

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Ovaj rad dostupan je za upotrebu pod međunarodnom licencom Creative Commons Attribution 4.0.



<https://doi.org/10.31820/f.34.2.11>

Luka Planinić, Anita Pavić Pintarić

KONTRASTIVNA ANALIZA DIGITALNIH KOMUNIKACIJSKIH KANALA U HRVATSKOM I NJEMAČKOM JEZIKU

Luka Planinić, mag. educ. philol. germ., Sveučilište u Zadru, Odjel za germanistiku

lplaninic@unizd.hr  orcid.org/0000-0002-1381-6848

dr. sc. Anita Pavić Pintarić, Sveučilište u Zadru, Odjel za germanistiku

apintari@unizd.hr  orcid.org/0000-0002-5105-9999

izvorni znanstveni članak

UDK 811.163.42:811.112.2

rukopis primljen: 27. veljače 2022; prihvaćen za tisak: 15. rujna 2022.

Tijekom pandemije koronavirusa pojačala se upotreba digitalnih komunikacijskih kanala poput Zooma, Microsoft Teamsa, Skypea i Webexa. Budući da je riječ o softverima koji su izvorno dostupni na engleskom jeziku, javlja se potreba lokalizacije tih kanala na druge jezike. U ovom se radu na temelju kontrastivne analize proučava leksik hrvatskih i njemačkih verzija digitalnih komunikacijskih kanala u odnosu na njihove izvorne engleske verzije. Istražit će se leksik odabranih digitalnih komunikacijskih kanala na nekoliko jezičnih razina sakupljen sa sučelja i iz uputa za korištenje dostupnih u navedenim digitalnim komunikacijskim kanalima ili na njihovim odgovarajućim mrežnim stranicama. Središnji dio rada čini kontrastivna analiza odabranih izraza i pojmova iz korpusa s naglaskom na proučavanju njihovih morfoloških aspekata na tvorbenoj razini i prilagodbe značenja na semantičkoj razini na hrvatskom i njemačkom jeziku u odnosu na njihove pripadajuće izvorne oblike iz engleskog jezika. Cilj je analize pokazati kako su se njemački i hrvatski jezik prilagodili naglom razvoju digitalne komunikacije i digitalnih komunikacijskih kanala te koja su i kakva jezična rješenja za nove izraze pritom iznjedrili.

Ključne riječi: digitalni komunikacijski kanali; hrvatski jezik; njemački jezik; kontrastivna analiza

1. Uvod

Kao jedna od posljedica pandemije koronavirusa javlja se pojačana potreba za razvojem i poboljšanjem novih oblika komunikacije koji omogućuju nesmetano i sigurno sporazumijevanje u stvarnom vremenu. To dovodi do učestale upotrebe digitalnih komunikacijskih kanala poput Zooma, Microsoft Teamsa, Skypea i Webexa. Zahvaljujući svakodnevnoj upotrebi tih komunikacijskih kanala, digitalna komunikacija dobiva na važnosti više no ikad prije i sa sobom donosi brojne nove izraze koji traže svoje odgovarajuće mjesto u leksiku. Budući da engleski jezik već neko vrijeme utječe na smjer razvoja jezika u digitalnom okruženju i njemu srodnim domenama, u ostalim se jezicima javljaju novi jezični izazovi poput pronalaženja odgovarajućih ekvivalenata za nove izraze.

U ovom će se radu istražiti jezik odabranih digitalnih komunikacijskih kanala na nekoliko jezičnih razina. U svrhu izrade korpusa za istraživanje poslužit će sučelja i upute za korištenje dostupni u navedenim digitalnim komunikacijskim kanalima ili na njihovim odgovarajućim mrežnim stranicama. Središnji dio rada čini kontrastivna analiza odabranih izraza i pojmova iz korpusa s naglaskom na proučavanju njihovih morfoloških aspekata na tvorbenoj razini i prilagodbe značenja na semantičkoj razini na hrvatskom i njemačkom jeziku u odnosu na njihove pripadajuće izvorne oblike iz engleskog jezika. Cilj je analize pokazati u kojoj su se mjeri njemački i hrvatski jezik prilagodili naglom razvoju digitalne komunikacije i digitalnih komunikacijskih kanala te koja su i kakva jezična rješenja za nove izraze pritom iznjedrili. Analiza će odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja: Kako se tvore izrazi na njemačkom i hrvatskom jeziku u odnosu na engleske izvornike? Na koji su se način tvorenice semantički prilagodile u odnosu na engleske izvornike?

Budući da o aktualnosti jezičnih promjena nastalih kao rezultat pandemije i naglog razvoja digitalne komunikacije te digitalnih tehnologija svjedoči sve veći broj novih riječi i izraza u raznim jezicima diljem svijeta, ovaj rad služi kao podloga za daljnja istraživanja jezičnih promjena u digitalnom okruženju u hrvatskom i njemačkom jeziku.

2. Digitalna komunikacija

Komunikacija u današnje doba poprima nove oblike zahvaljujući brzom razvoju digitalne tehnologije. Digitalna komunikacija među ostalim omogućuje suradnju dionika s različitih strana svijeta, razvija nove jezične navike, mijenja leksik, a videokonferencije utječu na promjenu uloge tijela, gestike i mimike u razgovorima. Kako Knight (2015: 1) ističe, digitalna komunikacija u doba „web 2.0” sve je više uključena u naš svakodnevni život te utječe na način rada, socijalizacije, komunikacije i života. O brzini razvoja digitalne komunikacije svjedoči i Crystalov (2006: 16) opis sedam načina komunikacije putem interneta uz najavu osmoga, koji će uključivati interaktivne dijaloge uz korištenje kamere (kako je naveo, poput Skypea). Tada nije mogao predvidjeti na koji će način takva komunikacija izmijeniti stare norme konverzacije ili stilske tehnike. I prije pandemije, istraživanja su pokazala kako timovi u današnjim organizacijama često upotrebljavaju virtualnu komunikaciju na radnom mjestu (Darics 2016: 197). Istraživala se i uloga tijela i prostora u digitalnoj multimodalnosti, a Keating (2016: 263) pokazuje da donji dio tijela ima posebnu ulogu u komunikaciji licem u lice, što se mijenja u videokonferencijama u kojima je donji dio tijela sakriven. Mijenja se i učinkovitost pogleda u videokomunikaciji u odnosu na interakciju licem u lice jer se pogledom ne privlači pažnju na isti način (ibid. 264). Kytölä (2016: 377) istražuje translokalnost, između ostaloga, u smislu pojedinca i zajednice koji zauzimaju fizičke, sociokulturne i virtualne prostore, ali i translokalnost komunikacije koja se odvija simultano u različitim dijelovima fizičkog svijeta omogućena oblicima digitalne komunikacije.

