

Биљана Радић-Бојанић
Филозофски факултет, Нови Сад

ОСОБИНЕ КОМУНИКАЦИОНИХ СИТУАЦИЈА НА ИНТЕРНЕТУ¹

У раду се истражују нове језичке ситуације које су настале на интернету, узимајући у обзир да њихове карактеристике нису строго раздвојене, него су комбиноване у мањој или већој мери. Полазна тачка у истраживању јесте питање у ком су односу говорени и писани језик, али се разматрају и услови у којима језик настаје и у којима се одвија комуникација, а који су релевантни само за електронску комуникацију.

Кључне речи: електронске ћаскаонице, електронска пошта, дискусционе групе, виртуелне играонице, веб-странице.

Увод

С обзиром на то да се почетком деведесетих година двадесетог века тежиште почело померати са техничког на друштвени аспект интернета (Berners-Lee 2000: 133), интересантно је посматрати шта је постигнуто у међуљудској комуникацији у друштвеном, а не само у техничком смислу. Битно је истражити, анализирати и представити не само нове програме и машине које поспешују међуљудску комуникацију, него и саму комуникацију, нове језичке ситуације које се неминовно стварају кроз нови медиј и нове језичке варијетете који настају у тим новим језичким ситуацијама, јер језик интернета засигурно није кохерентна језичка појава. Елементи различитих варијетета и њихове карактеристике нису строго раздвојени, него су комбиновани у мањој или већој мери. Полазна тачка у истраживању електронског дискурса који настаје комбинацијом елемената различитих варијетета јесте питање – у ком су односу говорени и писани језик, али су исто толико битни услови у којима језик

¹ Рад је заснован на другом поглављу ауторкине магистарске тезе под насловом „Дискурс комуникације на интернету на енглеском и српском језику (с тежиштем на електронском ћаскању)“ одбрањеној 14. 12. 2005. у Новом Саду пред комисијом проф. др Твртко Прћић (ментор), проф. др Ранко Бугарски и проф. др Свенка Савић.

настаје и у којима се одвија комуникација, а који су релевантни само за електронску комуникацију.

С изузетком малог дела корисника интернета који своју интерактивност заснивају на коришћењу микрофона и веб-камера уз веома брз проток информација, већина учесника за комуникацију користи тастатуру, на којој пише поруке, и монитор, на коме чита поруке добијене од других корисника. Иако се оваква опрема не користи у комуникационим ситуацијама у ванелектронском свету, нити постоје предности које су везане за употребу рачунара (могућност бележења и похрањивања свих размена, без обзира на језичку ситуацију), постоје извесна ограничења која таква опрема намеће. У електронској комуникацији постоје две силе: с једне стране стоје природа и могућности медија који је ограничен опремом, док су с друге стране циљеви и очекивања корисника који свим силама настоје да превазиђу ограничења која им намеће опрема (Crystal 2001: 24). Ради бољег разумевања деловања ових двеју сила, у наредним одељцима биће описано управо то: шта учесници могу, а шта желе да ураде.

Електронске ћаскаонице

Иако постоји много различитих програма помоћу којих може да се обавља синхрона комуникација на интернету, сви они имају неколико заједничких карактеристика. Прва је да учесник, пре него што може да започне синхрону комуникацију, мора да упише у поље **име** (енг. nick) које ће остали учесници видети током комуникације. Друга карактеристика је да ти програми омогућују и приватну и јавну комуникацију, тј. у разговору могу да учествују две особе (приватна) или више од две (јавна), где програми углавном не ограничавају број учесника.

Ако је у питању јавна комуникација, изглед програмâ је увек сличан. Постоје три главна поља која су битна за одвијање комуникације. У већем пољу види се разговор који је у току, виде се поруке које пристижу једна за другом и види се који учесници долазе и одлазе. Мање поље је списак имена свих учесника који су у датом тренутку присутни у **ћаскаоници** (енг. chatroom), виртуелном простору у коме се окупљају учесници да би ћаскали о одређеној теми, ако је она задата, или о било којој тренутно заступљеној теми (Ince 2001: 51). У најмање поље сваки учесник укуцава поруку коју жели да пошаље осталим учесницима. Међутим, ако је у питању приватна комуникација, постоје само два поља. У главном пољу виде се искази које двоје учесника упућује једно другом, а мање поље

служи за укуцавање исказа. Сваки учесник може да позове сваког другог учесника из главне ћаскаонице на приватно ћаскање, које не види нико други осим то двоје.

У главном пољу програма могу да се виде три врсте порука, обично обележених различитим бојама да би се разлика међу њима лакше приметила. Прва врста порука су системске поруке. Најчешће су обележене једном звездицом, *, и оне нису битне за лингвистичку анализу, јер их генерише програм за ћаскање, најављујући ко се од учесника управо придружио осталима (поруке су тамо написане зеленом бојом), а ко је отишао (поруке су тамо написане плавом бојом). Те поруке су увек на енглеском, без обзира на ком се језику ћаска, јер је сам програм за електронско ћаскање написан на енглеском. Друга врста порука су искази учесника. Оне увек почињу именом учесника унутар угластих заграда, < > (сваки програм аутоматски убацује тај део), иза кога долази сам исказ. Трећа врста порука су коментари и виртуелне радње учесника: испред тих порука се такође налази једна звездица, а написане су смеђом или љубичастом бојом. Оне служе да би учесници дали коментар на нешто или да би описали своје виртуелно понашање, оба у трећем лицу јединине.

