske, Međimurske, Krapinsko-zagorske i Zagrebačke županije. Uzorak je obuhvaćao ukupno osam škola, po dvije škole u odabranim županijama. Istraživanje je provedeno u vremenskom razdoblju od ožujka do lipnja 2017. godine i to nakon dobivene suglasnosti Etičkoga povjerenstva Učiteljskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu i odobrenja roditelja/skrbnika da njihovo dijete sudjeluje u istraživanju. Ispunjavanje anketnoga upitnika je bilo u potpunosti anonimno i dobrovoljno. Istraživanje je provedeno sukladno Etičkom kodeksu istraživanja s djecom i mladima (2003). Učenici su na satu Hrvatskoga jezika popunili Upitnik korištenja elemenata jezika novih medija u pisanim tekstovima (Filipan-Žigniće, Legac, Pahić, Sobo, 2015). Anketni upitnik se sastoji od 14 čestica koje označavaju elemente jezika novih medija. To su: kratice, emotikoni, samo velika slova, samo mala slova, mješovita slova, višestruki interpunkcijski znakovi, ikonički znakovi, uzvici i oznake smijeha, sintagme bez subjekta, sintagme bez pomoćnoga glagola, aorist i imperfekt umjesto perfekta, dijalektizmi, vulgarizmi i anglizmi. Ispitanici su trebali procijeniti dva aspekta: 1) koliko često koriste elemente jezika novih medija u pisanim radovima iz Hrvatskoga jezika u školi ili za potrebe škole te 2) koliko često u svoje slobodno vrijeme koriste navedene elemente jezika novih medija u novim medijima (*Facebook*, pričaonica, forum, SMS, *Viber*, *WhatsApp* i slično), koristeći se odgovorima od 1 do 5 (1 – nikada, 2 – rijetko, 3 – ponekad, 4 – često, 5 – uvijek).

U ovome dijelu istraživanja nezavisne varijable su spol i županija u kojoj žive (Tablica 1.)

**Tablica 1.** Županija učenika

| Županija           | Frekvencija | Postotak | Kumulativni postotak |
|--------------------|-------------|----------|----------------------|
| Varaždinska        | 78          | 19,5     | 19,5                 |
| Međimurska         | 116         | 28,9     | 48,4                 |
| Krapinsko-zagorska | 76          | 19,0     | 67,3                 |
| Zagrebačka         | 131         | 32,7     | 100                  |

Zavisne varijable u istraživanju su:

- procjene učenika 8. razreda osnovne škole o učestalosti zastupljenosti elemenata jezika novih medija u njihovim pisanim radovima u školi i za školu te
  - procjene učenika 8. razreda osnovne škole o učestalosti zastupljenosti elemenata jezika novih medija u njihovim tekstovima pisanim u slobodno vrijeme (*Facebook*, pričaonica, forum, SMS, *Viber*, *WhatsApp*...)
- te će se promatrati povezanost između spomenutih nezavisnih i zavisnih varijabli.

## REZULTATI I RASPRAVA

Potaknuti rezultatima dosadašnjih istraživanja pojavila se potreba za istraživanjima koja će dati odgovor na pitanja u kolikoj mjeri mladi koriste jezik novih medija kada su u školi te u njihovo slobodno vrijeme. Odgovore na ova pitanja pokušalo je dati i ovo naše istraživanje čiji rezultati govore o procjenama uporabe elemenata jezika novih medija u tekstovima pisanim u školi i za potrebe škole te u slobodno vrijeme u novim medijima s obzirom na spol učenika i županiju u kojoj žive.

Prije prikaza složenijih analiza rezultata na temelju podataka koji su prikupljeni anketnim upitnikom prikazana je tablica s osnovnim deskriptivnim parametrima čestica i skala korištenih u istraživanju (minimum, maksimum, aritmetička sredina, standardna devijacija, asimetričnost, zakrivljenost).

**Tablica 2.** Osnovni deskriptivni statistički pokazatelji čestica Skale elemenata jezika novih medija u pisanim radovima iz Hrvatskog jezika u školi i za potrebe škole te u novim medijima u slobodno vrijeme *na uzorku učenika* (N = 401)

