

Znakovi usmene komunikacije u pisanoj komunikaciji na IRC-u i ICQ-u

Ivan Ivas*
Lana Žaja**

SAŽETAK

Nove tehnologije mogu promijeniti, i redovito mijenjaju ljudsku komunikaciju, a time i ljudsko društvo. Tako je i s komunikacijom putem računala. Oni koji komuniciraju računalom koriste se prednostima toga medija i nastoje prevladati njegova ograničenja. Jedan od nedostataka je fizička odsutnost sugovornika i stvarne situacije komuniciranja, a time velikog bogatstva informacija koje teku neverbalnim (nejezičnim) i koverbalnim (uzjezičnim) kanalima. Komunikatori pomoću raspoloživih sredstava u sklopu medija pisma, točnije, raspoloživog repertoara znakova na tipkovnici, signaliziraju i one elemente govorne komunikacije u stvarnoj situaciji koji se u pisanju obično ne javljaju. Neki su od tih postupaka upotrebljavani i ranije, u drugim medijima (primjerice, pokazatelji prozodijskih obilježja govora posebnim načinom pisanja slova u stripu), a neke možemo smatrati izumom koji je potaknuo novi medij (kao emotikoni). Nakon semiotičke, semantičke i stilističke analize postupaka, zaključili smo da komunikacijske inovacije ubrzo postaju dio žargona korisnika novoga medija.

Ključne riječi: komunikacija putem računala, pisana komunikacija, Internet, emotikoni, govorna komunikacija, neverbalna komunikacija

* Ivan Ivas, Filozofski fakultet, Zagreb, e-mail: iivas@mudrac.ffzg.hr

** Lana Žaja, e-mail: lanazaja@hotmail.com

Uvod

U članku ćemo nastojati odrediti obilježja interpersonalnog privatnog komuniciranja pretežno mlađih korisnika programa IRC i ICQ¹ na Internetu (razgovora u prividnom ili virtualnom prostoru, za koji je uobičajen naziv *cyber-talk*) koja proizlaze iz pokušaja da se prevladaju ograničenja koja nameće medij pisma te nedostatak tjelesne prisutnosti sudionika u razgovoru i fizičkih obilježja stvarne situacije.

Paradoksalno je da se taj novi medij obilno koristi za privatno komuniciranje iako sužava glavne kanale kojima teku interakcijske poruke.² Zato će u središtu pozornosti biti znakovne kompenzacije za bestjelesnost, koju se smatra svojstvom komuniciranja u takozvanom *prividnom (virtualnom) prostoru* (kiber-prostor ili *cyberspace*). Te znakovne kompenzacije poslužit će nam kao potvrda za relativizaciju uobičajene podjele znakova na verbalne i neverbalne, u kojoj se prve smatra netjelesnima, a druge se povezuje s vidljivim tjelesnim pokretima i oblicima. Takvo poimanje utvrđuje i stručna i popularna terminologija, primjerice izraz *tjelesna komunikacija (bodily communication)*, kojim se označava samo komunikacija vidljivim neverbalnim znakovima (vidljivi tjelesni pokreti i oblici te odnosi u prostoru i vremenu). Kao da verbalni sloj govora nije tjelesnog podrijetla i kao da govorenje nije fizičko manifestiranje međusobno isprepletenih jezičnih (verbalnih), uzjezičnih (koverbalnih, često nespretno zvanih još i “paralingvističkih”) i nejezičnih (neverbalnih ili “ekstralingvističkih”) znakova ozvučenim pokretima, dakako – tjelesnim. Spomenute znakovne kompenzacije, koje ćemo još nazvati i *znakovima govora*, poslužit će nam i za potvrdu zaključka da takozvani virtualni prostor računalne komunikacije nije sasvim bestjelesan.

Znakovi govora u pisanju

Većina komunikacija na Internetu je pisana; ako ne komuniciraju audio ili čak audio-vizualnim kanalom, što je u novije vrijeme moguće, sudionici razgovora se ne vide i ne čuju. Zato im nedostaju neki znakovi svojstveni govornom komuniciranju.

Bitnim obilježjem govora smatramo miješanje triju vrsta znakova – verbalnih (jezičnih), neverbalnih (nejezičnih) i znakova koji imaju obilježja i funkcije i verbalnih i neverbalnih znakova, a zovemo ih koverbalnima (uzjezičnima). Posljednje dvije vrste znakova izravnije nego prva označuju fizički aspekt komuniciranja, to jest tijelo u prostoru i vremenu komuniciranja, a time i jednu od osnovnih potreba ljudskog komuniciranja, izražavanje osobnosti i nastojanje da se dopre do sugovornikove osobnosti. U pisanom mediju nejezična

i uzjezična komponenta govorne komunikacije tek su naznačene, pa će biti zanimljivo vidjeti kako se prevladava taj glavni nedostatak medija – suženost kanala koji u govoru integriraju, pojačavaju, dopunjuju i zamjenjuju verbalni sloj poruke, a često mu i proturječe – namjerno (tvoreći figure) i nenamjerno (pokazujući neiskrenost).

Neki autori misle da je pojavom računalne komunikacije stvarnost (a njome i tjelesnost) ugrožena, u smislu da će biti zamijenjena simulacijom stvarnosti ili prividnom stvarnošću (Weibel, 1991, prema Angerer, 1999). No, mislimo da ne treba tako oštro dijeliti stvarnost, niti treba vjerovati u neotpornost tijela u novim uvjetima. Jer već je tijelo prvi medij, ujedno i sam svoj sadržaj, koji stvarnost, već samim tim što je propuštena kroz tijelo i tako prerađena, čini virtualnom: stvarnost čovjeku ne može biti drugačija nego virtualna. Tijelo neizbježno sudjeluje u konstruiranju stvarnosti (virtualnosti), pa se zna oduprjeti uokvirivanju kad ga se uklapa u razne nove medije.

Pisanje, zbog vremenskog odmaka, ali i zbog suženosti uzjezičnih i nejezičnih kanala, smanjuje prirodnost. No tijelo se, prirodno, odupire isključenju i nalazi načina da se predstavi. Slijedeći Barthesovu raščlambu tradicionalnog pojma *stil* (Barthes, 1953/1971: 37-42; Calvet, 1974/1976: 18-26; Ivas, 1988: 77-81), može se reći da tijelo svoju prirodu više i izravnije kodira u *stilu* (u užem, Barthesovom smislu), neizabranoj, naslijeđenoj razlikovnosti, a neizravno i manje u *pisanju* (franc. *l'écriture*), koje je rezultat pretežno društveno funkcionalnih izbora iz jezika.