Осим саме комуникације на интернету, веома је битан и начин на који учесници себе представљају. Као што је већ речено, пре него што уопште почну да ћаскају са осталима, они морају да упишу име које ће их представљати и којим ће их остали учесници ословљавати. Ретко кад се дешава да учесници користе своја права имена, него углавном смишљају име које за њих саме има неко значење, а осталима може, али и не мора, да буде схватљиво. У сваком случају, од учесника се очекује да за себе смисли занимљиво, необично, упечатљиво и јединствено име. Вреди истаћи да, за разлику од ритуала давања имена и надимака у стварном свету, где име бирају други људи, на интернету сваки учесник бира име за себе (Crystal 2001: 159). Иако постоји могућност да учесник одабере другачије име сваки пут кад уђе у неку ћаскаоницу, или чак да мења име у току разговора у ћаскаоници, неретко се дешава да учесници користе исто име сваки пут кад се укључе у разговор и тако постају препознатљиви осталим учесницима ако су раније комуницирали у тој ћаскаоници. На тај начин, ствара се осећај виртуелне заједнице, о чему ће речи бити касније. У случају да учесник не одабере име приликом укључивања у разговор, што се јавља код почетника, програм му сам додељује име које увек гласи GUESTброј (нпр.

GUEST1234). Поред тога, није дозвољено, а ни практично изводљиво, да у истој ћаскаоници истовремено постоје два иста имена.

Следећи корак анализе јесте посматрање целине разговора у ћаскаоницама, уместо анализирања сваког реда понаособ. Данет (Danet 2001: 100-101) уочава сличност разговора у ћаскаоницама са текстом драме. Улоге су подељене и исказу сваког учесника претходно његово име, а између исказа се провлаче виртуелне дидаскалије које дају информације о томе ко долази, ко одлази, ко шта ради и како се ко осећа. Учесници су представљени именима која су сами за себе одабрали, а свој идентитет исказују једино кроз своје речи. Стога су оно шта кажу и начин на који то кажу веома важни за представљање њихове виртуелне личности и отуда учесници, упркос брзини комуникације, морају пажљиво одмерити своје речи. С друге стране, баш зато што су речи једини начин исказивања идентитета, одговорност за речи и поступке је смањена, па неки учесници за себе бирају идентитете који нимало не одговарају њиховој стварној личности.

Електронска пошта

Корисници електронске поште могу комуницирати служећи се програмима различитих компанија, али оно што је свима заједничко јесте изглед поруке. Током седамдесетих година двадесетог века, када је електронска пошта тек стицала популарност, програмери су, након дугих и жучних преговора, утврдили низ података који су морали да буду саставни део заглавља сваке поруке. То су: прималац (чију адресу и/или име укуцава писац поруке), пошиљалац (чије име програм уноси аутоматски), тема поруке (коју укуцава писац), те време и датум слања поруке (које програм уноси аутоматски).

На месту предвиђеном за примаоца и пошиљалоца поруке може да стоји пуно име и презиме особе, само име, или само презиме, или само електронска адреса, у зависности од тога да ли су ти подаци унесени у адресар корисника датог рачунара. Да би се избегле забуне око тога шта је име, а шта адреса, конвенцијом је утврђено да се све електронске адресе обележавају унутар угластих заграда (нпр. <johnsmith@mail.com>). Прво што упада у очи код овог начина комуникације јесте само име и/или презиме особа које користе електронску пошту. Људи на неколико начина уписују своја имена приликом инсталације програма и самим тим стварају представу о себи у свету електронске комуникације:

- пуно име и презиме, написано великим почетним словима (нпр. *John Smith*),
- пуно име и презиме, написано малим словима (нпр. *john smith*),
- само име, написано великим почетним словом (нпр. *John*),
- само име, написано малим словима (нпр. *john*),
- име и/или презиме, написано великим словима (нпр. *JOHN SMITH*).

Корисници који одступају од правила правописа и не користе велика почетна слова или не упишу своје презиме – или нису обучени у коришћењу датог програма или наговештавају да је за њих електронска комуникација нешто што схватају као неформално окружење у коме комуницирају са пријатељима и познаницима којима нема потребе да се представљају пуним именом и презименом. Самим тим, може се очекивати да и садржај њихових електронских писама буде у истом духу.