|  | U ŠKOLI |     |      |       | U SLOBODNO VRIJEME |     |      |       |
|--|---------|-----|------|-------|--------------------|-----|------|-------|
|  | Min     | Max | M    | sd    | Min                | Max | M    | sd    |
| mješovita slova (unuTar rijEči i sl.)                            | 1       | 5   | 1,19 | 0,669 | 1                  | 5   | 1,68 | 1,126 |
| sintagme bez pomoćnog glagola (ja čuo ti jučer stigla ... i sl.) | 1       | 5   | 1,42 | 0,818 | 1                  | 5   | 2,14 | 1,297 |
| vulgarizmi (j... se, u pm, i sl.)                                | 1       | 5   | 1,51 | 1,116 | 1                  | 5   | 3,17 | 1,529 |
| emotikoni (☺, ☹ i sl.)   | 1       | 5   | 1,70 | 1,151 | 1                  | 5   | 4,11 | 1,108 |
| drugi znakovi (*****, @, @, (((, &&&&, →→, ♥♥ i sl.)             | 1       | 5   | 1,72 | 1,065 | 1                  | 5   | 3,20 | 1,350 |
| kratice (btw, lol, fkt, dns, nmg, odg. i sl.)                    | 1       | 5   | 1,76 | 1,189 | 1                  | 5   | 4,05 | 1,116 |
| samo mala slova (marko je bio u zagrebu i sl.)                   | 1       | 5   | 1,77 | 1,238 | 1                  | 5   | 3,49 | 1,380 |
| sintagme bez subjekta (bio kod tebe i sl.)                       | 1       | 5   | 1,79 | 1,016 | 1                  | 5   | 2,51 | 1,375 |
| sva velika slova (NEĆU DOĆI i sl.)                               | 1       | 5   | 1,80 | 0,986 | 1                  | 5   | 2,90 | 1,216 |

|   |   |   |      |       |   |   |      |       |
|---|---|---|------|-------|---|---|------|-------|
| višestruke interpunkcijske znakove (?????, !!!!!, :::::, ..... i sl.) | 1 | 5 | 2,07 | 1,241 | 1 | 5 | 3,54 | 1,266 |
| anglizmi (šeram, lajkam, forvardiram, fejs i sl.)                     | 1 | 5 | 2,13 | 1,218 | 1 | 5 | 3,74 | 1,312 |
| uzvici i oznake smijeha (oooohoooo, uuuuuujjjj, haaaaahaa, i sl.)     | 1 | 5 | 2,14 | 1,343 | 1 | 5 | 3,99 | 1,127 |
| dijalektizmi (kaj, napravil, plac i sl.)                              | 1 | 5 | 2,49 | 1,347 | 1 | 5 | 4,05 | 1,216 |

Legenda: Min = minimalna vrijednost; Max = maksimalna vrijednost; M = aritmetička sredina; sd = standardna devijacija

Iz prikaza Tablice 2. vidljivo je da učenici procjenjuju da najrjeđe koriste, kako u školskim pisanim radovima tako i u pisanim tekstovima u novim medijima u slobodno vrijeme, mješovita slova unutar riječi ( $M_{\text{škola}} = 1,19$ ,  $sd = 0,669$ ,  $M_{\text{novi mediji}} = 1,68$ ,  $sd = 1,126$ ). U školskim pisanim tekstovima, prema njihovoj procjeni, najčešće koriste dijalektizme ( $M = 2,49$ ,  $sd = 1,347$ ), a u novim medijima emotikone ( $M = 4,11$ ,  $sd = 1,108$ ). Također, procjenjuju da u novim medijima podjednako često koriste i kratice ( $M = 4,05$ ,  $sd = 1,116$ ) i dijalektizme ( $M = 4,05$ ,  $sd = 1,216$ ).

U Tablici 3. vidljivi su rezultati učeničkih procjena zastupljenosti elemenata jezika novih medija u njihovim pisanim radovima u školi i za potrebe škole te u slobodno vrijeme u novim medijima. Iz navedenih je rezultata vidljivo da učenici općenito procjenjuju zastupljenost elemenata jezika novih medija u njihovim pisanim radovima za potrebe škole niskom ( $M = 1,81$ ,  $sd = 0,750$ ) ili u okviru opisne vrijednosne kategorije *rijetko*, a u slobodno vrijeme u novim medijima nešto višom ( $M = 3,28$ ,  $sd = 0,747$ ), u okviru opisne vrijednosne kategorije *ponekad*. T-test pokazuje da su razlike između ovih aritmetičkih sredina statistički značajne ( $t = -30,631$ ,  $df = 400$ ,  $p < 0,001$ ). To znači da možemo utvrditi da učenici procjenjuju da u slobodno vrijeme češće koriste elemente jezika novih medija nego u školi.