Vremenskim otklonom (produženim vremenom formulacije poruke) pisanje omogućuje tijelu da izbjegne nehote obaveštavanje o trenutnom stanju (“neverbalno curenje”), to jest, da se predstavi na poželjan način. Ono je tako omogućilo i retoričnost, a ovdje posebice mislimo na jedno od tehničkih govorničkih sredstava – sredstvo samopredstavljanja ili *ethos*. U javnom (političkom, ideološkom) komuniciranju obično se ne javlja prirodno tijelo, nego maska prirodnosti (Barthes, 1971: 71; Adorno, 1978: 67; Ivas, 1988: 97-98; Ivas, 1996). Oprirodnjavanje je, naime, jedan od temeljnih postupaka mitologizacije, svake strateške (retoričke) djelatnosti, ali i jezično-umjetničkog stvaralaštva. I u privatnoj računalnoj komunikaciji mogu se naći i tragovi prirodnosti i maske prirodnosti.

Govorna obilježja u privatnom računalnom komuniciranju možemo naći u sadržaju (izražavanje emocija i stavova, vrednovanje tuđega i vlastita ponašanja, savjetovanje, odmjeravanje moći) i ozračju ili tonu (preteže jaka emocionalnost, izražena raznim vrstama jezičnih otklona: kolokvijalni i žargonski izraz, vulgarizmi, duhovito poigravanje kodom, slikovitost).

U privatnom računalnom komuniciranju postalo je uobičajeno da se tekstualni (verbalni) sloj poruke oprirođuje dodatnim slikovnim znakovima, koji u

pisanje unose elemente govorne situacije. Važnim obilježjem komuniciranja na ICQ-u i IRC-u smatramo to što su te komponente govora naznačene više nego inače u pisanju. Budući da se tvore uz pomoć raspoloživih znakova na tipkovnici i da se javljaju uz (pisani) tekst, koji pretežno označava verbalni sloj govora, ovdje ih zovemo *uz-tekstualnim znakovima*. Prepoznamo tri vrste takvih znakova:

- radnje (npr. *zagrljaj*)
- grafički znakovi govorne izvedbe (podebljanja, podcrtavanja, upotreba velikih slova, interpunkcijski znakovi)
- slikovni simboli za osjećaje, stavove i predmete, (emotikoni ili smajlići ili smiješci).

Navedenim je znakovima zajedničko obilježje da djeluju kao *ilustratori*, što Ekman i Friesen (1969) smatraju vrstom geste kojoj je uloga da prati i na slikovit način komentira jezično (verbalno) izražen sadržaj koji se simultano izražava u govoru. Od više vrsta gestovnih ilustratora, znakovi kojima se bavimo najbliži su piktografima (slikovno predstavljanje predmeta) i dirigentima ili prozodijskim gestama (pratnja govornog ritma i isticanja).

Za razliku od većine govornih neverbalnih i koverbalnih znakova, njihovi su nadomjesci u računalnoj komunikaciji upotrijebljeni svjesno. Medij se tu ispriječio između komunikatora kao filter koji ne propušta nenamjerne znakove, osim, dakako, pogrešaka u tipkanju. Sama odgođenost omogućava odmak, a time neiskrenost i laganje. (Ta se pogodnost medija često koristi i skrivanjem iza pseudonima ili "nickova".) Lako je upotrijebiti prigodni simbol za nepostojeći (neiskren) osjećaj, jer nema mogućnosti da te znakove ospore znakovi "neverbalnog curenja". Odatle je razumljivo nepovjerenje u takvu komunikaciju. Susret na mreži potvrđuje se tek susretom u stvarnom svijetu.

Navedene vrste znakova govora u privatnoj računalnoj komunikaciji u nastavku ćemo predstaviti nešto opširnije.

Radnje

Radnje izražavaju neki tjelesni pokret ili čin koji pisac poruke smatra važnim sastavnim dijelom situacije koju primatelj treba zamisliti da bi razumio poruku. To se može učiniti tako da se naziv radnje upiše između dviju zvjezdica, npr. *zagrljaj*, *kihanje*, *osmijeh*, *plač*, *kimanje*, *zijevanje*, itd. Iako izrazito verbalno (jezično, leksičko) sredstvo, radnja prekida tekstualni tijek da bi *predočila* obavijest o situaciji i govorniku; prividno čineći kontinuitet teksta, zapravo je izrazit prekid. Diskontinuitet je uostalom označen i grafički (zvjezdicama) i izostankom sintaktičke povezanosti s najbližim kontekstom. Radnja je dakle tekstualna slika.

Osim nazivom (njegovim potpunim leksičkim oblikom), radnja može biti naznačena onomatopejom ili kvazionomatopejom. Onomatopeja glasovnim sastavom i prozodijskim oblikom oponaša fizička svojstva predmeta ili pojave koju imenuje (*tres, hops*). Zanimljiva je kvazionomatopeja, a zovemo je tako jer oblikom podsjeća na onomatopeju, ali nosi neonomatopejski sadržaj. Naime, taj sadržaj nije negovorni zvuk (onomatopeja u užem smislu), niti se preko sinestetskih veza označuju vizualne, olfaktivne, taktilne ili proprioceptivne senzacije, nego je to skraćeni oblik naziva neke radnje (*sag* = saginjanje, *žvak* = žvakanje). Onomatopejsko i kvazionomatopejsko reprezentiranje pojava uobičajeno je u stripu. Sintaktički i grafički izdvojen opis relevantnog dijela situacije, koncentriran u nazivu (imenici), inovacija je računalskog komuniciranja.

Grafičko označavanje govorne izvedbe

Grafičke oznake govorne izvedbe, kao što su podebljavanje, podcrtavanje, uskličnici, upitnici i ostali interpunkcijski znakovi, velika slova i iterativno pisanje slova i drugih znakova inače služe za približno označavanje prozodijske organizacije iskaza, a preko nje sintaktičke i obavijesne strukture iskaza, to jest, naglašavanje određenih riječi, te za izražavanje “tona”, to jest, načina na koji je tekst izgovoren ili bi bio izgovoren. Obilježje je komuniciranja na IRC-u i ICQ-u da se u isticanju pretjeruje, i to upornim ponavljanjem.