Тема поруке је веома битан део, о чему говори чињеница да многи програми аутоматски корисника опомињу ако ништа није уписао у предвиђеном пољу. Тема, следећи максиме кооперативности Пола Грајса (Paul Grice – информативност, истинитост, релевантност, јасност; у: Савић 1993: 79-80, и Прћић 1997: 88), најављује о чему је писмо и, осим тога, може примаоцу да наговести да ли је писмо личне природе (нпр. *једно пишање*) или је у питању рекламни материјал (нпр. *Harry Potter Publication Date*). У пољу намењеном за тему поруке могу се наћи и два додатна обележја која убацује сам програм. Једно је *Re:* (скраћено од енг. Reply), што значи да је порука само одговор на раније послату поруку, а друго је *Fwd:* (скраћено од енг. Forward), што значи да је примаоцу прослеђена порука коју је пошиљалац добио од неког другог.

Полазећи од тога ко је прималац писма, електронска пошта може да се класификује као јавна и као приватна комуникација. У случају да се ради о размени писама између две особе, у питању је **приватна комуникација**. Када се писмо шаље на две или више адреса, без обзира на то да ли је рекламни материјал или циркуларна порука, посреди је **јавна комуникација**. Ова разлика је веома битна, јер се језик којим се пишу ове две врсте писама, идеално, разликује у већој или мањој мери. Електронска писма у јавној комуникацији биће писана формалнијим стилем и више ће следити традиционални начин писања писама, док ће електронска писма у приватној бити много неформалнија, са елементима говореног језика.

Порука може да почне поздравом, мада то није неопходно у овој врсти електронске комуникације. Исто тако није уобичајено да се у обраћању користе имена, пошто се неколико редова више налазе подаци о томе ко су учесници у овој комуникацији. Одговори на електронска писма могу се писати одмах, док је корисник на вези, или неко време по примању поруке, што утиче на сам њен текст. Ако се одговара одмах, корисници ће избегавати поздраве и остале конвенције, а поруке ће понекад имати више грешака. С друге стране, ако постоји временски размак између примања поруке и писања одговора, ти ће одговори бити дужи и пажљивије написани, често са поздравом на почетку и крају писма, грешке ће бити исправљене и све ће више личити на конвенционално писмо.

Битно је, при томе, да сам изглед текста поруке следи одређена правила. Најважнији део поруке ће увек бити горњи део зато што се он први види кад се порука отвори. Осим тога, непрекинути текст који је тешко пратити на екрану требало би да се избегава, а уместо тога да се користе параграфи са проредима ради боље прегледности, те краће и једноставније реченице ради лакшег читања.

У зависности од писца поруке, она може бити написана по правописним правилима или се та правила могу само делимично примењивати. У неформалним комуникационим ситуацијама честа су кршења правописних правила (цео текст или његов део пише се малим словима, интерпункција се ретко користи), а стварају се и неке нове конвенције. Прва је употреба **емотограма** (енг. *emoticon*), што су симболи сачињени од знакова интерпункције, слова и бројки, којима пошиљалац поруке жели да изрази своје емоције и став према примаоцу поруке, према теми или према самом себи (Радић 2000: 106), док је друга конвенција понављање слова и знакова интерпункције у сврху наглашавања речи или делова исказа.

Дискусионе групе

На први поглед, постоји доста сличности између ћаскаоница и дискусионих група: оба ова вида електронске комуникације имају велик број учесника, теме о којима се говори су разноврсне, идентитет учесника је углавном непознат, они могу да буду активни и да својим исказима доприносе комуникацији, али могу да буду и **неми посматрачи** (енг. *lurker*), који само прате дешавања, читају исказе осталих, али се не укључују у разговор. Ако се ова два вида електронске комуникације пажљивије сагледају, уочавају се карактеристике које их доиста чине веома различитим. Комуникација у ћаскаоницама је синхрона, док дискусионе групе представљају

низ порука које учесници могу да пишу са паузом од једног минута, па све до неколико месеци и више. Дискусионе групе обично имају знатно већи број учесника од ћаскаоница управо због свог асинхроног карактера: много људи може се укључити у дискусију од тренутка када је постављена нека тема, па до тренутка када се дискусионна група укида (што се ређе дешава).

Теме о којима је реч у дискусионим групама увек су класификоване у веће групе, да би људи различитих интересовања лакше нашли оно што их занима. Ако некога, на пример, занимају кућни љубимци, он ће потражити општију групу тема *Живоотиње*, затим ће од бројних понуђених подтема одабрати *Кућни љубимци*, а онда вероватно врсту кућног љубимца која њега занима, *Мачке*. Оваква врста строге класификације се не може наћи у ћаскаоницама, без обзира на то што постоје и оне тематски одређене. Дијалог у њима увек може да одлута у непредвиђеном правцу и да се више не врати на почетну тему. С друге стране, у дискусионим групама, ако искази учесника почну да скрећу с теме, учесници углавном опомињу писца и дискусија се враћа на тему.