**Tablica 3.** Deskriptivna statistika za skalu zastupljenosti elemenata jezika novih medija na uzorku učenika (N = 401)

|  | Min | Max  | M    | sd    | asim. | zacr. |
|--|-----|------|------|-------|-------|-------|
| Zastupljenost elemenata jezika novih medija u pisanim radovima iz Hrvatskoga jezika u školi i za potrebe škole | 1   | 4,54 | 1,81 | 0,750 | 1,25  | 1,12  |
| Zastupljenost elemenata jezika novih medija u slobodno vrijeme u novim medijima                                | 1   | 5    | 3,28 | 0,747 | -0,26 | -0,01 |

Legenda: Min = minimalna vrijednost; Max = maksimalna vrijednost; M = aritmetička sredina; sd = standardna devijacija, asim. = asimetričnost; zacr. = zakrivljenost

Rezultati provedene analize varijance za testiranje razlika u učeničkim procjenama zastupljenosti elemenata jezika novih medija u pisanim radovima za potrebe škole s obzirom na spol učenika i županiju u kojoj žive pokazalo je da nema razlike između učenika i učenica, kao ni među učenicima iz različitih županija, odnosno da dobivene razlike nisu statistički značajne ( $F_{\text{spol}} = 1,381$ ,  $df = 399$ ,  $p = 0,241$ ;  $F_{\text{županija}} = 1,464$ ,  $df = 397$ ,  $p = 0,224$ ). Međutim, budući da je Levenov test homogenosti



varijance pokazao da se varijance unutar kategorija varijabli spola i županije statistički značajno razlikuju, odnosno da su unutargrupne razlike veće od razlike među grupama ( $p < 0,01$ ), dodatno su provedeni neparametrijski Mann-Whitneyjev U-test za spol te Kruskal-Wallisov za nezavisnu varijablu županije koji također potvrđuju nepostojanje statistički značajnih razlika ( $p_{\text{spol}} = 0,827$ ,  $p_{\text{županija}} = 0,127$ ).

Testiranje razlika u učeničkim procjenama zastupljenosti elemenata jezika novih medija u slobodno vrijeme u novim medijima s obzirom na spol učenika i županiju u kojoj učenici žive također je pokazalo da razlike nisu statistički značajne ( $F_{\text{spol}} = 1,538$ ,  $df = 399$ ,  $p = 0,216$ ;  $F_{\text{županija}} = 2,131$ ,  $df = 397$ ,  $p = 0,096$ ). Levenov test homogenosti varijance pokazao je da su varijance unutar kategorija nezavisne varijable županije u kojoj učenici žive homogene ( $p > 0,05$ ), međutim, za varijablu spola se značajno razlikuju ( $p < 0,01$ ). Kao i u prethodnom slučaju, za nezavisnu varijablu spola dodatno je proveden neparametrijski Mann-Whitneyjev U-test koji je potvrdio statističku neznačajnost dobivene razlike ( $p = 0,182$ ).

**Tablica 4.** Aritmetičke sredine i standardne devijacije učeničkih procjena zastupljenosti elemenata jezika novih medija s obzirom na spol učenika (N = 401)

| Spol učenika  | Broj učenika (N) | U školi             |                       | U slobodno vrijeme  |                       |
|---------------|------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
|               |                  | Aritmetička sredina | Standardna devijacija | Aritmetička sredina | Standardna devijacija |
| Muški         | 198              | 1,85                | 0,812                 | 3,23                | 0,818                 |
| <b>Ženski</b> | 203              | 1,76                | 0,684                 | 3,32                | 0,670                 |

**Tablica 5.** Aritmetičke sredine i standardne devijacije učeničkih procjena zastupljenosti elemenata jezika novih medija s obzirom na županiju u kojoj učenici žive (N = 401)

| Županija           | Broj učenika (N) | U školi             |                       | U slobodno vrijeme  |                       |
|--------------------|------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------|
|                    |                  | Aritmetička sredina | Standardna devijacija | Aritmetička sredina | Standardna devijacija |
| Varaždinska        | 78               | 1,66                | 0,695                 | 3,39                | 0,758                 |
| Međimurska         | 116              | 1,89                | 0,914                 | 3,24                | 0,787                 |
| Krapinsko-zagorska | 76               | 1,83                | 0,652                 | 3,12                | 0,649                 |
| Zagrebačka         | 131              | 1,80                | 0,665                 | 3,34                | 0,748                 |

Dobiveni rezultati potvrđuju polaznu hipotezu da će učenici procijeniti da rijetko rabe elemente jezika novih medija u školi i za potrebe škole, a njihove se procjene ne razlikuju s obzirom na spol učenika i županiju u kojoj žive.

Nalazi učeničke procjene zastupljenosti elemenata jezika novih medija u slobodno vrijeme u novim medijima također su u skladu s polaznim očekivanjima. Učenici procjenjuju da relativno često koriste elemente jezika novih medija u slobodno vrijeme u novim medijima, a njihove se procjene ne razlikuju s obzirom na spol i županiju u kojoj žive. Ove procjene ukazuju na to da učenici znaju kako je potrebno pisati u školi i formalnim situacijama, a jezik novih medija gotovo isključivo koriste u komunikaciji novim medijima.