Osim gore navedenih značajki digitalne komunikacije, zamjetne su i promjene na jezičnoj razini. Crystal (2006: 271) ističe kako je jezik u središtu interneta s obzirom na interaktivnost kojom se spaja ogroman broj računala i ljudi koji ih upotrebljavaju. Jezik interneta opisuje kao oblik komunikacije koji obuhvaća značajke pisanoga i govorenoga jezika u elektronskom okruženju. Lee (2016: 119) piše o višejezičnosti na internetu u smislu postojanja dvaju ili više jezika (kodova, *codes*) u nekom komunikativnom kontekstu. Postojeće se studije mogu svrstati u dvije kategorije: statističke ankete jezične raznolikosti online (npr. distribucija engleskog i ostalih jezika na mrežnim stranicama) te identificiranje i pojašnjavanje višejezičnih praksi u specifičnom obliku digitalne komunikacije. Engleski je još uvijek dominantan jezik, odnosno lingua franca. U nekim pak situacijama glavni se jezik mijenja, npr. na forumima dijaspora u kojima u

diskusijama sudjeluju migranti glavni je jezik njemački (ibid. 120). U okvirima prilagodbe jezika na upotrebu u novim kanalima komunikacije, nastao je internetski jezik tzv. *netspeak*¹, kao alternativa nazivima poput *netlish*, *weblish* (izvedeni iz riječi *English*), *cyberspeak*, *computer-mediated communication* (CMC) i dr. (Crystal 2006: 19). Primjećuje se kako su neki elementi leksika te grafematskih principa ovog internetskog jezika ušli u upotrebu i izvan računalne komunikacije, npr. *I need more bandwidth to handle that point* („ne mogu sve pohvatati odjednom”), *She’s multitasking* (za nekoga tko istovremeno radi više stvari), *I got a pile of spam in the post today* (junk-mail) (ibid. 21).

Vezano uz internet nastao je poseban leksik (situacije, operacije, aktivnosti) koji se pretvorio u jednu od najkreativnijih domena u suvremenom engleskom jeziku (Crystal 2006: 87–88). Puno je naziva nastalo vezano uz softvere koji omogućuje korištenje interneta i rutinski se pojavljuju na ekranu (npr. *file, edit, view, insert, paste, fonts, format, tools, window, refresh, home, toolbars* i dr.). Neki se pojavljuju u slučaju pogreške (npr. *error, not found, 404 error*), a neki se odnose na upotrebu hardvera (*freeze, lock, down, hang, crash*). Pojavili su se također nazivi za korisnike interneta: *netizens, netters, netties, netheads, cybersurfers, nerds, bozos, newbies, surfers, digiterati, wizards*. Internetski neologizmi obično nastaju složenicama, neke se sastavnice često pojavljuju, npr. u *mouseclick, mousepad, mouseover, click in click-and-buy, one-click, costper-click, double-click, click-and-mortar; web in webcam, webcast, webmail, webliography, webmaster*. Prefiksi *cyber-* i *hyper-* također su produktivni u tvorbi, npr. u *cyberspace, cyberculture, cyberlawyer, cyberian, cyber rights; hypertext, hyperlink, hyperfiction*. Prefiksi *e-*, *V-* kao i *@ (at)*: *V-chat, @-party, @-address, @Home*.

Crystal (2006: 26) ističe važnost poznavanja mogućnosti i ograničenja u mediju koji je odabran za komunikaciju u određene svrhe. Stoga ćemo ukratko opisati sustave komunikacije koji su predmet ovoga rada.

Zoom² je software razvijen za videokonferencije. Besplatna verzija omogućava do 100 sudionika uz vremensko ograničenje od 40 minuta. Korisnici imaju mogućnost nadogradnje pretplatom na plaćeni paket. Omogućuje vi-

¹ Crystal (2006: 19) navodi da je nastao kao nastavak na Orwellove *Newspeak*, *Oldspeak* iz 1984. godine ili medijske nazive *Royalspeak*, *Blairspeak* te ističe da se sastavnica *speak* odnosi na pisanje, slušanje i govorenje u okvirima internetske komunikacije.

² „Zoom Video Communications” američka je tvrtka sa sjedištem u San Joseu u Kaliforniji.

deokonferencije, virtualne sastanke, dopisivanje, suradnju. Zoom Video je počeo pružati svoje usluge 2013. godine. Zoom Meetings je 2015. godine imao 40 milijuna korisnika. Za vrijeme pandemije Zoom se sve više koristio u školama i poduzećima.