Питање идентитета учесника у ћаскаоницама се, у суштини, веома разликује од питања идентитета учесника у дискусионим групама. Идентитет у дискусионим групама много је стабилнији, јер учесници углавном користе једна те иста имена у комуникацији и својим учешћем су много посвећенији групи него учесници у ћаскаоницама, пошто се осећају делом заједнице. Што се самог процеса комуникације тиче, већ је речено да у дискусионим групама може да учествује велик број људи. Њихове поруке су дате хронолошким редоследом, почевши од најраније до последње послате поруке. Дискусиона група обично почиње да постоји тако што једна особа, у оквиру општије теме, да наслов дискусионој групи, а испод наслова напише текст којим објашњава зашто тему покреће и у коме позива остале кориснике да својим исказима допринесу дискусији на задату тему. Сам наслов теме мора да буде кратак, провокативан и инспиративан, мора да привуче пажњу осталих учесника да би та дискусионна група уопште започела свој живот. Ако је наслов теме сувише дугачак, ако тема није занимљива или не привлачи пажњу других, неће бити реакција на прву поруку и дискусионна група неће ни бити покренута. С друге стране, ако је тема занимљива и довољно инспиративна, учесници ће имати шта да кажу и моћи ће да се надовезују или на почетну поруку или на касније написане поруке. Овде је важно напоменути да је тема дискусионе групе једини текст који се види на веб-страни са општијом темом и да учесници тек

кад одаберу тему која им се учини занимљивом одлазе на веб-страницу на којој се, осим теме, види и текст порука које су написане као реакције на тему.

Текстови су дати хронолошки, један за другим. Сваки нов допринос дискусионој групи почиње именом учесника који је написао поруку, датумом и временом писања, иза чега следи сам текст. Након што прочита све поруке, учесник може да одлучи да и сам нешто каже. Тада одлази на поље *Коментар* и тамо укуцава своје име и текст своје поруке. Ово је кључни елемент у анализи комуникације у дискусионим групама. Као што је већ речено, сама комуникација је асинхрона, јер временски размак између порука може да буде и неколико месеци, те учесници често нису истовремено присутни у истој дискусионој групи. Па ипак, само писање нове поруке се најчешће дешава док је корисник на вези. Ово утиче на начин на који су поруке написане, на брзину писања, на број грешака и исправљање тих грешака, на поштовање правописних и граматичких правила. По овим карактеристикама, комуникација у дискусионим групама слична је комуникацији у ћаскаоницама, иако су искази много дужи – учесници имају много више времена да сроче исказе пошто време размене и брзина комуникације нису одлучујући фактори, као што је то случај с комуникацијом у ћаскаоницама. Након што учесник откуца текст своје поруке, шаље је у дискусионую групу и она постаје последњи допринос у том низу порука.

Осим учесника који својим порукама доприносе развоју дискусионе групе, постоји и изванредан број учесника који само читају поруке. Број тих учесника не може да се утврди, али се сматра да су и они део виртуелне заједнице која се гради на основу порука у дискусионим групама. Неко од тих посматрача може након одређеног времена да се одважи и укључи у дискусију, док други могу и даље да остану неприметни.

На основу понуђеног описа дискусионих група може се закључити да је комуникација која се одвија на овај начин комбинација масовне и интерперсоналне комуникације. С једне стране, појединац пише поруку коју чита много људи, што је пример масовне комуникације. С друге стране, поруке које се пишу увек су реакција на нечију конкретну поруку, што је пример интерперсоналне комуникације.

Виртуелне и границе

Иако име овог вида комуникације на интернету на енглеском језику гласи MUDs (multi-user dungeons или multi-user domains),

а тај акроним у енглеском почиње да се користи као генерички назив писан малим словима, понуђени превод на српски језик је **виртуелне играонице**. Овај вид комуникације на интернету више није посвећен искључиво игрању игрица заснованих на тексту, него се на овај начин могу симулирати и ситуације које немају везе са играњем, укључујући разне друштвене (забава, породична окупљања), образовне (учионица, настава, истраживање) и комерцијалне ситуације. Оно што им је заједничко јесте то да учесници сваки пут бирају **лик** (енг. character) с којим учествују у комуникацији, одлазе на место које се већ налази у бази података и које већ има свој унапред смишљен и описан изглед, и започињу комуникацију са другим ликовима. Свако то место је свет за себе, свет који су смислили и направили програмери, заљубљеници у такву врсту комуникације или само вешти лаици којима је то хоби. То је, дакле, виртуелна играоница која постоји само у базама података и може, али не мора, да личи на било шта у стварном свету. Како каже Кристал (Crystal 2001: 190-191), докле год се виртуелни светови заснивају само на тексту, у њему ће бити могуће све, чак и да безбојне зелене идеје бесно спавају, а оног тренутка кад почне да се укључује и графички елемент, виртуелне играонице ће морати да се повинују ограничењима физичког света.