Sliċno rezultatima našega istraŹivanja i Verheijen (2016) zakljuċuje kako odstupanja od standardnoga jezika i vještine tradicionalnoga pisanja ne uzrokuje pisanje u novim medijima, veċ se radi o dva registra pisanja odvojeno zbog ĉega nema razloga za veliku zabrinutost zbog bilo kakvoga utjecaja *WhatsApp* na školsku pismenost mladih. Štoviše, njihovi rezultati su pokazali da raĉunalno posredovana komunikacija više pozitivno utjeĉe na vještinu pisanja nego negativno (Verheijen, 2017b). Dürscheid i dr. (2010) projektom *Schreibkompetenz und neue Medien* zakljuċuju da pisanje u novim medijima ne utjeĉe negativno na pismenost mladih Švicaraca. Nizozemsko istraŹivanje o utjecaju jezika kratkih poruka pisanih mobilnim telefonom na gramatiku i izvršne funkcije osnovnoškolske djece potvrdilo je postojanje pozitivnoga utjecaja pisanja poruka na dječju gramatiku jer njima mogu poboljšati svoje gramatiċke sposobnosti te takoĊer odbacuju nagaĊanja o propadanju jezika uslijed pisanja u novim medijima. To dakle govori kako uporaba i pisanje kratkih poruka moŹe dovesti do poboljšanja dječje lingvistiċke svijesti i pojaĉane osjetljivosti na jezik. Zakljuċci dviju engleskih studija što su proveli Plester, Wood i Bell (2008) pokazali su da nema dokaza da je pisanje kratica u kratkim porukama kod djece od 11 do 12 godina negativno povezano s njihovim pismenim jeziĉnim kompetencijama, veċ da postoji znaĉajna pozitivna korelacija meĊu udjelima kratice koje koriste djeca od 10 i 11 godina u vjeŹbama prevoĊenja i pravopisnih sposobnosti na standardnom engleskom tekstu. Plester, Wood i Joshi (2009) pronašli su pozitivne korelacije izmeĊu gustoće pisanja kratkih poruka i ĉitanja, rjeĉnika i fonološke svijesti. O temi jezika mladih kao varijetetu pisali su još Schlobinski (2002) koji takoĊer ističe da pisanje u novim medijima ne utjeĉe negativno na pismenost mladih. Tek neznatan je broj istraŹivanja koja pokazuju negativan utjecaj novih medija na pismenost mladih poput Tayebinika i Puteha (2012) koji su pokazali da je pisanje kratkih poruka negativno utjecalo na njihovo formalno pisanje, govor, gramatiċke vještine i pravopisne sposobnosti, dok Rosen i suradnici (2009) donose podatke koji odraŹavaju negativnu povezanost izmeĊu upotrebe kratkih poruka u svakodnevnim komunikacijama i formalnim pisanjem te pozitivnu povezanost izmeĊu upotrebe kratkih poruka i neformalnog pisanja, a ti su odnosi razliĉiti po spolu i razini obrazovanja te osobito utjeĉu na one koji nemaju fakultetsko obrazovanje.

Filipan-Žigniċ i suradnici (2015, 2016, 2017) svojim su istraŹivanjima pokušali ispitati stvarnu pismenost mladih u Hrvatskoj, prije svega meĊu srednjoškolcima. Na temelju dobivenih rezultata zakljuċuju da se uĉenike srednjih škola ne moŹe smatrati nepismenima jer u radovima pisanim u školi pišu gotovo iskljuĉivo standardnim jezikom, kako u nastavi Hrvatskoga jezika, tako i u nastavi stranih jezika. Istovremeno njihovo pisanje u novim medijima obiluje odstupanjima od normi standardnoga jezika na fonološkoj, grafostilistiċkoj, morfološkoj, sintaktiċkoj, leksiċkoj i hipertekstualnoj razini što znaĉi da su mladi svjesni pravila da je u školi obavezno korištenje standardnoga jezika bez obzira na ĉinjenicu da inaĉe u novim medijima koriste jezik pun elemenata koji su karakteristiĉni za nove medije.

Prethodno provedeno pilot-istraŹivanje autorica ovoga rada o procjenama uĉenika 8. razreda o njihovom pisanju u školi i u slobodno vrijeme u novim medijima

(2016, 2017) temeljeno na puno manjem uzorku od samo 56 ispitanika također je pokazalo da većina učenika 8. razreda u školskim pisanim radovima nikad ili vrlo rijetko koristi elemente jezika novih medija, dok istovremeno većinu elemenata jezika novih medija koriste samo kada pišu u novim medijima u svoje slobodno vrijeme.