Sljedeći primjeri poslužit će za ilustriranje nekih od navedenih postupaka. Vikanje se označava tako da se tekst ispiše velikim slovima (kao u prvom od sljedećih primjera). Riječ u fokusu (u govoru je to jezgra intonacijske jedinice) piše se velikim slovima (kao riječ *ISTINSKI* u drugom primjeru) ili se podvlači (način na koji je riječ *zašto* podvučena u prvome primjeru inovacija je računalnog komuniciranja). Intenzitet emocije (u prvom primjeru je to čuđenje) označava se gomilanjem uskličnika i upitnika. Emfatični (produženi) izgovor označava se ponavljanjem slova (treći primjer). (U trećoj je poruci i primjer za radnju: naziv radnje *pusa* uokviren oznakom za postotak i napisan ponovljeno.)

*“IMAM SAMO JEDNO PITANJE....._ZAŠTO_...ZA BOGA MILOGA...
ZAŠTO!!!!????!!!!!!!”*

“...ako se ne vratim, znajte svi oni koji su mi bili ISTINSKI prijatelji da nikad neću požaliti vrijeme koje sam provela sjedeći za kompom i dopisivajući se s vama, i rizik da dobijem celulit.”

“Nekad ću reći nešto, pa onda malo pričekati pa tek onda poslati smajlića, tako da razmisle o onome što sam rekao, a onda će doći smajličić pa će razumjeti. Ljudi to rade i u stvarnom životu koristeći sarkazam.”

Ikonička artikulacija

Paradoksalno je da se slikovnost emotikona ostvaruje ne-slikovnim, konvencionalnim znakovima – slovima, brojkama, interpunkcijskim oznakama, znakovima za matematičke operacije i drugim znakovima koji su na raspolaganju na računalnoj tipkovnici. U tome vidimo postupak preoznačavanja ili reinterpretacije znakova, točnije, ikonizacije arbitrarnih znakova i oprirodnjavanja konvencionalnih znakova.

Spoj slikovitosti (prirodnosti) i konvencionalnosti (društvenosti) emotikone čini dijagramima, vrstom ikoničkih znakova koju je prvi definirao Charles Sanders Peirce kao sredstvo kojim se slikovito reprezentiraju odnosi u predmetu ili pojavi koju predstavljaju i čije funkcioniranje potpomaže izvjesni stupanj konvencionalnosti (Jakobson, 1966: 170). Konvencionalnost je omogućila smanjenje slikovnosti, to jest stilizaciju i shematizaciju slike. Emotikonske sličice imaju različite omjere slikovnosti i shematizma. Veću količinu slikovnosti prepoznajemo u primjerima kao:

/:-(“zabrinut”
@-}----- “ružičica”

Malu količinu slikovnosti, nedostatnu za brzo prepoznavanje značenja bez pomoći iskustva koda i/ili konteksta, nalazimo u primjerima kao:

[] “zagrljaj”
(_E=mc_) “pametnjaković (*a smart-ass*)”

Emotikoni su donekle slični jezičnim jedinicima, jer i oni su, iako djeluju kao slike, artikulirani. Shematizirana slikovnost ostvaruje se postupcima uodnošavanja i slaganja. Kao u govoru, kombiniraju se različite vrste znakova, to jest, znakovi s različitim prvotnim funkcijama, te se pri kombiniranju preoznačavaju. Zbog mogućnosti dvoznačne upotrebe jednog znaka i njegova simultanog djelovanja i u slikovnom i u simboličkom sloju zanimljivi su sljedeći primjeri:

{:o)B->--< “model”
P-(“pirat”

\$_ \$ “osoba kojoj je najvažnija zarada” (“*money faced*”)

U prva se dva od gornjih emotikona slova (*B* i *P*) preoznačuju – oslikovljuju se i gube svoju običnu ne-slikovnu ulogu. U drugome je primjeru slovo *P* simultano i tekstualni znak (početno slovo riječi *pirat*) i ključni element stereotipne slike gusara – jednookog, s povezom na drugom oku. Slično, u trećem se znaku značenje simbola za dolar (\$) zadržava, iako simultano djeluje i kao slika (očiju).

Kombinacije u stvaranju emotikona moguće su u dvije osi – ne samo u horizontalnoj, kao u pisanju (kad se slika gleda na neobičan način, postrance), nego i u vertikalnoj (slika se gleda uobičajeno). Emotikoni kao

(-_-) “potajni osmijeh”

?_? “nesiguran”

jesu slike koje se gledaju na običan način (“vertikalne slike”), ali su nastale na horizontalnoj osi – linearnim nizanjem znakova. No, horizontalne su slike mnogo češće: strojno pisanje nalaže linearan slijed znakova.

Uobičajen način postavljanja slike je takav da se gleda u smjeru pisanja, dakle s lijeva na desno, iako ima i obrata. Da se, pak, obrnuti smjer smatra otklonom (figurom), svjedoči i primjer u kojem smješko okrenut u obrnutom smjeru može značiti ljevorukost:

(-: “ljevoruki korisnik”

Neka obilježja emotikonskog rječnika

Emotikoni obično izražavaju raspoloženja, stavove, ponašanje, ali i predmete, životinje, biljke, situacije, radnje ili akcije, društvene uloge ili pripadnosti, prirodne pojave i poznate osobe (*celebrities*) – stvarne ili iz mašte. Evo redom nekoliko primjera za svako od vrsta značenja:

raspoloženja

/:-(“zabrinut”

:o ili :o “iznenađen”

stavovi

(o--<) “zvuci sumnjivo/ljigavo” (engl. *fishy*)

(_x_) “*Kiss my ass*”

komentar vlastita ili tuđeg izgleda ili ponašanja

- *8) “osoba sa smiješnom kosom koja nosi naočale”
*:O) “klaun”; “voli se zezati”

ponašanje

- [] “zagrljaj”
(-_-) “potajni osmjeh”

predmeti

- |=-----| “krevet”
|-----| “krevet bez jastuka”