На почетној страни сваке виртуелне играонице корисници могу да нађу кратак општи опис и основне податке о њој, као и линкове ка детаљнијим информацијама везаним за игру. Сваки нови учесник треба да одабере име за свој лик, прочита кратка упутства за коришћење програма и тада комуникација може да почне. При уласку у виртуелну играоницу, учесник обично среће ликове који су ту присутни веома дуго и имају улогу домаћина који **новајлију** (енг. newbie) поздрављају и воде кроз причу. Важно је напоменути да је у виртуелним играоницама веома битна разлика између корисника и лика. Корисником се обично сматра особа која седи пред рачунаром, а лик је онај ко учествује у комуникацији у виртуелним играоницама. Новајлије често греше и заборављају на ову разлику, па их старији и искуснији ликови опомињу да се понашају као корисници (енг. out-of-character), уместо да се понашају као ликови (енг. in-character). Сваки нови корисник бира име за свој лик, али обично на самом почетку лик нема физички и карактерни опис, него га временом изграђује. Такође, старији и искуснији учесници постепено прихватају нови лик и његово место у причи која се често већ дуго одвија. Сваки нови корисник/лик може да рачуна на помоћ у коришћењу програма, у врстама команди које се користе

у програму и упутствима за кретање и комуникацију. Команде су најчешће веома кратке и састоје се од једног или два слова, што је део економичности изражавања на интернету. Сам изглед комуникације донекле је сличан изгледу ћаскаоница, али има много више информација.

У великом пољу, поред исказа ликова, у току комуникације могу да се виде и описи места на којима се комуникација одвија, дају се подаци о томе који су ликови присутни на том месту, шта они раде и у ком се правцу крећу. Ради лакшег сналажења, различите врсте информација написане су друкчијим бојама, као и у ћаскаоницама. Уз велико поље постоји и мало, где учесници пишу команде које њихове ликове одводе на различита места у тој виртуелној играоници, исказе које могу да прочитају остали корисници/ликови или опис радњи које они замишљају да њихови ликови раде у том тренутку.

Иако и виртуелне играонице у основи служе као простор за ћаскање, тај дијалог се одвија у замишљеном свету, а учесници проговарају кроз измишљене ликове. Отуда, језик комуникације мора да буде у складу са тематским одређењем играонице (архаичан, стручан, неформалан и сл.), а учесници морају да буду веома пажљиви у одабиру речи за своје ликове. У виртуелним играоницама постоје два главна начина комуницирања – **говорење** (енг. *saying*) и **показивање** (енг. *emoting*). Говорење је директно обраћање осталим ликовима, док је показивање начин да корисник опише радње, осећања, реакције, покрете и изразе лица свог лика (Crystal 2001: 180-181). Сходно томе, ако корисник жели да се на екрану види шта је његов лик рекао, користиће команду *say* (говори) и иза тога ће написати речи које његов лик треба да изговори (нпр. *say hello*). На екранима осталих корисника појавиће се исказ *Amana says 'hello'*. У случају да корисник кроз свој лик жели да се обрати другом лику, он користи команду *say X hello*, што се на екранима других корисника види као *Amana [to X] 'hello'*. Ова врста команде има функцију замењивања визуелног контакта којим се у стварном животу дефинише особа којој се неко обраћа. Команда *emote* (показује) користи се на сличан начин, али оно што се види на екранима корисника је друкчије. Ако корисник напише *emote wink*, он сам ће на свом екрану видети текст *You wink*, док ће остали корисници на својим екранима видети текст *Amana winks*. Овим долази до сталне промене личних облика: првобитни исказ се пише у комбинацији првог лица једнине и императива, резултат се кориснику, који је и писац, даје у другом лицу једнине, а остали корисници га

виде у трећем лицу јединине. Иако ово делује компликовано, то је једини начин да се избегну неспоразуми око тога ко је шта коме рекао. Кристал (Crystal 2001: 183) каже да је показивање начин да се створи ванјезички контекст за директне исказе корисника. С друге стране, и тај ванјезички контекст је у основи језички, јер су то речи учесника који својим ликовима стварају ванјезички контекст у коме ће изрећи своје исказе.

Пошто су ћаскаонице и играонице два вида синхроне јавне комуникације на интернету, занимљиво би било да се види у чему су сличне, а у чему различите. Оба вида комуникације имају релативно велик број учесника, чији се искази на екрану приказују искључиво хронолошким редоследом. Језик којим се служе најчешће је неформалан, иако у одређеним виртуелним играоницама један од предуслова за учешће јесте коришћење архаичног језика у складу са темом те играонице. Главни начин комуникације је ћаскање, неформалан разговор на тему која је у том тренутку актуелна, али у виртуелним играоницама то је само један од неколико могућих начина комуницирања. Тамо велику улогу играју описи ликова и места, као и показивање, које је нека врста ванјезичког контекста за ликове и њихову међусобну комуникацију (Cherny 1999: 155). У ћаскаоницама такође постоји, иако у много мањој мери, нешто што личи на показивање. Ради се о исказу у трећем лицу јединине којим учесник извештава о својим виртуелним радњама у току ћаскања. У ћаскаоницама оваква врста исказа није аутоматизирана командама као што је у играоницама, него учесник мора да укуцава цео исказ. Идентитет, једна од главних тема у већини расправа о интернету и његовим корисницима, битна је ставка и у ћаскаоницама и у играоницама. Док се за кориснике виртуелних играоница може рећи да су њихови идентитети релативно стабилни и стални, нарочито због тога што они приликом укључивања у комуникацију стварају своје ликове, са именима, физичким описом и карактеристикама личности, и сваки наредни пут кад се укључе користе исти тај лик, за учеснике у ћаскаоницама идентитет је један од многих аспеката комуникације којима се они поигравају, те мењају име приликом уласка у ћаскаонице, а могу да дају и лажне податке о себи.