## ZAKLJUČAK

Rezultati ovoga istraživanja potvrdili su sve polazne hipoteze. Naime, dobiveni rezultati potvrđuju polaznu hipotezu prema kojoj učenici procjenjuju da rijetko rabe elemente jezika novih medija u tekstovima pisanim u školi i za potrebe škole, a njihove se procjene ne razlikuju s obzirom na spol učenika i županiju u kojoj žive.

Nalazi učeničkih procjena zastupljenosti elemenata jezika novih medija u slobodno vrijeme u novim medijima također su u skladu s polaznim očekivanjima. Učenici procjenjuju da relativno često koriste elemente jezika novih medija u slobodno vrijeme na *Facebooku*, u pričaonici, forumu, SMS porukama, (*Viberu*, *WhatsAppu*...) i sl., a njihove se procjene ne razlikuju s obzirom na spol i županiju u kojoj žive.

Učenici procjenjuju da najrjeđe koriste, kako u školskim pisanim radovima, tako i u pisanim tekstovima u novim medijima u slobodno vrijeme, mješovita slova unutar riječi. U školskim pisanim tekstovima, prema njihovoj procjeni, najčešće koriste dijalektizme, a u novim medijima emotikone. Nakon emotikona, na drugom mjestu u novim medijima nalaze se i kratice i dijalektizmi za koje učenici procjenjuju da ih rabe gotovo podjednako.

Moguća ograničenja ovoga istraživanja očituju se eventualno u nerazumijevanju pojedinih čestica upitnika, tj. elemenata jezika novih medija, iako je uz svaki element navedeno i objašnjenje u smislu primjera toga elementa jezika novih medija. U primjeru kratice navedeni su primjeri *btw*, *lol*, *ftk*, *dns*, *omg* kako bi se ispitanicima ukazalo da se ne misli na uobičajene kratice (*itd.*, *i sl.*, *OŠ*) koje su u skladu s pravopisnom normom, već kratice koje su se pojavile tek uporabom novih medija i najčešće nastaju nepravilnom tvorbom. Također, u ovom se istraživanju očekivalo da učenici razumiju čestice: *aorist i imperfekt umjesto perfekta*, *sintagme bez subjekta*, *sintagme bez pomoćnog glagola* i dr. jer su prema aktualnom Nastavnom planu i programu učili sve navedene pojmove u sklopu nastave Hrvatskoga jezika.

Rezultati ovoga istraživanja, kao i neka druga u ovome radu već spomenuta istraživanja, govore u prilog tvrdnji kako pisanje u novim medijima ne utječe negativno na pismenost mladih te da se jezik osnovnoškolaca u školskim radovima ne pogoršava zbog upotrebe elemenata jezika novih medija na *Facebooku*, u pričaonici, forumu, SMS porukama, *Viberu*, *WhatsAppu* i sl. No, ona malobrojna istraživanja s rezultatima koji pokazuju određeni negativni utjecaj na pismenost učenika, tj. na poznavanje standarda, potiču da se proučavanje pisanja mladih istraži u svim aspektima njihove komunikacije, na što će, vjerujemo, potaknuti i ovo naše istraživanje.

Zasigurno bi točnije rezultate trebalo očekivati od proučavanja samih tekstova koje učenici pišu u školi ili za potrebe škole, kao i u slobodno vrijeme, primjerice alatima korpusne lingvistike poput *WordSmith* programa za analizu tekstova, negoli od istraživanja procjena samih učenika, a koje autorice upravo i provode. Rezultati

će dakako pokazati hoće li se i u kojoj mjeri procjene učenika osmih razreda poklapati s analizom njihovih pismenih uradaka koje pišu kako u školi, tako i u svoje slobodno vrijeme u novim medijima.

Zanimljive bi rezultate pokazalo i istraživanje učinka tehničkih rješenja u sučelju te samih mogućnosti analiziranih alata i platformi koji bez sumnje u nekoj mjeri utječu na način uporabe, no to će biti temom nekoga budućega istraživanja.