Microsoft Teams zaštićena je platforma za poslovnu komunikaciju koju je razvio Microsoft kao dio obitelji proizvoda Microsoft 365. Kombini- ra online razgovor, sastanke, pohranu podataka i zajednički rad s njima te integraciju aplikacija. Teams je pokrenut 2017. Tijekom pandemije koristi se za nastavu, za videokonferencije i stalno se nadograđuje (u ožujku 2020. Microsoft je objavio da dnevno ima 44 milijuna korisnika).³

Osim Teamsa, Microsoft je razvio i Skype, program za brzo internet- sko dopisivanje i platformu. Preko njega je moguće komunicirati pisanim porukama, internetskim pozivima i telefonskim pozivima. Također, mogu- će je pokretati i videokonferencije, održavati sastanke i nastavu.⁴

Webex je platforma koju je razvio Cisco, a za sastanke se koristi Webex Assistant. Osim engleskog jezika podržava francuski, njemački, španjolski i japanski⁵. U travnju 2020. godine zabilježeno je 500 milijuna sudionika i 25 milijardi minuta sastanaka putem ove platforme.⁶

3. Korpus i metodologija rada

Ovaj se rad temelji na istraživanju korpusa, stoga će u nastavku uslije- diti opis postupka prikupljanja, izrade i obrade korpusa koji je bio neophodan za kontrastivnu analizu jezika digitalnih komunikacijskih kana- la. U svrhu izrade korpusa za ovo istraživanje poslužila su sučelja odabranih digitalnih komunikacijskih kanala (Skype, Microsoft Teams, Zoom Webex) koji su preuzeti s odgovarajućih mrežnih stranica proizvođača.

³ <https://www.microsoft.com/en-us/microsoft-365/blog/2020/03/19/microsoft-teams-3-everything-you-need-connect-teammates-be-more-productive/> (pristup 17.1.2022.)

⁴ <https://www.skype.com/en/blogs/> (pristup 17.1.2022.)

⁵ <https://venturebeat.com/2021/10/26/cisco-launches-new-ai-powered-and-hybrid-event-features-for-webex/> (pristup 17.1.2022.)

⁶ https://ca.finance.yahoo.com/news/cisco-boasts-amazing-takeup-of-web-ex-as-locked-down-users-flock-to-video-conferencing-175343698.html?guccounter=1&guce_referrer=a_HR0cHM6Ly9lbi53aWtpcGVkaWEub3JnLw&guce_referrer_sig=AQAAABKMZQUi0cgggFKK230Jv8w75Owug_nuiewxu-O8eJfq0Ig2e59FhS8phk7CTQTg7cbazgn5hC4jWItl-0voTypf4GpFlxqYAKIixmnJSFbjjE6cyAadx-F71B6URq6Pf6EUC_7RHZpah2r7fXSdFRrrWXzv7JCEJ_NEUjfoOh8U (pristup 17.1.2022.)

Budući da navedena sučelja nisu bila dostupna u tekstualnom formatu već su se nalazila unutar navedenih softvera, bilo je potrebno ručno ekstrahirati tekst i potom ga ponovno sastaviti u formatu iz kojega bi bilo moguće izraditi korpus. Nakon završene ekstrakcije tekstova izrađen je višejezični korpus (engleski, njemački, hrvatski) za svaki od odabranih komunikacijskih kanala, stoga su na taj način nastala 4 manja korpusa. Za potrebe obrade podataka iz korpusa korišten je softver Sketch Engine⁷. Uz pomoć Sketch Enginea bilo je moguće, primjerice, vrlo brzo pronaći ekvivalente engleskih leksema ili izraza na hrvatskom ili njemačkom jeziku. Veličinu i opseg korpusa može se iščitati iz tablice u nastavku u kojoj je prikazan broj riječi i pojavnica sadržanih u pojedinom korpusu.

Tablica 1. *Broj riječi i pojavnica u korpusu*

| Korpus | Broj riječi | Broj pojavnica |
|----------------------------|-------------|----------------|
| Microsoft Teams (EN-HR-DE) | 1569 | 1597 |
| Skype (EN-HR-DE) | 4043 | 4356 |
| Webex (EN-HR-DE) | 3677 | 3999 |
| Zoom (EN-DE) | 980 | 1005 |

Nakon izrade korpusa bilo je potrebno sortirati i filtrirati izraze i lekseme važne za analizu koja će uslijediti. U tu svrhu postavljeni su određeni kriteriji prema kojima su se izrazi razvrstavali za potrebe analize. Budući da je u ovom istraživanju riječ o kontrastivnoj analizi koja je prije svega usmjerena na morfološke i semantičke posebnosti hrvatskih i njemačkih ekvivalenata, riječ je zapravo o različitim jezičnim obilježjima koja se ostvaruju na morfološkoj ili semantičkoj razini prema kojima su izrazi bili sortirani. Tako su neki od kriterija razvrstavanja izraza za analizu primjerice u odnosu na tvorbu riječi: *novotvorenice*, u odnosu na promjenu značenja: *proširenje postojećeg značenja*, u odnosu na tvorbene načine: *prefiksalna tvorba* i sl. Pri tome se oslanjamo na modele tvorbe opisane u Lohde (2006) i Babić (2002) te opis novotvorenica prema Elsen (2004) i Muhvić-Dimanovski (2005). Među navedenim izrazima i pojmovima istražene su tvorenice u hrvatskom i njemačkom jeziku nastale po uzoru na izvorne engleske izraze u digitalnim komunikacijskim kanalima. Pritom se promatralo postoje li među tim tvorenicama tzv. neologizmi, tj. riječi koje su značenjem ili tvor-

⁷ <https://www.sketchengine.eu/> (pristup 17.1.2022.)

bom nove u hrvatskom ili njemačkom leksiku te još nisu zabilježene u rječnicima (usp. Elsen 2004: 23). Muhvić-Dimanovski (2005: 91) navodi da su neologizmi „uvijek rezultat *jezičnih promjena*”, a te promjene dijeli na tri tipa. Za ovo je istraživanje najvažniji upravo drugi tip promjena, a to su „semantičko-leksičke inovacije koje izravno ili neizravno odražavaju pojačanu potrebu nekog društva za imenovanjem novih pojmova” jer upravo taj tip promjena opisuje potrebu društva za imenovanjem pojmova nastalih naglim razvojem digitalne komunikacije. Unutar kategorije neologizama odnosno novotvorenica, Muhvić-Dimanovski (2005: 39–45) razlikuje među ostalim i potkategoriju posuđenica, odnosno riječi preuzetih iz nekog jezika i prilagođenih jeziku koji ih preuzima. Prilagodba posuđenica odvija se na nekoliko razina, od kojih Filipović (1986) ističe promjene nastale na fonološkoj, morfološkoj i semantičkoj razini prilikom jezičnog posuđivanja. Težište ovog rada čine upravo promjene nastale na morfološkoj i semantičkoj razini jer je cilj ovog istraživanja odrediti kako se istraženi izrazi tvore na njemačkom i hrvatskom jeziku (na tvorbenoj razini) te na koji su se način tvorenice semantički prilagodile (na značenjskoj razini) u odnosu na engleske izvornike.