Истине ради, велик број учесника у ћаскаоницама ипак користи стална имена. То је један од начина да их остали учесници препознају, чиме се и у неким ћаскаоницама полако гради виртуелна заједница. Ово је могуће само у ћаскаоницама са мањим и релативно сталним бројем учесника. С друге стране, због сталности и стабилности идентитета у виртуелним играоницама, тамо

се лако ствара осећај виртуелне заједнице која опстаје углавном захваљујући корисницима који тамо проводе много времена. Разлози због којих учесници уопште проводе време у ћаскаоницама и играоницама у основи су веома слични: они се друже, упознају нове људе, комуницирају са неким кога иначе можда никад не би упознали у стварном животу, а свака врста комуникације је облик разбистриге. Поред тога, многи људи користе ћаскаонице као начин да одржавају контакт са себи блиским људима који живе далеко и са којима је сваки други начин комуникације, најчешће телефон, веома скуп. Последње у чему се разликују ћаскаонице и играонице јесте окружење, контекст комуникације. Ситуација у играоницама сложенија је баш због разлике између корисника и лика. Овде се закључује да у играоницама показивање представља стварање ванјезичког контекста за ликове, али је оно истовремено и језички контекст корисника, који имају и свој ванјезички контекст (соба, компјутер, монитор, тастатура) (в. Сliku 1).



Слика 1. Језички и ванјезички контексти у виртуелним играоницама

С друге стране, у ћаскаоницама ситуација је једноставнија, јер постоји само језички контекст (искази корисника у ћаскаоници) и ванјезички контекст (соба, компјутер, монитор, тастатура) (в. Сliku 2).



Слика 2. Језички и ванјезички контексти у ћаскаоницама

Виртуелне играонице су спој неколико видова комуникације на интернету. Осим самих играоница, где се одвија главни део комуникације, постоје и дискусионе групе, где исти учесници могу, и онда кад не учествују у комуникацији у играоници, да расправљају о томе на који се начин развија прича и живот у играоници, како да се санкционише понашање неких учесника које угрожава остале учеснике, итд. Поред дискусионих група, постоје и веб-странице везане за играонице, на којима се могу наћи додатне информације о ликовима, причама, заплетима, као и одговори на често постављана питања о самим играоницама. О самим веб-страницама биће више речи у наредном одељку.

Веб-странице

Светска мрежа или **веб** (енг. World Wide Web или Web) је „ограничана интернетска мрежа која омогућава лако претраживање, приступање и преузимање података и фајлова са свих међусобно умрежених компјутера“ (Васић и др. 2001: 268).² Ово име је одабрано тако да по значењу личи на реч „интернет“ (*net* и *web* значе ‘мрежа’ у енглеском језику): обе су мреже компјутера, података и корисника, а светска мрежа је саставни део интернета и његов највећи део. Светска мрежа је организована тако да се састоји од **вебсајтова** (енг. web site), који су „скупови повезаних страна на интернету посвећени једној теми или области“. Сваки вебсајт има низ **веб-страница** (енг. web page), тј. комбинација текста, слика, звукова и кратких филмова које одговарају материјалу у једном прозору неког претраживачког програма (Ince 2001: 321). Вебсајтови су најчешће организовани тако да имају своју **почетну страну** (енг. home page), „прву страну која обично нуди преглед садржаја“, од које **линкови** (енг. link), „везе или линије преко којих се преносе подаци“, воде ка другим веб-страницама. Како каже Бернерс-Ли (Berners-Lee 1999: 134), светска мрежа је убрзо након свог настанка постала и друштвена тековина, не само техничка, па се стога данас јављају многи проблеми везани за њу и њен изузетно брз развој: квалитет и поузданост информација, пристрасност у информисању, питање приватности информација, поверење, правна заштита и закони који се примењују на светској мрежи и на интернету уопште.

Од настанка људског рода до данас никад није постојала оваква јединствена глобална, првенствено текстуална средина, место на

² Осим ако није другачије назначено, дефиниције термина у овом Одељку узете су из Васић и др. (2001).

коме би се, бар у теорији, могло наћи скоро све што је икад написано и похрањено, целокупно људско знање и све што је везано за живот људи – информације о временским приликама у различитим деловима света, каталози библиотека, огласи за продају најразличитијих артикала, програми телевизијских станица, вебсајтови музеја и галерија, спортске информације, виртуелне књижаре са подацима о књигама, академске информације о универзитетима и школама, финансијски извештаји, туристичке информације о хотелима и авионским летовима, итд. Нотон (Naughton 1999: 223) мрежу назива ‘docuverse’ (од енг. ‘docu(ment uni)verse’), универзум докумената, и тим називом покушава да дочара њено богатство, разноликост и распрострањеност. Идеална ситуација на светској мрежи била би кад би све било доступно свима и кад би свако могао да нађе оно што му треба, али то није увек случај. Иако постоји обиље материјала и информација чије је коришћење бесплатно и које се лако могу наћи, постоје материјали и информације чије се коришћење плаћа, као и материјали који су доступни само члановима одговарајућих друштава или организација. Најлакши начин за долажење до потребних информација је путем **претраживачких програма**³ (енг. browser), „компјутерских програма који омогућавају претраживање интернета“.