Na samom kraju želimo istaknuti kako rezultati našega istraživanja ukazuju na to da učenici znaju kako je potrebno pisati u školi i u formalnim situacijama, a jezik novih medija gotovo isključivo koriste u komunikaciji novim medijima. To pak govori o razvijenom stupnju usvojenosti komunikacijske kompetencije učenika, a takav odnos mladih prema jeziku treba podržavati i osvješćivati. Stoga, zanesenost mladih komunikacijom novim medijima i gotovo stvaralačkom uporabom elemenata jezika novih medija, obrazovni sustav svakako mora iskoristiti u procesu poučavanja, posebice jezika. Na činjenicu da novi mediji utječu na komunikaciju te da se promjene reflektiraju i na jezik, škola mora reagirati te unijeti promjene u svoj sustav kroz nastavni plan i program, edukaciju učitelja, infrastrukturu i sl. Na taj se način nastava približava učeniku i njegovim potrebama. Učenik time postaje ravnopravni subjekt nastave čiji se interesi poštuju. To bi mladima svakako bio dodatan poticaj u učenju i usavršavanju njihove komunikacijske kompetencije koja će im omogućiti ravnopravno uključivanje u sve vrste jezičnih djelatnosti. Da bi učitelji bili sposobni pristupiti nastavi i poučavanju jezika na takav način, potrebno je da se upoznaju sa samim fenomenom jezika novih medija te svim njegovim značajkama kroz različite oblike edukacije, primjerice na županijskim stručnim vijećima kroz radionice, predavanja i sl., a vjerujemo da će ovo istraživanje i njegovi rezultati svakako biti jedan kotačić u tome nastojanju.

## LITERATURA

1. Baron, N. S. (2008). *Always On: Language in an Online and Mobile World*. New York: Oxford University Press. Preuzeto s: [https://books.google.hr/books?id=K8t5aO-Cjf-UC&pg=PA3&hl=hr&source=gbs\\_toc\\_r&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.hr/books?id=K8t5aO-Cjf-UC&pg=PA3&hl=hr&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false) (29.12.2017.)
2. Bieswanger, M. (2007). 2 abbrevi8 or not 2 abbrevi8: A Contrastive Analysis of different Space- and Time-Saving Strategies in English and German Text Messages. *Texas Linguistics Forum 50*. Austin: University of Texas.
3. Borgman, D. (2017). *Digital Age*. Preuzeto s: <http://cultureandyouth.org/digital-age/> (31.10.2017.)
4. Car, S. (2014). *Uloga društvenih mreža u vršnjačkim odnosima adolescenata (Doktorska disertacija)*. Zagreb: Filozofski fakultet.
5. Crystal, D. (2006). *Language and the Internet*. Cambridge: University Press.
6. Crystal, D. (2008). *2b or not 2b*. Preuzeto s: <http://www.theguardian.com/books/2008/jul/05/saturdayreviewsfeatres.guardianreview> (2.3.2016.)
7. Crystal, D. (2009). *Txtng. The Gr8 Db8*. Oxford: University Press. Preuzeto s: [https://books.google.hr/books?id=HN8VDAAAQBAJ&pg=PA11&hl=hr&source=gbs\\_toc\\_r&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.hr/books?id=HN8VDAAAQBAJ&pg=PA11&hl=hr&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false) (30.11.2017.)
8. Crystal, D. (2011). *Internet linguistic*. London/New York. Routledge.
9. Dürscheid, Ch., Wagner, F., Brommer, S. (2010). *Wie Jugendliche schreiben*. Berlin/New York. De Gruyter.