Kako bi se utvrdile morfološke i semantičke promjene u analiziranim izrazima te među njima eventualne novotvorenice, konzultirani su leksikografski izvori: online Dudenov rječnik njemačkog jezika, *Hrvatski jezični portal* i terminološka baza *STRUNA*. Za usporedbu i provjeru izvornih izraza na engleskom jeziku konzultiran je *Cambridge Online* rječnik.⁸

4. Analiza i diskusija

Kao što je već ranije navedeno, središnji dio ovog rada čini kontrastivna analiza odabranih izraza i pojmova iz korpusa koja se provodi na više jezičnih razina.

Kada je riječ o tvorbenoj razini, naglasak leži na istraživanju morfoloških aspekata odabranih izraza i načinima tvorbe riječi u hrvatskom i njemačkom jeziku u odnosu na engleski jezik. Osim tvorbene razine, posebna pažnja pridaje se i značenjskoj, tj. semantičkoj razini pri čemu se proučava prilagodba ranije spomenutih izraza i pojmova u njemačkom i hrvatskom jeziku u odnosu na izvorne izraze iz engleskog jezika.

⁸ <https://dictionary.cambridge.org/> (pristup 21.2.2022.)

Analiza morfoloških aspekata odabranih izraza iz korpusa podrazumijeva prije svega proučavanje u odnosu na tvorbu riječi (posuđivanje, prijenos značenja, složenice, izvedenice i sl.), a potom i tvorbenih načina (prefiksacija, sufiksacija, prefiksarno-sufiksarna tvorba, srastanje, slaganje i sl.).

4.1. Tvorbena razina

Tvorbena analiza njemačkog i hrvatskog korpusa pokazuje da su najzastupljenije složenice u njemačkom i izvedenice u hrvatskom jeziku. Među istraženim komunikacijskim kanalima nisu uočene razlike u načinu tvorbe riječi. U sva četiri softvera podjednako su zastupljeni razni tvorbeni načini, a u nastavku će biti prikazano nekoliko reprezentativnih primjera.

Njemački jezik nerijetko poseže za tvorbom složenica prilikom tvorbe novih riječi jer je na taj način moguće vrlo jednostavno i efikasno tvoriti nove riječi koje će funkcionirati u jezičnoj upotrebi u njemačkom jeziku. Tako su izrazi iz korpusa prije svega složenice koje su nastale slaganjem dviju ili više sastavnica, kao npr.: *Ansichtsmodus*: *Ansicht* + *s* + *Modus*. Ovaj primjer prikazuje složenicu nastalu slaganjem koja se sastoji od jedne punoznačne riječi (*Ansicht*), spojnog elementa (*-s*) i punoznačne osnove (*Modus*). Za razliku od složenica u njemačkom jeziku, hrvatske složenice rijetko imaju više od jedne punoznačne riječi koja se dodaje na osnovu i spojni je element najčešće *-o*, dok su u njemačkom to spojnici *-e*, *-er*, *-s*, *-n* i njihove kombinacije (*-es*, *-en*, *-ens*).

Osim ovog primjera, u korpusu su zastupljeni mnogi slični primjeri složenica nastalih slaganjem, od kojih su mnoge zapravo novotvorenice poput ovih: *Tastenkombinationen*, *Eingabetaste*, *Wähltastatur*, *Tastaturkürzel*, *Besprechungsinformationen*, *Besprechungsoptionen*, *Besprechungsnotizen*, *Beitrittsoptionen*, *Kanalbeschreibung*, *Kanalbesprechung*, *Kanalbenachrichtigungen*, *Raumaudio*, *Computeraudio*, *Vollbildmodus*, *Galerienansicht*, *Statusmeldung*.

U korpusu se pojavljuju i riječi koje su nastale istim tvorbenim načinom kao i gore navedeni izrazi, no za razliku od njih riječ je o složenicama koje su nastale bez spojnog elementa, tj. zamijenile su ga spojnicom, kao npr.: *E-Mail-Erinnerungen*: *E-Mail* + *Erinnerungen*. Ovakav oblik tvorbe javlja se najčešće kod hibridnih složenica, tj. složenica kod kojih je jedan od elemenata tvorenice posuđenica ili strana riječ. U korpusu je zastupljen čitav niz složenica nastalih na taj način, npr. *Skype-Aktionen*, *Skype-Anrufe*, *Skype-Kontaktliste*, *Skype-Konto*, *Skype-Name*, *Skype-Nummer*,

Skype-Profil, Webex-Raum, Webex-Geräte, Webex-Hilfe, Webex-App-Planer, In-App-Bannermitteilungen, In-App-Benachrichtigungen, Meeting-Kontrolleiste, Cloud-Speicher, Cloud-Kontakte.

Dodatno se može istaknuti kako su izrazi na njemačkom jeziku u digitalnim komunikacijskim kanalima koje se proučava u ovom radu, a koji se odnose na pojedinačne komunikacijske kanale, njihove funkcije, dodatne značajke, pojašnjenja ili usluge nastali upravo takvom tvorbom. Stoga nazivi digitalnih komunikacijskih kanala ili tvrtki u čijem su oni vlasništvu postaju punoznačnom osnovom na koju se dodaju punoznačne riječi koje određuje značenje složenice, kao npr.: *Skype-Nummer* i *Webex-Hilfe*. Za razliku od njemačkog jezika, u hrvatskom su prisutna rješenja poput ovih dvaju primjera: *Skype broj* i *Pomoć za Webex*. U većini tvorbi obaju jezika zadržana je engleska sastavnica koja je nepromjenjiva riječ, a druga je leksem podložen morfološkim promjenama, npr. *web-veza*: *web* + *veza* sa sljedećim oblicima prilikom sklanjanja: (N) *web-veza*, (G) *web-veze*, (D) *web-vezi*, itd.