životinje, biljke i prirodne pojave

- :8) “svinja”
:(:) “sretna svinja”
})i({ “leptir”
<*)-)-{ “riba”
@-}---- “ruža”
**** “zima”

situacije, radnje ili akcije

- :| ~~~~~* “žaba koja hvata muhu”
----->-<0 “bungee jumping”

društvene uloge i pripadnosti

- c):o) “kauboj”
+:-) “doktor”; “svećenik”
P-(“pirat”

poznate osobe

- &:-) Ace Ventura (lik iz istoimenog filma)
@@@:@:o) Marge Simpson (lik iz crtanog filma)
@(*-*)@ Princeza Leia (lik iz filma “Zvjezdani ratovi”)

Nije neobično da je baš izraz lica čest emotikon: već kod razvijenijih životinja, a posebice kod primata, izrazi lica poprimili su izrazito važnu ulogu u reguliranju odnosa među jedinkama u skupini, a Cole (1998: 6) tvrdi da povećanje izražajnosti lica u životinjskoj komunikaciji ima veze s evolucijom intelekta, a time i s pojavom razvijenijih oblika komuniciranja, prema tome – i go-

vora. Lice je predočeno ključnim točkama (oči i usta, rjeđe nos i sasvim rijetko obrve) i njihovim odnosima:

- :-) ili :) “lice koje se smije” (smješko)
- :-(ili :(“tužno lice”
- :-(“osoba plače”
- ;-) “namigivanje”
- =) “osoba koja žmiri ili spava”

Emotikoni koji predstavljaju izraze lica predmet (emocije) izražavaju dvostruko posredno: izraz lica je već znak (indeks, simptom) emocionalnog stanja ili raspoloženja, a shematizirana sličica izgleda lica drugi je stupanj posredovanja (i udaljavanja) od sadržaja. No, stav prema nečemu (nekomu), što se najlakše vidi na promjeni lica, emotikon često ne može predočiti skromnim sredstvima tipkovnice te ga prikazuje posredno – preko jezičnog značenja, i još dodatno, prenesenog. Tako emotikon

(o---<) “zvuci sumnjivo/ljigavo” (engl. *fishy*)

pokazuje tu drugu vrstu motivacije – posredovanu jezikom i, u sklopu jezika – metaforom: u engl. jeziku *fishy* (doslovno: “ribast”) preneseno znači “sumnjivo” (“sklisko”, “ljigavo”), a emotikon predstavlja ribu, dakle doslovan sadržaj jezičnog izraza. Takav je i sljedeći primjer:

~)))> “praviti se bolestan” (engl. *possum*, to jest – *opossum*, doslovno – životinja slična mišu, koja se umiri kad nasluti opasnost).

Kao u govoru i tu postoji mogućnost izbora: izreći (emotikonskim) leksičkim sredstvima ili znakovima koji označavaju način govorenja. Znak

:-@

znači “vičem”, a vikanje se može izraziti i pisanjem teksta velikim slovima.

Izraz se pojačava, kao i u govoru, ponavljanjem odgovarajućeg elementa (u ovom slučaju dijela sličice), što je dijagramski znak količine s jasnim odnosom – što više znaka, to više sadržaja. Zato sasvim očekivano:

:-)) znači “jako sretan”

:-((znači “jako tužan”

Sljedeći niz emotikona dijagramski jasno pokazuje razliku u jačini onoga što označava – praviti se bolestan ali ne baš jako, malo više i jako:

~))> ~)))> ~))))>

Stvaranje emotikona može biti zabavno, naročito kad nije motivirano potrebom da se prenese obavijest, u užem smislu – u referencijalnoj ili transakcijskoj ulozi. To mogu ilustrirati sljedeći primjeri:

- {(:-) “osoba s tupeom”
- {(:-)} “osoba s tupeom i brkovima”
- }{:-(“osoba s tupeom kada je vjetrovito”
- L:) “osoba koja nosi šešir postrance”

Teško je pretpostaviti da bi takvi smajlići mogli biti informativni. Za razliku od najčešće upotrebljivanih smajlića, koji, komentirajući tekstualni dio poruke, imaju važnu ulogu u određenju njezina značenja, gore navedeni primjeri s obavijesnog su aspekta nepotrebni, ali tim zabavniji. Myerson (2001: 36) to zgodno naziva “dokona neučinkovitost”. To su dosjetke slične igrama riječima; rezultat su duhovitog pronalaženja i iskorištavanja mogućnosti koje pruža kod. Pozivajući se na utjecajnu podjelu govornih funkcija Romana Jakobsona (Jakobson, 1960), može se reći da se u igranju s kombiniranjem ograničenog repertoara tipkovnice miješaju tri ne-referencijalne govorne (jezične) funkcije – fatička, poetska i metajezična, to jest – pozornost se svraća ujedno na sam kontakt i užitak artikuliranja razumljivosti, na oblik poruke radi nje same te, konačno, i na kod, koji, baš zbog ograničenog repertoara osnovnih znakovnih jedinica, potiče na pronalaženje novih i po mogućnosti duhovitih kombinacija. Dok su još svježije, te se kombinacije mogu smatrati komunikacijskim izumima.

Otuda i popularnost emotikona. Tu popularnost pokazuje i vješta upotreba emotikona ili emotikonima sličnih simbola u ekonomskom oglašivanju. U reklami jedne naše banke sklop znakova (% predstavlja *nasmiješeni postotak* te uz slogan “*Stambeni kredit s osmijehom*” jasno se obraća mlađoj, kompjutorski opismjenoj te mobitelima povezanoj generaciji. Radosnu poruku reklame za sok:

Don't worry, be Cappy :)

uz asociranje na glazbeni hit i nepotpuni homofon (*Cappy* – *happy*) podupire i zaključni smješko. Tako se računalsko komuniciranje odužuje popularnoj kulturi za obilne utjecaje koje je od nje primilo.

Neodređenost značenja i važnost konteksta

Kontekst je važan za tumačenje značenja određenog emotikona u određenog poruci. Emotikoni nemaju ni jasne gramatičke uloge kakve obično imaju riječi. Kao primjer za to mogu poslužiti primjeri emotikona u kojima nije jasno označavaju li radnje (jesu li emotikonski glagoli) ili uloge (emotikonske imenice), sve dok ih u tom smislu ne odredi kontekst:

[:-0 “ronilac” (pripadnost, uloga); “ronjenje” ili “roni” (radnja)
(>o-< “padobranac”; “skakanje s padobranom”

Jedan od najčešćih emotikona :* (“poljubac” ili “pusa”) može značiti doslovce poljubac kao izraz ljubavi, izraz zahvalnosti, ali mu se značenje može i obrnuti u izraz podrugljivosti.