Што се језичке ситуације на светској мрежи тиче, уочљиво је да се она од свих језичких ситуација на интернету најмање разликује од ванелектронског света. Наиме, разлике између језика на светској мрежи и језика новина, књига, чланака, огласа, каталога, брошура и сл. нису толико у садржају, колико у начину на који је он визуелно представљен. Насупрот неелектронском тексту, штампаном на папиру, на веб-страницама нема ограничења која намеће папир (линеарно слагање текста, бројеви страна, немогућност спајања текста и звука...). Електронски текст има два аспекта: информације и начин на који су оне представљене. Приликом пребацивања неелектронског текста у електронски, постоји неколико фактора који су веома битни и који могу да буду пресудни у пријемчивости, посећености и степену коришћености веб-страница, а понекад и у заради коју неке веб-странице могу да донесу. Кристал (Crystal 2001: 199) напомиње да психолингвистичка способност људи није иста кад је у питању читање текста на папиру и читање текста са екрана, што би требало да утиче на изглед текста. Иако та област тек треба да буде истражена, засад се зна да су дуги и непрекинути текстови веома

3 О детаљима везаним за претраживање, језичке и ванјезичке проблеме расправља Crystal (2001: 208-216).

тешки за праћење на екрану, да су текстови који излазе из оквира једног прозора, поготово са леве и десне стране, много тежи за читање пошто захтевају више труда и покрета мишем, да текстови са превише слика, звукова и огласа не наилазе на добар пријем код корисника због нападности, превелике количине информација и предугог читавања. Из тих разлога дизајн вебсајтова и веб-страница схвата се веома озбиљно, јер може да утиче чак и на то да ли ће неки вебсајт уопште заживети или не.


Електронски текст на веб-страницама нуди иновације и могућности којих досад није било због ограничења која намеће лист папира. У питању су комбинације писаних речи са сликама и филмовима, интерактивни огласи, повезивање са другим документима, копирање делова текста без мењања оригинала и каснија обрада у неким другим програмима, те интерактивност самог документа. Та очигледна динамична графика, толико друкчија у односу на штампане изворе, ипак је тек у зачетку и многе њене могућности и досега још су неистражени и неискоришћени.

Једна од најочљивијих карактеристика веб-страница јесте богатство боја. За разлику од штампаног текста, који се најчешће састоји од црних слова на белој позадини, првенствено због трошкова штампања који се повећавају употребом боја, изглед електронског текста на веб-страницама може да буде веома различит. За позадину и за слова могу да се одаберу најразличитије комбинације боја, иако се води рачуна о томе да се као резултат добије текст који може лако да се чита и чији изглед не умара очи корисника. Унутар самог текста могу да се мењају боје слова ради истицања неких информација, али може да се мења и боја позадине ради истицања различитих целина. Данет (Danet 2001: 241) каже да је шароликост веб-страница још један аспект разиграности интернета као медија.

Кристал (Crystal 2001: 203-204) истиче још једну карактеристику веб-страница која се не може пронаћи у штампаном тексту. Ради се о интерактивност заступљеној на неким веб-страницама. Светска мрежа више није медиј који само нуди информације, него пружа и могућност читаоцима да својим коментарима утичу на садржај који се појављује на веб-страницама, или да својим текстовима мењају изглед веб-странице, те тиме и сами постају аутори. Овако мрежа постаје двосмеран медиј, јер корисник који је једног тренутка читалац, другог тренутка може да постане и писац, а мрежа престаје да буде само средство за информисање и постаје средство за двосмерну комуникацију. Овде је важно напоменути да ово није честа појава, и да су интерактивне веб-странице које нуде ову могућност тек у

зачетку, али на овај начин се стиче увид у то како ће мрежа вероватно изгледати у будућности.

Овим се стиже до још једног питања које се неминовно мора поставити у вези са веб-страницама – ко су аутори текстова који се тамо појављују. У свету писане и штампане речи ауторство се најчешће лако установи, осим ако нису посредни писамца без потписа или текстови који су до те мере оштећени да се не може установити њихов аутор. С друге стране, навођење имена аутора на веб-страницама може, али не мора, да буде пракса. Из овог проблема произлази још један – колико су поуздани подаци који се могу наћи на веб-страницама. Ако се аутор није потписао уз текст који је написао и поставио на веб-страницу, у којој мери корисник може да буде сигуран да текст садржи ваљане информације и да је аутор заиста стручњак у том пољу? Осим тога, ко су ауторитети који се старају о стандардима изражавања, језичким нормама, правопису? Ако су у питању реномирани сајтови, најчешће новине или часописи, веб-сајтови универзитета или великих компанија, очекује се да ће међу људима који их праве бити и језички стручњаци, као што у редакцијама новина или часописа раде лектори и коректори.