Može se primijetiti kako su na hrvatskom jeziku navedeni izrazi prevedeni kao sintagme, dok su na njemačkom jeziku izrazi prilagođeni na način da su od njih nastale složenice. Oba su rješenja vrlo specifična za oba jezika jer su svaki na svoj način prilagodili engleske izraze *Skype number* i *Skype help* kako bi u jezičnoj upotrebi ti izrazi funkcionirali što bolje i prirodnije. U hrvatskom korpusu također pronalazimo novotvorenice nastale hibridnim slaganjem sa spojnicom, npr. *Sa-Skypea-na-telefon*, *web-kamere*, *web-veza*, *web-mjesta*. No, u hrvatskom se jeziku češće javljaju posuđenice i izvedenice kao jezična rješenja za novonastale izraze i pojmove koje je potrebno prevesti s drugog jezika. Sljedeći primjer prikazuje na koji način su njemački i hrvatski prilagodili engleski izraz *voicemail*: (EN) Voicemail – (DE) Voicemail – (HR) Voicemail. U izvornoj verziji Skypea na engleskom jeziku možemo pronaći izraz *voicemail* jer Skype svojim korisnicima nudi mogućnost snimanja glasovne pošte. Taj je izraz i u hrvatskoj i u njemačkoj verziji Skypea preuzet u izvornom obliku, dakle kao *voicemail*. No, za razliku od hrvatskog jezika, njemački jezik poznaje leksem *Voicemail* (*die / das*) u vlastitom leksiku i on je već odavno ušao u jezičnu upotrebu. Budući da u hrvatskom jeziku taj izraz ne funkcionira na isti način kao i u njemačkom jeziku i ne pripada leksiku hrvatskog jezika, postavlja se pitanje zašto izraz nije prilagođen prilikom prijevoda Skypea na hrvatski i zamijenjen izrazima *govorna pošta* ili *glasovna pošta*. Mogući odgovori sežu od toga da se pri prijevodu softvera koristilo strojno prevođenje uz nedovoljnu ili nepostojeću dodatnu provjeru prevoditelja pa sve do nedostatka kompetencije

prevoditelja ili pogreške u prijevodu ako nije bilo riječi o strojnom prevode-nju. Budući da u hrvatskom jeziku postoje ekvivalenti za prijevod navedenog izraza, ovdje je riječ o lošem primjeru tvorbe riječi posuđivanjem.

S druge strane, na primjeru triju rečenica koje slijede može se promatrati uspješno funkcioniranje posuđenice u jeziku. 1. *Last message author avatar on group chat*. 2. *Letzter Nachrichtenautor-Avatar im Gruppen-Chat*. 3. *Avatar autora zadnje poruke u grupnom čavrljanju*. Riječ je o izrazu *avatar* koji je u njemačkom i hrvatskom jeziku kao posuđenica ušao u leksik i kao što je prikazano u primjeru funkcionira vrlo dobro u jezičnoj upotrebi.

Osim posuđenica, u korpusu se javljaju i razne izvedenice, ponajprije u hrvatskom, a zatim i u njemačkom jeziku. Neki od primjera su: *odspojiti*, *pretpregled*, *web-odredište* i *ausblenden*, *chatten*, *Stummschaltung*. Riječ je o izrazima koji su izvedeni iz već postojećih leksema i u određenoj mjeri prilagođeni jezičnim normama s ciljem tvorbe novih riječi koje bi nadomjestila nedostatak ekvivalenata pri prijevodu s engleskog jezika. Stoga primjerice izraz *odspojiti* nastaje dodavanjem prefiksa *od-* na već postojeći leksem *spojiti* i na taj način nastaje novi leksem sa značenjem suprotnim od značenja leksema *spojiti*. Kod primjera *pretpregled*, koji je isto tako nastao prefiksacijom, bilo je potrebno provesti i jednačenje po zvučnosti kako bi nastala novotvore-nica *pretpregled* po uzoru na engleski izraz *preview* i njemački *Vorschau*. Novotvore-nica *web-odredište* nastala je po istoj analogiji po kojoj su nastali već uvriježeni izrazi *web-adresa*, *web-browser*, *web-prostor* i sl.

Na isti je način njemački jezik prilagodio lekseme *ausblenden*, *chatten* i *Stummschaltung* svojim jezičnim normama. Dodavanjem prefiksa *aus-* na već postojeći leksem *blenden* nastaje novotvore-nica sa značenjem *isključiti*, *uga-siti*, na sličan način kao što to hrvatski čini dodavanjem prefiksa *od-*. Glagol *chatten* je primjer leksema čija je morfološka osnova preuzeta iz engleskog jezika, a zatim je prilagođena njemačkom jeziku udvostručavanjem slova *-t-* i dodavanjem nastavka za infinitiv *-en*, što automatski omogućava sprezanje glagola prema pravilima njemačkog jezika, a samim time i olakšava njegovu svakodnevnu upotrebu.

Navedeni su primjeri samo neke od tvore-nica koje se javljaju u korpu-su digitalnih komunikacijskih kanala o kojima je riječ u ovom radu. Neke od njih poput *chatten* i *ausblenden* već se neko vrijeme aktivno koriste u jezič-noj upotrebi i pripadaju jezičnom leksiku, a druge poput *pretpregled* i *web-odredište* tek su djelomično aktivne u jezičnoj upotrebi ili nisu još pro-našle svoje mjesto u leksiku, stoga ih možemo svrstati u novotvore-nice.