U emotikonskom rječniku postoje i druge vrste višeznačnosti, kakve se javljaju i u jeziku. Analogno homofoniji i tu se može dogoditi da jedan oblik ima više značenja. Tu pojavu bismo mogli zvati *homoemotikonija* (homosmajlija?). Među stalnim emotikonima princeza Leia (iz filmske trilogije “Zvezdani ratovi”) i osoba s velikim klempavim ušima imaju jednak emotikon. A pojavu da jedno značenje ima više slikovnih izraza mogli bismo zvati *poliemotikonija* (polismajlija?). Primjerice, ova dva znaka za koaluu:

@(*o*)@
O(*@*)O

Za navedene semantičke pojave slijedi još primjera:

Jedna sličica može imati više značenja:

:-@ može značiti: “Vičem”, “francuski poljubac”, “kletva”
8-) može značiti “maskirani čovjek (kriminalac)” i “Nosim sunčane naočale”
:-& može značiti “Onaj koji piše samo želi slušati sam sebe” i “Jezik mi/mu se svezao”
L:) može značiti “Nosi šešir postrance” i “gubitnik”
:-/ može značiti “sumnjičav” i “nesiguran”

Jedno se značenje može izraziti s više sličica:

“Plazim jezik”: :-p i :-)~
“Svezao mu/mi se jezik”: :-& i :~X

namrgođenost: :-t i :-?
 “nesiguran”: ?_? i /:-(

Slično žargonima, emotikonski rječnik ima mnogo izraza za pojmove/predmete koji su u korisničkoj skupini omiljeni ili se često upotrebljavaju. Ulični žargon (slang) ima najviše sinonima (i najbrže se zamjenjuju izrazi) za policiju, žene, seks i opijate; u emotikonskom žargonu najbrojnije su sinonimne slike za vraga, anđela, članove obitelji Simpson, Elvisa, Djeda Božićnjaka, klauna, ribu, mačku.

Male mogućnosti kombiniranja malog repertoara osnovnih znakova rezultira međusobno vrlo sličnim slikama za vrlo različita značenja, što proizvodi približnu (ili nepotpunu) homoemotikoniju:

@(*-*)@		“Princeza Leia”	
@(*o*)@	i	O(*@*)O	“koala”
(*@.@*)			“Djed Mraz”
(*-*)			“Pokemon”

Stara i nova komunikacijska rješenja

Iako po sadržajima i po dvosmjernom komuniciranju veoma različiti od književnosti, razgovori preko Interneta imaju neka obilježja slična jezično-umjetničkom govoru. Jedno od njih je stvaranje posebnih svjetova – tzv. *mo-gućih svjetova*. U slučaju računalne komunikacije ti se svjetovi u cjelini nazivaju *prividni ili virtualni svijet*. Zajednički im je odmak od uobičajene, funkcionalne komunikacije.

U poigravanju s raspoloživim znakovima tipkovnice i u privatnom računalnom komuniciranju javljaju se i obilježja koja su se smatrala pretežnim obilježjima jezično-umjetničkoga govora, a to je prije svega tzv. *poetska funkcija* – ili, kako ju je definirao Jakobson (1960), izrazito usmjerenje na oblik poruke. No, takve poruke potvrđuju neke od kritika Jakobsonove podjele govornih (jezičnih) funkcija. Prema jednoj od njih ne može se govoriti o “funkciji”, jer taj termin znači “obavijesno-praktično” funkcioniranje, dok je ono što Jakobson naziva poetskom funkcijom sasvim drugačije od svih drugih govornih funkcija po tome što je “svjetotvorbena” (Užarević, 1990: 92-98). Druga kritika dopunjuje Jakobsonovu lapidarnu definiciju metajezične funkcije kao usmjerenje na kod radi provjere značenja poruke i tvrdi da je za jezično-umjetničku komunikaciju konotiranje koda važno radi kompenziranja nedostatka konkretne govorne situacije i radi određenja pripadnosti poruke određenom tipu poruke (rodu, vrsti, žanru), a posredno i radi određenja pripadnosti pošiljatelja skupini

koja takve poruke tvori (Kravar, 1983: 398-402). Dakle, u igranju i traženju novih kombinacija ograničenog repertoara osnovnih znakova može se, osim poetske, prepoznati i metajezična funkcija, i to u privlačenju pozornosti na mogućnosti iskorištavanja koda za nove kreacije (što je povezano s poetskom funkcijom), ali i u usustavljanju (i konvencionalizaciji) originalnih komunikacijskih rješenja, to jest u žargonu, kojem je jedna od najvažnijih uloga da označi govornikovu pripadnost nekoj skupini. Za nas je važno i to da je poi-gravanje kodom dio (ili obilježje) komuniciranja radi komuniciranja, u čemu prepoznajemo fatičku funkciju.

Po kombiniranju teksta i slike, komuniciranje na ICQ-u i IRC-u ima sličnosti s nekim ranijim načinima kombiniranja znakova tih raznorodnih značenjskih sustava. U “ozbiljnom” ili elitnom komuniciranju primjer su pjesnički kaligrami, a u masovnom i popularnom to su strip i rebus. Idemo li dalje u prošlost, sličnosti možemo naći u ranim pokušajima da se poruke zabilježe u manje prolaznom mediju nego što je govor. Prva su pisma, piktogrami, bila nizovi (stripovi) shematiziranih sličica u kojima je još snažna prirodna (motivirana) veza između označitelja i označenog, ali se vremenom, i daljnjom shematizacijom, ona smanjivala, a rasla je konvencionalnost. To je dovelo do kasnije vrste pisma – ideograma, a zatim postupno do slogovnog i, konačno, do glasovnog (zapravo – fonemskog) pisma. No, sliku povijesnog “razvoja” narušava neprestano periodično obnavljanje starih rješenja u novim medijima.