10. Dürscheid, Ch., Frick, K. (2016). *Schreiben digital Wie das Internet unsere Alltagskommunikation verändert*. Stuttgart: Kröner.
11. Etički kodeks istraživanja s djecom. 2003. Ur. Ajduković, M.; Kolesarić, V. Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži – Vijeće za djecu Vlade Republike Hrvatske. Zagreb.
12. Filipan-Žignić, B. (2012). *O jeziku novih medija. Kvare li novi mediji suvremeni jezik?* Split: Matica hrvatska.
13. Filipan-Žignić, B., Sobo, K., Velički, D. (2012). SMS Communication – Croatian SMS Language Features as Compared with those in German and English speaking Countries. *Revija za elementarno izobraževanje*, Maribor, 5: 5–22.
14. Filipan-Žignić, B., Legac, V., Pahić, T., Sobo, K. (2015). New Literacy of Young People Caused by the Use of New Media. *Procedia-Social and Behavioral Journal*. 1 (2015), 192C: 179–186.
15. Filipan-Žignić, B., Mošmondor, L. (2015). Jezična promjena uzrokovana novim medijem internetom. Primjer Facebooka na hrvatskom i njemačkom jeziku. In: S. A. Toth, *A Magyar Tudomány napján elhangzott horvat (es angol) nyelvű előadások gyűjteménye 2013-IG* (str. 27–45). Baja: Eötvös József Főiskolán.
16. Filipan-Žignić, B., Legac, V., Sobo, K. (2016). The Influence of the Language of New Media on the Literacy of Young People in Their School Assignments and in Leisure. *Linguistics Beyond And Within*. Lingbaw. 2 (2016): 77–96.
17. Filipan-Žignić, B., Turk Sakač, M. (2016). Utjecaj novih medija na jezik mladih u pisanim radovima. *Slavistična revija*. 4 (2016): 463–474.
18. Filipan-Žignić, B., Turk Sakač, M., Legac, V. (2017). Some Elements of the Language of New Media in Primary School Student's Written Assignments. *Yearbook of the Faculty of Education*. 14 (2017): 146–162.
19. Halonja, A. (2002). *Priprema i obrada korpusa hrvatskih pričaonica i mrežnih novina (Magistarski rad)*. Zagreb: Filozofski fakultet.
20. Humphrys, J. (2007). I h8 txt msgs: How texting is wrecking our language. *MailOnline*. Preuzeto s: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-483511/I-h8-txt-msgs-How-texting-wrecking-language.html> (4.3.2016.)
21. Kemp, N., Clayton, J. (2016). University students vary their use of textese in digital messages to suit the recipient. *Journal of Research in Reading*, Volume 00, Issue 00, 2016, pp 1–17. Preuzeto s: [http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9817.12074/epdf?r3\\_referer=wol&tracking\\_action=preview\\_click&show\\_checkout=1&purchase\\_referrer=onlinelibrary.wiley.com&purchase\\_site\\_license=LICENSE\\_DENIED\\_NO\\_CUSTOMER](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9817.12074/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=onlinelibrary.wiley.com&purchase_site_license=LICENSE_DENIED_NO_CUSTOMER) (10.4.2016.)
22. Koch, P., Osterreicher, W. (1994). Unterscheidung von medialer und konzeptueller Mündlichkeit bzw. Schriftlichkeit. Schrift und Schriftlichkeit. *Writing and Its Use* (587–604). Berlin; New York: de Gruyter.
23. König, K., Bahlo, N. (2014). SMS, WhatsApp & Co. – Forschungsstand und Analyseperspektiven. U: König, K., Bahlo, N. (ur.) *SMS, WhatsApp & Co. Gattungsanalytische, kontrastive und variationslinguistische Perspektiven zur Analyse mobiler Kommunikation* (str. 1–16). Wissenschaftliche Schriften der WWU Münster.
24. Löffler, H. (2005). *Germanistische Soziolinguistik*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
25. Matijević, M., Bilić, V., Opić, S. (2016). Pedagogija za učenike i nastavnike. Zagreb: Školska knjiga.
26. Nemeth-Janjić, J., Milinović, A. (2012). Hrvatski jezik na mrežnim forumima. *Jezik*, 59 (2): 41–80.

27. Opačić, N. (2006a). *Hrvatski u zagradama. Globalizacijske jezične stranputice*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
28. Opačić, N. (2006b). Prodor engleskih riječi u hrvatski jezik. *Jezik*, 54, str. 22–27.
29. Palfrey, J., Gasser, U. (2011). Reclaiming an Awkward Term: What We Might Learn from „Digital Natives“. U: Thomas, M. (ur.). *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology and the New Literacies* (str. 186–204). New York & London: Routledge.
30. Pavličević-Franić, D. (2011). *Jezikopisnice*. Zagreb: Alfa.
31. Plester, B., Wood, C., Bell, V. (2008). *Txt msg n school literacy: does texting and knowledge of text abbreviations adversely affect children's literacy attainment?* Preuzeto s: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1741-4369.2008.00489.x/pdf> (29.11.2017.)
32. Plester, B., Wood, C., Joshi, P. (2009). Exploring the Relationship Between Children's Knowledge of Text Message Abbreviations and School Literacy Outcomes. *British Journal of Developmental Psychology* 27 (2009): 145–61.
33. Prensky, M. (2001). Digital Wisdom and Homo Sapiens Digital. U: Thomas, M. (ur.). *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology and the New Literacies* (str. 15–29). New York & London: Routledge.
34. Rosen, L. D., Chang, J., Erwin, L., Carrier, L. M., Cheever, N. A. (2009). *The Relationship between "Textisms" and Formal and Informal Writing Among Young Adults*. Preuzeto s: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650210362465> (30.12.2017.)
35. Schlobinski, P. (2002). *Jugendsprache und Jugendkultur*. Preuzeto s: <http://www.bpb.de/apuz/27135/jugendsprache-und-jugendkultur?p=all> (4.8.2016.)
36. Skelin Horvat, A. (2015). Jezik adolescenata – od slenga preko kolokvijalnoga do standarda. U: Suvala, A., Pandžić, J. (ur.). *Nestandardni hrvatski jezik prema standardnom hrvatskom jeziku* (str. 67–72) Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje.
37. Storrer, A. (2001). Getippte Gespräche oder dialogische Texte? Zur kommunikationstheoretischen Einordnung der Chat-Kommunikation. *Sprache im Alltag. Beiträge zu neuen Perspektiven in der Linguistik* (439–466).
38. Sutherland, J. (2002). *Cn u txt?* Preuzeto s: <https://www.theguardian.com/technology/2002/nov/11/mobilephones2> (10.5.2017.)
39. Tagg, C. (2009). *A Corpus Linguistics Study of SMS Text Messaging (Doktorska disertacija)*. The University of Birmingham. Preuzeto s: <http://etheses.bham.ac.uk/253/1/Tagg09PhD.pdf> (5.9.2017.)
40. Tayebinik, M., Puteh, M. (2012). Txt msg n English Language Literacy. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 66 ( 2012 ): 97–105.
41. Thurlow, C. (2006). From Statistical Panic to Moral Panic: The Meta discursive Construction and Popular Exaggeration of New Media Language in the Print Media. *Journal of Computer-Mediated Communication* 11 (2006): 667–701. Preuzeto s: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2006.00031.x/epdf> (29.12.2017.)
42. Tuor, N. (2009). Online-Netzwerke. Eine kommunikationstheoretische, sozialpsychologische und soziolinguistische Analyse. Preuzeto s: <http://www.mediensprache.net/network/network-55.pdf>. In: *Networkx*. br. 55. Rev. 2009-08-25. (4.3.2016.)
43. Uthus, E. (2007). *Text messages destroying our language*. Preuzeto s: [http://www.dailymail.com/opinion/article\\_ba2302c0-41f1-5e0b-9afe-07daeeda5e7e.html](http://www.dailymail.com/opinion/article_ba2302c0-41f1-5e0b-9afe-07daeeda5e7e.html) (10.5.2017.)
44. Velički, D., Dumančić, M., Topolovčan, T. (2017). The Net Generation, the Internet, and Political Communication and Participation. *Croatian Journal of Education*. 19 (1): 237–266.
45. Verheijen, L. (2013). The Effects of Text Messaging and Instant Messaging on Literacy, *English Studies*, 94 (5): 582–602. Preuzeto s: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.10>