Ako navedene lekseme pretražimo u rječniku njemačkog jezika *Duden*, primijetiti ćemo kako taj rječnik vrlo često ažurira svoje natuknice i stalno uvrštava nove lekseme. Paralelno možemo pregledati hrvatske novotvorenice u *Hrvatskom jezičnom portalu* (HJP) ili u terminološkoj bazi *STRUNA* (ako je riječ o terminima vezanima uz specifične domene). Tu pak možemo primijetiti kako u hrvatskom jeziku proces uvrštavanja novih leksema u leksik traje nešto duže, tj. cijeli se proces odvija sporije i ne tako ažurno kao što je to slučaj kod ranije navedenih rječnika i terminoloških baza njemačkog jezika. Stoga se nerijetko događa da traženi izrazi i termini nisu zastupljeni u spomenutim portalima i rječnicima, zbog čega korisnik tih komunikacijskih kanala nema mogućnost provjere značenja danih izraza na materinskom jeziku pa je donekle i ponukan na korištenje tih softvera na stranom jeziku.

4.2. Semantička razina

Osim morfoloških aspekata ove analize, provedena je i analiza korpusa digitalnih komunikacijskih kanala na semantičkoj razini u sklopu koje su promatrane semantičke promjene poput širenja ili sužavanja značenja leksema kao i stjecanje dodatnog značenja ili promjena već postojećeg značenja leksema.

Na sljedećem se primjeru može promatrati kako je leksem poprimio novo značenje u kontekstu ponajprije društvenih mreža⁹, a potom i u kontekstu digitalnih komunikacijskih kanala koji su preuzele značajku spominjanja imena osobe kojoj se pisanim putem u komentaru ili u objavi želi skrenuti pažnja na određeni sadržaj. Riječ je o izrazu *mention(s)* na engleskom koji se često javlja popraćen znakom @ (eng. at) jer taj znak označava obraćanje osobi čije ime slijedi nakon njega. Njemački ekvivalent ovom izrazu, kako proizlazi iz analize korpusa, je *@Erwähnung(en)*, a hrvatski *@spominjanje* ili *@spominjanja*.

U *Dudenovu* rječniku ovaj leksem ima samo osnovno značenje kao i u hrvatskom, a to je *spominjanje*. Na *Hrvatskom jezičnom portalu* nije naveden leksem *spominjanje*, moguće jer je riječ o glagolskoj imenici čije je značenje jasno već samo po sebi, a i jer je njezino značenje proizašlo iz glagola *spominjati* i *spomenuti* koji su uvršteni na portalu. Budući da se ovaj

⁹ Jezične promjene koje se odnose na navedeni leksem primjetne su na društvenim mrežama poput Facebooka i Instagrama.

leksem koristi u kontekstu digitalnih komunikacijskih kanala kao oznaka (imena korisnika), što je vidljivo i na nekim društvenim mrežama¹⁰ gdje su izrazi *spominjanje* i *Erwähnung* zamijenjeni izrazima *oznaka* / *označite korisnika* i *Markierung*, postaje jasno da su leksemi *spominjanje* i *Erwähnung* dobili jednu novu dimenziju značenja koja je ipak bliža značenju leksema *oznaka* i *Markierung*. No te nove dimenzije proširenog značenja nisu uvrštene u korištenim rječnicima. Stoga ti izrazi postaju vrlo nejasni kada se koriste izvan konteksta digitalnih komunikacijskih kanala ili društvenih mreža i možebitno dovode do nerazumijevanja ili pogreške u komunikaciji kada se primjerice upotrijebi izraz *spominjanje* bez prethodnog objašnjenja konteksta.

Postavlja se pitanje zašto ovi izrazi nisu pronašli svoje mjesto u jezičnim inventarima hrvatskog i njemačkog jezika, ako je po istoj analogiji izraz *like* već uvršten u *Duden*, a u hrvatskom se uvriježio barem u govoru, ako već nije ušao u rječnike. Dio odgovora krije se zasigurno u činjenici da su digitalni komunikacijski kanali na važnosti dobili više no ikada tek nedavno, tj. s pojavom pandemije koronavirusa u kojoj se pokazala nagla potreba za pronalaženjem novih načina komunikacije. Upravo ti novi, digitalni načini komunikacije sa sobom nose i nove izazove pa tako izravno ili neizravno utječu na promjene i razvoj jezika. Primjerice, upotrebom novih izraza i pojmova koji su ranije bili nepostojeći ili barem nepoznati široj javnosti, javlja se potreba da se te izraze uvrsti u rječnike i opiše kao i bilo koji drugi leksem.

Za usporedbu, izraz *emoticon* i njegovi prijevodi *Emoticon* i *emotikon* koji se javljaju u korpusu ovog istraživanja već su odavno pronašli svoju upotrebu u jeziku i njihovo značenje danas mnogo je jasnije nego li prije. Stoga, kada se taj izraz pojavi u digitalnim komunikacijskim kanalima njegovo značenje bit će jasno, a samim time i njegova funkcija u digitalnoj komunikaciji. No to isto ne vrijedi i za njemu srodan novonastali izraz *reaction*, tj. *Reaktion* ili *reakcije* ako paralelno uspoređujemo englesku, njemačku i hrvatsku verziju digitalnog komunikacijskog kanala Microsoft Teams. Osim već poznatim emotikonima, korisnici imaju mogućnost služiti se tzv. reakcijama i na taj način (u određenoj mjeri) svojim sugovornicima dati do znanja na koji način reagiraju na neki sadržaj. Samim time i taj leksem prima jednu novu značensku dimenziju koja podrazumijeva i digitalnu

¹⁰ Kao npr. na Facebooku, Instagramu ili Twitteru.

reakciju na digitalni sadržaj u odabranom digitalnom komunikacijskom kanalu, no to prošireno značenje, nažalost, nije još zaživjelo u rječnicima i online portalima niti hrvatskog niti njemačkog jezika.

Ako *Duden* navodi da je *Emoticon* kombinacija različitih znakova predloženih na tipkovnici kojima je moguće izraziti osjećaje primjerice u e-mailovima, onda bi i *reakcije* bilo moguće definirati kao emotikone kojima se izražava stav sudionika u digitalnoj komunikaciji prema određenom sadržaju. Kada će i u kojoj mjeri taj i njemu slični novi izrazi pronaći svoje mjesto u jeziku još uvijek je nejasno, no činjenica je da je takvih izraza sve više i potrebno je pratiti njihov razvoj i pojavu kako bi se uopće moglo ići u korak s razvojem digitalne komunikacije. U protivnom bi takav oblik komunikacije mogao biti otežan. Naravno, o tome svjedoči i potreba za kvalitetnim prijevodima i lokalizacijama softvera i sadržaja koji su dostupni na digitalnim komunikacijskim kanalima.