Pjesničke kaligrame i strip je s obzirom na kombiniranje tekstualnog i slikovnog znaka usporedio Vuletić (1983). U pjesničkim (Apollinaireovim) kaligramima slika koja je načinjena tekstom (tako da se pjesma više ne čita kao linearni tekst, nego se i čita i gleda kao slika) predočuje sadržaj teksta (ili dio sadržaja teksta), čime se dakle sadržaj paralelno (ponovljeno) kazuje u verbalnom i neverbalnom kanalu. Također postoje kaligrami u kojima slika prikazuje nešto što tekst ne tematizira, ali tako dopunjuje ukupnu poruku pjesme. Od tih slikovnih izraza bitno je različita slika načina govorenja, koji je uvijek i slika govornika i govorne situacije. Taj način slikovnosti oprimjeren je dijelovima iz stripa *Asterix* (tekst – Goscinny, crtež – Uderzo). Slika govora je uspješno i duhovito ostvarena pismovnim elementima, ali samo zahvaljujući time što su slova pisana rukom (bolje reći – crtana), a ne strojno. Promjena veličine slova tako može izraziti promjene u govornom intenzitetu (vikanje, promjene udaljenosti); promjena položaja slova može predočiti intonacijsku konturu, a neuredno razbacana slova mogu izraziti govornikovu nesigurnost i uzbuđenost; valovito iscrtana slova pokazuju modulacije u glasu (drhtaje glasa u strahu i ljutnji); razne vrste pisama pokazuju različite jezične (nacionalne) pripadnosti. U tako postignutim načinima izbjegavanja linearnosti pisma i upotreba strojnog pisanja (sva slova jednaka i u urednom poretku) i uglatih

balončića može postati ekspresivan znak, jer može označiti, primjerice, monotonost administrativnoga govora. Spomenuti načini tretiranja slova u stripu kao ekspresivnih znakova gotovo da su obvezni u onomatopejama, kojima se predočuju zvučkovni elementi situacije.

U stripovima su također prisutni i slikovni elementi koji izravnije podsjećaju na emotikone – oznake posebnog emocionalnog stanja ili psovke, koje se postavljaju iznad glave lika, u balončić ili izvan njega.

Sličnosti se mogu naći između Apollinaireovih kaligrama i emotikona (slike konkretnih predmeta slažu se od slova, brojki i drugih grafičkih elemenata) i između Asterikovih kaligrama i znakova govorne izvedbe (slova mogu postati slike govora, to jest – načina govorenja kao slike govornika i njegova trenutnog stanja). Treba istaknuti i važnu razliku između pjesničkih kaligrama i spomenutih stripovnih izuma te ovdje obrađenih postupaka u računalnom komuniciranju: strojno pisanje ograničava izražajnost, jer slova moraju ostati u redu, a oblici i veličine zadani su repertoarom slovnih fondova.

Novi je medij brzo počeo zamjenjivati stare, na njemu su se pojavili uobičajeni komunikacijski sadržaji i stara komunikacijska rješenja. Taj proces uobičajavanja neobičnog pratio je i proces oneobičavanja, koji je pretežno proizlazio iz posebnosti novoga medija. Jedna od njih je mogućnost da sudionici u razgovoru konstruiraju svoj prividni identitet (*ethos*) i označe ga nadimkom (pseudonim ili, računalnim žargonom, “nick”). Našu su pozornost privukla komunikacijska rješenja ili postupci koji su slični postupcima iz starijih medija koje je novi medij uključio, ali imaju i elemente inovacije – radnje i emotikoni. U bezbrižnom komuniciranju radi komuniciranja oni su se pojavili s jedne strane iz potrebe prevladavanja nedostatka onih kanala kojima za privatno komuniciranje teku najvažniji znakovi, a s druge strane kao posljedica istraživanja mogućnosti novoga koda i igranja njime, pa ih se može smatrati komunikacijskim izumima. No, i u računalnoj komunikaciji poetske su inovacije rijetke. Prevladava trošenje izumljenih postupaka s metajezičnom funkcijom, i to sa svrhom označavanja pripadnosti. Tako se ustanovio sloj izraza koji bi Barthes nazvao *pisanje*, a mi ga nazivamo *korisnički žargon*.

Pretvaranje tvorbi istraživačke igre u znakove društvenosti pomogle su tehnološke inovacije. Da bi se korisnicima olakšalo umetanje emotikona u tekst, oni su ustanovljeni i kao jedinstveni (cjeloviti), zgotovljeni, i zato uniformirani slikovni znakovi. U novije vrijeme ti su likovi i animirani (pokrenuti, dinamizirani), ali – s monotonim ponavljanjem pokreta. Odluči li se za takve, stalne emotikone, korisnik bira unutar ponuđenoga, nije stvaralac, nego potrošač. Tako početno oslobađanje teksta izvornim emotikonskim kreacijama obrće smjer prema uniformizaciji, prirodnost se pretvara u konvencionalnost: dija-

grami postaju sve više slike (sve sličnije predmetu koji označuju), shematičnost se smanjuje, motivacija postaje sve jača. Ali raste i konvencionalnost!

Zaključak

Analizirajući “razgovor u virtualnom prostoru”, pokušali smo pokazati da virtualni prostor nije bestjelesan, kao i to da nije moguće jasno razgraničiti znakove na tjelesne i netjelesne, štoviše, da se u ljudskoj komunikaciji obilježja tjelesnosti ne mogu izbjeći. Jer virtualizaciju (konstruiranje svijeta) proizvodi samo tijelo. Internet se pokazao pogodnim za privatno komuniciranje iako sužava kanale koji su za privatno komuniciranje ključni – neverbalne (nejezične) i koverbalne (uzjezične). Korisnici Interneta prihvatili su njegova mjesta i kanale kao nove oblike društvene interakcije, a u stvaranju konteksta i situacije (uvjeta svakog komuniciranja) primijenili su neke već upotrebljavane komunikacijske postupke, ali i stvorili nove.