- 80/0013838X.2013.795737 (29.12.2017.)
46. Verheijen, L. (2016). Linguistic Characteristics of Dutch Computer-Mediated Communication: CMC and School Writing Compared. *Proceedings of the 4th Conference on CMC and Social Media Corpora for the Humanities*, Ljubljana. Preuzeto s: [https://www.researchgate.net/publication/308288838\\_Linguistic\\_characteristics\\_of\\_Dutch\\_computer-mediated\\_communication\\_CMC\\_and\\_school\\_writing\\_compared](https://www.researchgate.net/publication/308288838_Linguistic_characteristics_of_Dutch_computer-mediated_communication_CMC_and_school_writing_compared) (2.1.2018.)
  47. Verheijen, L. (2017a). WhatsApp with social media slang? Youth language use in Dutch written computer-mediated communication. U: Fišer, D., Beißwenger, M. (ur.) *Investigating computer-mediated communication: corpus-based approaches to language in the digital world* (str. 72–101). Ljubljana: University Press, Faculty of Arts.
  48. Verheijen, L. (2017b). *What's up with WhatsApp? The effects of social media on Dutch youths' school writings*. Preuzeto s: [https://www.tilburguniversity.edu/upload/4a6e00c8-25fa-4235-9267-bc43e54d7252\\_Abstract%20-%20Verheijen.pdf](https://www.tilburguniversity.edu/upload/4a6e00c8-25fa-4235-9267-bc43e54d7252_Abstract%20-%20Verheijen.pdf) (2.1.2018.)
  49. Vidak, I. (2014). Facebook, komunikacija 21. stoljeća. *Praktični menadžment*, V (1): 48–52.
  50. Vlastelić, A., Vrbanac, S. (2014). Btw, tnx što me lajkaš! Lol:) Istraživanje utjecaja medija na rječnik hrvatskih studenata. *Standardni jezici i sociolekti u 21. stoljeću - Zbornik radova s međunarodnoga znanstvenoga skupa Hrvatskoga društva za primijenjenu lingvistiku održanoga 18. - 20. travnja 2013. u Dubrovniku* (str. 177–194). Zagreb: Srednja Europa; Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.
  51. Yusuf, Y., Q., Natsir, Y., Yusra, S. R. (2016). (.\_)/ dont 4get 2 txt me plz! Linguistic and Discoursal Features of Short Message Service by Female Texters. *3L: Language, Linguistics, Literature&reg The Southeast Asian Journal of English Language Studies*. (22) 1: 81–96.
  52. Žic Fuchs, M., Broz, V., Tuđman Vuković N. (2013). Communication technologies and their influence on language: the notion of *convection* revisited. *Jezikoslovlje* 14 (1): 65–84.