Uzmemo li za primjer sintagmu *landing screen* koja se nalazi unutar sučelja digitalnog komunikacijskog kanala Webex i njezine prijevode na hrvatski i njemački jezik, možemo uočiti nekoliko problema koji su nastali prilikom prevođenja s engleskog jezika. U njemačkoj verziji softvera javlja se ekvivalent *Startbildschirm* koji je sam po sebi novotvorenica nastala spajanjem leksema *Start* i *Bildschirm*. Riječ je o novotvorenici čije je značenje u njemačkom jeziku samo po sebi odmah jasno. U hrvatskoj verziji softvera javlja se izraz *zaslon za slijetanje* kao ekvivalent izrazima *Startbildschirm* i *landing screen* koji je već na prvi pogled nejasan. Prvo što se može uočiti, terminološki gledano, je doslovan prijevod engleskog izraza koji u hrvatskom jeziku ne funkcionira kao u engleskom i dovodi do nerazumijevanja značenja jer je ovdje riječ o izrazu koji je usko vezan uz domenu digitalne komunikacije. K tomu, semantički promatrano, izraz *slijetanje* ima vrlo jasno značenja koja podrazumijevaju ili slijetanje zrakoplova (osnovno značenje) ili u prenesenom značenju dolazak, tj. nailaženje na jedno mjesto s raznih strana¹¹, od kojih niti jedno ne odgovara sintagmi *landing screen*. Za razliku od njemačkog jezika koji je navedeni izraz pravilno preveo i prilagodio, u hrvatskom je došlo do pogreške u prijevodu koja u potpunosti mijenja značenje izvornog izraza i samim time zbunjuje korisnika kojemu nije jasno gdje je *sletio* i čemu taj zaslon služi, iako je zapravo riječ o *početnom zaslonu*.

¹¹ Usp. *sletjeti* na *Hrvatski jezični portal*: https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=d15vXRI%3D&keyword=sletjeti (pristup 21.2.2022.)

Je li do tog problema došlo zbog upotrebe strojnog prevodenja bez nadzora ili naknadne kontrole prevoditelja ili zbog pogreške prevoditelja tijekom prevodenja manje je važno od činjenice da je kvaliteta prijevoda vidno ugrožena. To otežava razumijevanje i korištenje sučelja navedenog softvera. Daljnjom analizom korpusa utvrđeno je kako postoji još nekoliko takvih primjera poput izraza *botovi* koji je preuzet iz engleskog jezika (eng. *robot – bot*). U sljedećem primjeru može se uočiti kako je izraz *bot*, koji se odnosi na autonomne (često i štetne) računalne softvere koji su sposobni interagirati s korisnicima ili drugim softverima, preveden na hrvatski i njemački iz engleske verzije digitalnog komunikacijskog kanala *Skype*: 1. *Search for all contacts, messages and bots*. 2. *Alle Kontakte, Nachrichten und Bots suchen*. 3. *Pretraživanje svih kontakata, poruka i botova*.

U njemačkom prijevodu riječ je o ekvivalentu *Bot* koji je naveden u rječniku *Duden* kao leksem koji pripada leksiku njemačkog jezika, iako je izvorno riječ o posuđenici koja se vremenom uvriježila i postala dijelom jezičnog inventara. U hrvatskom prijevodu isto je došlo do posuđivanja riječi, no budući da hrvatski jezik već poznaje leksem *bot* sa značenjem: „vrijeme kad je jedan sat poslije podne; 13 sati”, kako je navedeno na *Hrvatskom jezičnom portalu*, tu dolazi do nepoklapanja značenja i forme leksema. Iako je tvorbena razina djelomično zadovoljena, na semantičkoj razini dolazi do problema jer značenje leksema *bot* u kontekstu digitalne komunikacije nije zastupljeno u rječniku HJP-a, već ima posve drugo značenje. K tomu, budući da se leksem *bot* sa značenjem koje se odnosi na snalaženje u vremenu javlja isključivo u jednini, a u gore navedenom primjeru riječ je o množini, postaje jasno da je i na morfološkoj razini došlo do određenog nepodudaranja. Stoga se kao jedno od mogućih rješenja može predložiti uvrštavanje novog leksema *bot* sa značenjem autonomnog računalnoga softvera koje će sadržavati vlastitu definiciju, izvedene oblike u jednini i množini, navode o etimologiji i sl.

Ipak, takvi se primjeri u korpusu korištenom za potrebe ovog istraživanja nalaze u manjini, stoga se ne može reći da je upotreba digitalnih komunikacijskih kanala o kojima je ovdje riječ, otežana ili onemogućena zbog prikazanih problema i nejasnoća. Svakako se može utvrditi kako takvi i njima slični primjeri dovode u pitanje razvoj i prilagodbu ponajprije hrvatskog, a onda u nešto manjoj mjeri i njemačkog jezika na pojavu novotvorenica i izraza te termina koji se javljaju uz nagli razvoj digitalne komunikacije.

5. Zaključak

Cilj ovog istraživanja bio je utvrditi kako su se hrvatski i njemački leksik prilagodili razvoju digitalne komunikacije unutar digitalnih komunikacijskih kanala Skype, Webex, Microsoft Teams i Zoom. Nakon prikaza rezultata provedene analize leksika digitalnih komunikacijskih kanala utvrđeno je da stupnjevi prilagodbe leksika u njemačkom i hrvatskom jeziku nisu jednaki, što je bila i početna pretpostavka istraživanja. Iz navedenih se primjera vrlo jasno može zaključiti da je stupanj prilagodbe leksika u njemačkim verzijama istraženih digitalnih komunikacijskih kanala znatno veći u odnosu na stupanj prilagodbe leksika hrvatskih verzija. Razlog je tomu ponajprije upotreba strojnog prevođenja bez lekture ili dorade prevoditelja. Budući da se neki od navedenih komunikacijskih kanala ponekad služe automatskim strojnim prevođenjem, takvi su prijevodi uglavnom uspješniji u njemačkim verzijama, nego u hrvatskim jer se prijevod odvija s engleskog jezika. To znači da je prijevod kvalitetniji u jezičnim kombinacijama koje su učestalije u upotrebi na internetu i u mrežnim korpusima strojnih prevoditelja.