Iako se komunicira pisanjem, u temama i tonu komuniciranja prisutni su znakovi govora, a time i tijela. Teme su u području osobnih odnosa i morala; komentira se vlastito i tuđe ponašanje u interpersonalnim odnosima; prisutna je jaka emocionalnost, ali su i negativne emocije zaogrnutе humorom. Znakovi emocionalnosti, ali i pripadnosti skupini korisnika, mogu se prepoznati u jezičnim otklonima (računalni žargon), jezičnim igrama i upotrebi slikovnih postupaka kojima se nastoji predočiti komponente govorne situacije i koje smo nazvali *uz-tekstualnim*. Najviše smo se posvetili stilističkoj, semantičkoj i semiološkoj analizi onih postupaka kojima sudionici naznačuju govorne elemente, dakle one koji se najviše javljaju u kanalima koji mediju pisma (inače dominantnom u novom mediju) nedostaju. Kao znakove govorne komunikacije u stvarnoj situaciji obradili smo *radnje*, *znakove govorne izvedbe* (najviše prozodijske) i *emotikone*. Sve tri vrste postupaka na različite načine i u različitoj količini u komuniciranje unose slikovnost, a s njome i predodžbe o fizičkim obilježjima razgovornog komuniciranja u stvarnoj situaciji.

U emotikonima se koncentriralo nekoliko paradoksalnih obilježja: to su slike stvorene ne-slikovnim elementima, dijagrami, to jest stilizirane ili shematizirane slike, znakovi koji nastaju miješanjem slikovnosti (prirodnosti) i konvencije (društvenosti), točnije, reinterpretacijom i prenamjenom, ikonizacijom i deautomatizacijom (oprirrodnjavanjem) inače arbitrarnih i konvencionalnih znakova. S emotikonima se događa i sljedeći paradoksalan (dvosmjern) proces: s njihovom uniformizacijom raste slikovnost (prema tome i motiviranost), ali ujedno raste i svojstvo koje je s tim u obrnuto proporcionalnom odnosu – konvencionalnost.

Novi mediji načelno ne potiru, nego uključuju stare. Internet je primarno uključio stari medij pisma. Od njega je naslijedio pojačano obilježje linearosti, a potrtio je obilježje simultanosti i globalnosti govora. No, nije mogao ne naslijediti i mogućnosti da se pisanje estetizira – u objema mogućim suprotnim funkcijama. S jedne strane u funkciji ritualizacije (primijenjene estetizacije u svrhu oprirodnjavanja ideoloških struktura), a s druge strane u funkciji deritualizacije, oslobađanja začudnošću. Oba se vida estetizacije pojavljuju u postupcima kao što su radnje, emotikoni i grafičko signaliziranje govorne izvedbe teksta. To nisu samo načini prekidanja (i prevladavanja) linearosti (pisanog) teksta, nego i mogući načini deritualizacije (deautomatizacije) komuniciranja. Napuštanjem konvencije raniji se način komuniciranja denaturalizira, a ujedno se proizvodi dojam prirodnosti komunikacijske inovacije. Dakako, čim se inovacija usustavi i počinje trošiti, naročito u svrhu legitimiranja pripadnosti, estetizacija počne služiti oprirodnjavanju znakovnog sustava i društva koje se njime služi.

Kao i svaki novi medij i Internet ima svoje kritičare, koji upozoravaju na opasnosti. Jedna od njih bila bi opasnost od prevladavanja simulacije stvarnosti nad stvarnošću. Upozorava se i na moguće negativne posljedice komunikacijskog raslojavanja uzrokovanog novim medijem. Virtualni prostor je ujedinjujući i idealizirajući (“golemo komunitarno zujanje”, “planetarni živčani sustav”), ali ujedno izaziva i gubitak cjelovitosti: korisnik se proširuje na sve sudionike u elektroničkom komuniciranju (teletopija, daljinska prisutnost), što ga rastjelovljuje. Sve je jasnija opreka između komuniciranja kao razmjene (slične brzom novčanoj transakciji) i komuniciranja kao izražavanja potrebe za razumijevanjem i “izražavanja govora”.

No, ima i onih koji smatraju da novi medij može donijeti pozitivne promjene, novu vrstu identiteta, umnogostručavanje osobnosti i time obogaćivanje sebe i drugih. Komuniciranje posredstvom ICQ-a i IRC-a pokazuje neke potvrde i za prvo i za drugo stajalište. Kontakti mladih ljudi u tim virtualnim mjestima za komuniciranje jesu često stereotipni i površni; komunikatori i dalje ostaju izolirane jedinice integrirane u snažno određujući komunikacijski sustav. No, oni barem komuniciraju, a pritom često u tome i uživaju, igrajući se mogućnostima novog medija i pronalazeći načine da ublaže njegove nedostatke i, usput, pri tome stvaraju jednu novu kulturu tjelesnosti. Nesvjesni su da time dokazuju da se tijelo odupire rastjelovljenju kojem ga se izlaže pri svakom novom medijskom posredovanju, da se tijelo ne pojavljuje samo u neverbalnoj komunikaciji (“*bodily communication*”) te da takozvani virtualni prostor i nije tako bestjelesan kao što neki misle.

BILJEŠKE:

- ¹ IRC (*Internet Relay Chat*) i ICQ (*I seek you*) su programi koji korisnicima omogućuju da se dopisuju manje-više u stvarnom vremenu. Na IRC-u postoje kanali na kojima obično sudjeluje više korisnika istodobno, a na ICQ-u je uobičajena interakcija u parovima. Za način komuniciranja važna je razlika i u tome što na ICQ-u sudionici razgovora mogu pratiti sugovornikov proces pisanja replike (s uvažavanjem razlika prema govornoj komunikaciji, može se smatrati komunikacijom u stvarnom vremenu), dok se na IRC-u poruka šalje tek kad je gotova. Svatko se može pridružiti javnom kanalu i sudjelovati u raspravi, no i privatne se poruke također mogu izmjenjivati između dvaju korisnika tako da ih nitko drugi ne može čitati. Korisnici razgovaraju o različitim temama predstavljajući se iskreno ili simulirajući različite osobnosti ili likove.
- ² U jednostavnoj, dihotomnoj podjeli komunikacijskih funkcija na transakcijsku i interakcijsku, *transakcijska* se odnosi na prijenos obavijesti pretežno verbalnim sredstvima o predmetu komuniciranja i smatra se informacijom u užem smislu, a *interakcijska* se funkcija odnosi na komuniciranje, pretežno neverbalnim sredstvima, interpersonalnih odnosa i uputa za tumačenje transakcijskih poruka. Te dvije značajne razine komuniciranja zovu se još *informacija* i *metainformacija* (Brown & Yule, 1983).
-

LITERATURA:

- Adorno, T. (1978) *Žargon autentičnosti*. Beograd: Nolit.
- Argyle, M. (1988) *Bodily Communication*. London, New York: Methuen & Co.
- Argyle, K. i Shields, R. (2001) "Postoji li tijelo u mreži". U: Shields, R. (2001) *Kulture Interneta*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Angerer, M-L. (1999) "Mogućnosti tijela: tijelo kao sučelje". U: *Tijelo u tranziciji* (ur. Đurđa Bartlett). Zagreb: Tekstilno-tehnološki fakultet u Zagrebu, Zavod za dizajn tekstila i odjeće.
- Barthes, R. (1953) *Le degre zero de l'écriture*. Seul. (vidi također u Roland Bart: *Književnost, mitologija, semiologija*. Beograd: Nolit, 1971).
- Barthes, R. / Bart, R. (1971) *Književnost, mitologija, semiologija*. Beograd: Nolit.
- Brown, G. i Yule, G. (1983) *Discourse Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bubaš, G. (2000) "Paradoksi Interneta kao komunikacijskog medija", *Medijska istraživanja*, Zagreb, 6 (2), 5-23.
- Bubaš, G., Kermek, D. (2000) "The Internet – A Comparative Evaluation in Relation to the Press and Television", *Medijska istraživanja*, Zagreb, 6 (1), 109-123.

- Calvet, L.J. (1974) *Roland Barthes; Un regard politique sur le signe*. Paris: Payot. / Luj Žan Kalve (1976) Rolan Bart; Jedno političko gledanje na znak. Beograd: BIGZ.
- Cole, J. (1998) *About Face*. Cambridge, Massachusetts, London, England: The MIT Press.
- Čaćinović, N. (1999) "Civiliziranje tijela". U: *Tijelo u tranziciji* (ur. Đurđa Bartlett), Zagreb: Tekstilno-tehnološki fakultet u Zagrebu, Zavod za dizajn tekstila i odjeće.
- Čaćinović, N. (2001) *Doba slike u teoriji mediologije*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Ekman, P., Friesen, W.V. (1969) "The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage and coding", *Semiotica* 1 (a), 49-98.
- Horrocs, C. (2001) *Marshall McLuhan i virtualnost*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Ivas, I. (1988): *Ideologija u govoru*. Zagreb: Hrvatsko filozofsko društvo.
- Ivas, I. (1996) "Govorne maske informativnih obreda", *Medijska istraživanja*, Zagreb, 2 (1), 3-25.
- Jakobson, R. (1960) "Closing Statement: Linguistics and Poetics". U: Sebeok, T. (ur.), *Style in Language*. Cambridge.
- Jakobson, R. (1966) "Traženje suštine jezika". U: Roman Jakobson: *Lingvistika i poetika*. Beograd: Nolit, str 163-181.
- Kravar, Z. (1983) "Lirska pjesma". U: Škreb, Z. i Stamać, A. (ur.): *Uvod u književnost: Teorija, metodologija*. Zagreb: Globus, str. 379-412.
- Malinowski, B. (1923) "Phatic Communion". U: "The problem of meaning in primitive languages", objavljeno kao dodatak u: C.K. Ogden i A. Richards, *The Meaning of Meaning*. Routledge & Kegan Paul.
- Meyrowitz, J. (1995) *No Sense on the Place: The impact of Electronic Media on Social Behaviour*. New York: Oxford University Press.
- Myerson, G. (2000) *Heidegger, Habermas i mobiteli*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk
- Polhemus, T. (1999) "Postmoderno tijelo". U: *Tijelo u tranziciji* (ur. Đurđa Bartlett), Zagreb: Tekstilno-tehnološki fakultet u Zagrebu, Zavod za dizajn tekstila i odjeće.
- Schultz, T. (2000) "Mass media and the concept of interactivity: an exploratory study of online forums and reader email", *Media, Culture & Society*, 22 (2), 205-225.
- Shields, R. (2001) *Kulture Interneta*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Trifonas, P.P. (2002) *Barthes i carstvo znakova*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Užarević, J. (1990) *Književnost, jezik, paradoks*. Osijek: IC Revija.

Vuletić, B. (1980) *Gramatika govora*. Zagreb: Grafički zavod Hrvatske.

Vuletić, B. (1983) "Asterixovi kaligrami", *Književna smotra*, 15 (50), 45-58.

<http://www.muller.godschalk.com/emoticon.html>

<http://www.windweaver.com/emoticon.htm>

<http://galway.informatik.uni-kl.de/rec/smilies.html>

<http://members.aol.com/bearpage/smileys.htm>

<http://www.chatlist.com/faces.html>

<http://www.pb.org/emoticon.html>

<http://www.angelfire.com/hi/hahakiam/emoticon.html>

<http://www.randomhouse.com/features/davebarry/emoticon.html>

<http://www.heisoft.de/web/emoticon/emoticon.htm>

<http://web.genius.it/utenti/e/emoticon>

<http://www.techdictionary.com/emoticon.html>

<http://www.newbie.net/SmileyFAQ/index.html>

<http://www.emoticon.com>

<http://webopedia.com/TERM/eemoticon.html>

<http://www.geocities.com/blackrobed/quiz/quiz.html>

<http://kemical.tripod.com/ERCLM/manual.html>

<http://www.pressanykey.com/emoticons.html>

Ivan Ivas
Lana Žaja

Signals of Speech Communication in Writing on IRC and ICQ

SUMMARY

New technologies may, and for the most part do, change human communication and in the long run human society. Computer communication is no exception in this respect. Persons communicating by computer try to make the most of its advantages, trying at the same time to overcome its constraints to the highest possible degree. One of the drawbacks of communicating by computer is the physical absence of the interlocutor and the actual communication setting, and thus of an enormous amount of both non-verbal and co-verbal information signals. Communicators through the means available in a writing medium, specifically, the signs on a keyboard, also signal the elements of speech communication present in an actual physical setting which are normally not used in writing. Some of those had been used before in some other media (e.g., some prosodic speech characteristics as revealed in the manner of writing in a cartoon), and some may be deemed an innovation prompted by a new medium (like *emoticons*). Semiotic, semantic and stylistic analyses have proved that communication innovations soon become part of the new medium users' jargon.

Keywords: computer mediated communication, written communication, Internet, emoticons, speech communication, non-verbal communication