Једна од најупечатљивијих особина веб-страница је **хипертекст** (енг. hypertext), „систем текстуалних, графичких и сл. података, нарочито на интернету, настао директним и унакрсним повезивањем сродних текстуалних, графичких и сл. података“. Како каже Нотон (Naughton 1999: 239), хипертекст је реализација идеје да текстови у основи нису линеарни, као што ни сама људска мисао није линеарна. Асоцијације и везе међу документима требало би да функционишу као асоцијације и везе међу људским мислима. Линкови, који су најчешће једна или више подвучених речи обележених неком бојом, служе као основа за функционисање хипертекста. Кад корисник мишем дође до линка, курсор добија облик мале шаке (), а ако корисник мишем кликне на линк, отвара се нова веб-страница која је на неки начин повезана са претходном. Корисник, наравно, има могућност да се врати на веб-страницу од које је почео читање текста или да настави да прати линкове до нових информација на новим веб-страницама.

С обзиром на карактеристике хипертекста, постављају се два питања – како се мења поимање текста настанком хипертекста и које захтеве треба да испуни систем који функционише на принципу хипертекста. У односу на штампани текст, хипертекст кориснику нуди много активнију улогу у читању, јер он може до извесне мере да бира редослед читања делова текста, може да се креће од

једне веб-странице до друге, да се враћа на почетак, да истражује, а све то значи да редослед информација наметнут штампаним текстом губи на важности. Да би то кретање од једног документа до другог било сувисло и смислено, линкови треба да буду засновани на кључним и препознатљивим речима, а систем хипертекста треба да испуњава неколико захтева (Naughton 1999: 235): (1) треба да повезује документе из различитих мрежа; (2) треба да буде хетероген и да омогућава приступ истој информацији са различитих система; (3) не треба да буде централизован, као што није ни сам интернет; (4) треба да омогући приступ свим постојећим подацима; (5) треба да омогући корисницима да сами додају своје линкове како до информација тако и од њих. То повезивање вебсајтова не мора да буде узајамно, тј. линк од једног вебсајта до другог не значи да и тај други вебсајт има линк ка првом, иако би реципрочност била идеално стање, пошто би се на тај начин много лакше долазило до жељених информација. Осим тога, не мора сваки линк да буде успешан и да води некуда, пошто се вебсајтови мењају, нестају и настају, а мењају им се локације на серверима и адресе.

Закључак

У раду се даје исцрпан приказ особина комуникационих ситуација на интернету, детаљно се описују околности под којима се комуникација одвија и објашњава се на који начин околности делују на процес комуникације и учеснике, као и на сам резултат, тј. језик. Понаособ се говори о свакој од језичких ситуација: електронским ћаскаоницама, електронској пошти, виртуелним играоницама, дискусионим групама и веб-страницама, те се у опису њихових особина указује на међусобне сличности, али и разлике. Истиче се значај друштвених, али и техничких фактора у обликовању процеса комуникације, те се и описује на који начин учесници у процесу комуникације доприносе језику и у којој га мери мењају. Напослетку, значај рада лежи и у понуђеним преводима терминологије електронске комуникације, која се досад користила насумично и у више различитих облика.

Литература

- Berners-Lee, T. (2000). *Weaving the Web*. Texere. London, New York.
- Cherny, L. (1999). *Conversation and Community. Chat in a Virtual World*. CSLI Publications. Stanford.
- Crystal, D. (2001). *Language and the Internet*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Danet, B. (2001). *Cyberplay*. Berg. Oxford, New York.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. SAGE Publications. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Ince, D. (2001). *A Dictionary of the Internet*. Oxford University Press. Oxford.
- Naughton, J. (1999). *A Brief History of the Future. The Origins of the Internet*. Phoenix. London.
- Прћић, Т. (1997). *Семантика и прагматика речи*. Издавачка књижевна Зорана Стојановића. Сремски Карловци, Нови Сад.
- Радић, Б. (2000). „Особине дискурса на интернету на енглеском и српском језику“. *Годишњак Филозофског факултета у Новом Саду XXVIII* 99–114.
- Радовановић, М. (1986). *Социолингвистика*. Дневник, Књижевна заједница Новог Сада. Нови Сад.
- Rheingold, H. (1993). *Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. www.well.com/user/hlr/vcbook
- Савић, С. (1993). *Дискурс анализа*. Универзитет у Новом Саду. Филозофски факултет. Нови Сад.
- Васић, В, Прћић, Т. и Нејгебауер, Г. (2001). *Речник новијих англицизама: Do you speak англосрпски?*. Змај. Нови Сад.

Biljana Radić-Bojanić

FEATURES OF COMMUNICATION SITUATIONS ON THE INTERNET

Summary

The paper focuses on new linguistic situations on the Internet taking into account the fact that their features are not entirely separate and discrete, but are combined and overlapping to a lesser or greater extent. The starting point is the question of the difference between spoken and written language, but the role of the virtual environment of great significance as well.