Kada je riječ o jezičnim aspektima prilagodbe leksika, za ovo istraživanje najvažnije su bile promjene nastale na semantičkoj i morfološkoj razini analiziranih izraza. Na značenjskoj razini uočene su prije svega promjene značenja poput stjecanja novog značenja preuzimanjem iz engleskog jezika u hrvatskom i/ili njemačkom jeziku.

Pritom dolazi i do promjena na morfološkoj razini, no za razliku od njemačkog jezika koji strane riječi češće prilagođava svojim jezičnim normama (grafija, izgovor, izvedbeni oblici i sl.), hrvatski radije zadržava strane riječi u izvornom obliku, što otežava njihovu upotrebu u jeziku. Ipak, iz analize korpusa proizlazi i zaključak kako je i u hrvatskoj i u njemačkoj verziji digitalnih komunikacijskih kanala zastupljen određen broj novotvorenica, što ukazuje na napredak u kontekstu prilagodbe leksika digitalnoj komunikaciji. U njemačkom je korpusu zastupljen velik broj novotvorenica nastalih slaganjem jer je to jedan od učestalijih tvorbenih načina kojim nastaju složenice koje bez problema funkcioniraju u njemačkom jeziku. U hrvatskom je korpusu zabilježen veći broj izvedenica jer je to jedan od učestalijih, a u odnosu na slaganje i plodonosnijih tvorbenih načina u hrvatskom jeziku.

Naposlijetku, važno je spomenuti i kako njemački jezik ipak u znatnoj mjeri prednjači pred hrvatskim kada je riječ o ažurnosti i načinu prilagodbe

te uvrštavanju novih leksema u jezični inventar, što se može provjeriti i brzo pretragom te usporedbom navedenih izraza u online rječnicima tih dvaju jezika. Ta činjenica može nam poslužiti kao poticaj za unaprjeđenje i nadogradnju jezičnog inventara na području digitalne komunikacije čiji razvoj još nije dosegno vrhunac, a zahvaljujući čemu nam preostaje još prostora za djelovanje.

Literatura

- Babić, Stjepan (2002) *Tvorba riječi u hrvatskome književnome jeziku*. Zagreb: Nakladni zavod Globus, Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti.
- Crystal, David (2006) *The language of the Internet*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Darics, Erika (2016b) „Digital media in workplace interactions”, *The Routledge handbook of language and digital communication*, (ur.) A. Georgakopoulou, i T. Spilioti, Abingdon, 197–211.
- Elsen, Hilke (2004) *Neologismen: Formen und Funktionen neuer Wörter in verschiedenen Varietäten des Deutschen*. Tübingen: G. Narr.
- Filipović, Rudolf (1986) *Teorija jezika u kontaktu*. Zagreb: Školska knjiga.
- Keating, Elizabeth (2016) „The role of body and space in digital multimodality”, *The Routledge handbook of language and digital communication*, (ur.) A. Georgakopoulou, i T. Spilioti, Abingdon, 259–272.
- Knight, Dawn (2015) *E-Language: Communication in the Digital Age*. <https://orca.cardiff.ac.uk/72348/1/21.%20Knight%2C%202015.pdf>.
- Kytölä, Samu (2016d) „Translocality”, *The Routledge handbook of language and digital communication*, (ur.) A. Georgakopoulou, i T. Spilioti, Abingdon, 371–388.
- Lee, Carmen (2016) „Multilingual resources and practices in digital communication”, *The Routledge handbook of language and digital communication*, (ur.) A. Georgakopoulou, i T. Spilioti, Abingdon, 118–132.
- Lohde, Michael (2006) *Wortbildung des modernen Deutschen: Ein Lehr- und Übungsbuch*. Tübingen: G. Narr.
- Muhvić-Dimanovski, Vesna (2005) *Neologizmi: problemi teorije i primjene*. Zagreb: Zavod za lingvistiku Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Zagrebu.

SUMMARY

Luka Planinić, Anita Pavić Pintarić

CONTRASTIVE ANALYSIS OF DIGITAL COMMUNICATION CHANNELS IN THE CROATIAN AND GERMAN LANGUAGE

Based on the contrastive analysis of digital communication channels, this paper investigates the lexis of Croatian and German versions in relation to their English original versions. Due to the COVID-19 pandemic, the increased need for developing and improving new forms of communication which enable secure and easy understanding in real time, has led to frequent use of digital communication channels such as Zoom, Microsoft Teams, Skype, and Webex. Thanks to the daily use of these communication channels, digital communication has gained in importance more than ever before and has brought with it numerous new expressions that are added to the lexicon. Since English has been impacting the development of the language in digital surroundings and related domains, linguistic challenges such as finding equivalents for new expressions have appeared in other languages.

In this paper the language of selected digital communication channels on several linguistic levels is investigated. In order to collect the corpus, interface, and instruction manuals available in the abovementioned communication channels or on their web pages were used. The central part of the paper is based on the contrastive analysis of selected expressions and terms from the corpus with an emphasis on their morphological aspects (word building) and meaning adaptation on the semantic level in Croatian and German, in relation to their corresponding original English forms. The aim was to show the extent to which Croatian and German have adapted to the rapid development of digital communication and digital communication channels, as well as linguistic solutions which have been introduced. Since the relevance of language changes has led to a growing number of new words and expressions in various languages around the world, this paper serves as a basis for further research on language changes in the digital environment in Croatian and German.

Key words: *digital communication channels; Croatian; German; contrastive analysis*