

Univerzita Karlova v Praze

Filozofická fakulta
Ústav bohemistických studií

Diplomová práce

Tatiana Mihaliova

Jazyk mladých lidí v nových médiích

Young People's Language in New Media

Praha 2012

Vedoucí práce: prof. PhDr. Karel Šebesta, CSc.

Chtěla bych poděkovat vedoucímu diplomové práce prof. PhDr. Karlovi Šebestovi, CSc. za odborné konzultace a pomoc při psaní této práce a dále všem respondentům a přátelům, profily kterých jsem měla možnost pozorovat a bez kterých by tato práce nemohla vzniknout.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze dne 25.6.2012

Tatiana Mihaliova

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá elektronickou podobou jazyka mladých lidí v sociálních sítích. Na základě více než tříletého pozorování dění v sociálních sítích jsou v práci zkoumány a analyzovány typické a specifické rysy komunikace mládeže v nových médiích.

První část uvádí čtenáře především do problematiky uplatnění a proměn jazyka pod vlivem nových médií; druhá část se více věnuje problematice sociálních sítí – podává jejich definici, pojednává o jejich vzniku a významu. Třetí, nejrozsáhlejší část tvoří rozbor jazyka mládeže v sociálních sítích, doložený konkrétními ukázkami. Závěrečnou kapitolu tvoří dotazník ověřující, jak jazyk v sociálních sítích reflektují sami jeho uživatelé z řad mladých lidí.

Annotation

This diploma thesis deals with electronic form of the language of young people on social networks. Based on a more than three-year monitoring of events on social networks, the typical and specific features of communication of the youth in new media are examined and analyzed in the thesis.

The first part introduces the reader especially the issues of application and changes of the language under the impact of new media; the second part focuses more on problems of social networks - it brings their definitions, deals about their origin and importance. The third and most extensive part consists of an analysis of the language of the youth on social networks, substantiated with concrete selections. The final chapter is made up by a questionnaire proving how the language on social networks is reflected by its users among young people.

Klíčová slova:

Jazyk mládeže, internet, sociální sítě, Facebook, elektronická komunikace

Young people's language, internet, social network, Facebook, electronic communication

Obsah

1. Jazyk jako reakce na změnu životního stylu

1.1 Život v e-době aneb musíš zrychlovat, abys přežil	7
1.2 Manifest mládeže nového století	11

2. Život v sociálních sítích

2.1 Stručná historie vývoje elektronické podoby jazyka	14
2.2 Sociální sítě jako nejmodernější způsob komunikace	16
2.2.1 Sociální sítě – definice	16
2.2.2 Historie vzniku sociálních sítí	16
2.2.3 Využití sociálních sítí firmami	17
2.2.4 Budoucnost sociálních sítí	18

3. Rozbor jazyka mládeže v nových médiích

3.1 Podklady pro výzkum.....	19
3.1.1 Výběr média a věkové kategorie uživatelů	19
3.1.2 Textové materiály	20
3.2 Obecná čeština jako základ komunikace v sociálních sítích	24
3.2.1 Obecná čeština v sociálních sítích	24
3.2.2 Přenášení prvků výslovnostních do písemného zápisu	25
3.2.3 Flexe a slovní druhy	27
3.2.4 Lexikální zvláštnosti obecné češtiny v sociálních sítích	29
3.3 Lexikální zvláštnosti jazyka mládeže v sociálních sítích	31
3.3.1 Neologismy a rostoucí vliv angličtiny při komunikaci v nových médiích	31
3.3.2 Zkratky	40
a) Akronymy anglického původu	41
b) Akronymy české	42
c) Zkratky tvořené vynecháváním písmen	43
d) Záměna písmen nebo celých slabik jedním písmenem nebo číslicí	47
3.4 Neverbální vyjadřování. Emotikony	49

3.4.1 Emotikony jako samostatný druh komunikování	49
3.4.2 Druhy a význam emotikonů	50
3.4.3 Japonské emotikony	53
3.5 Ortografické zvláštnosti	55
3.5.1 Zánik háčků a čárek	55
3.5.2 Psaní vlastních jmen s malým počátečním písmenem	56
3.5.3 Reduplikace jednotlivých písmen	57
3.5.4 Velká písmena jako prostředek vyjadřování emocí	59
3.6 Syntaktické a pravopisné rysy jazyka v sociálních sítích	60
3.7 Jiné, převážně formální rysy pravopisného charakteru	62
3.8 Pomocné funkce, prostředky a symboly	66
4. Dotazníkové šetření a analýza dat	
4.1 Základní informace o průzkumu	71
4.2 Výsledky dotazníkového šetření	71
4.3 Analýza výsledků dotazníkového šetření	82
Seznam použité literatury	90

„Vyslovíme-li v pracovním prostředí, zejména odborném, slovo síť, většina z nás si už dnes představí síť počítačovou. Stále více lidí totiž komunikuje se svými kolegy na pracovišti a přáteli doma i v zahraničí nejen přímo, ale i prostřednictvím nejrůznějších elektronických zařízení. Tato zařízení ovlivňují způsob komunikace do té míry, že se jeho charakteristické znaky, případně konfigurace znaků, stávají předmětem lingvistického zájmu. Lingvisté se snaží postihnout, nakolik lze nové technologické způsoby přenosu slova zachytit klasickým popisem dvou modů jazyka, mluveného a psaného, a s nimi spjatými charakterizacemi (pomíjivost/trvalost, spontánnost/připravenost, bezprostřednost/plánovitost, kontextová závislost/nezávislost, časový tlak/možnost časového odkladu, nemožnost/možnost oprav při produkci textu, nemožnost/možnost vracet se zpět při dešifraci textu apod.), a kdy je třeba vytvořit modifikovanou metodu popisu, adekvátní právě vynalezenému způsobu dorozumívání.“¹

1. Jazyk jako reakce na změnu životního stylu

1.1 Život v e-době aneb musíš zrychlovat, abys přežil

Ve své knize *Psychologie a internet*² David Šmahel píše, že internet je jakýmsi „prostředím bez zábran“ (či chováním bez zábran), což má jak pozitivní, tak negativní důsledky na prostředí reálného života a výuku. V plné míře se to týká i jazyka, který se při komunikaci na internetu používá. Ve chvíli, kdy nás nikdo nehodnotí, nepíšeme oficiální dopis na úřad, svým zákazníkům nebo kolegům, málokdo si dá tu práci s dodržováním všech pravidel pravopisu a spisovného jazyka. O to více to platí, pokud mluvíme o jazyce mladých lidí na internetu.

Můžeme říci, že všeobecně existují dva postoje k řeči mládeže - pesimistický, s negativními vyhlídkami do budoucnosti a více méně optimistický. První postoj je všeobecně známý. Dnešní mládež je neuvěřitelně zkažená, neumí správně mluvit, neumí správně psát, nedokáže dát jednu větu dohromady, myslí jenom na zábavu a netuší, co to kultura mluveného projevu

¹ ČMEJRKOVÁ, S. Čeština v síti: Psanost či mluvenost? (O stylu e-mailového dialogu). *Naše řeč*. 1997, 80, č. 5, s. 225.

² ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet*. Praha : Triton, 2003.

vůbec je. Rodiče, prarodiče a vyučující raději ani nechtějí vědět, kam to povede, hrůzou se chytají za vlasy a neustále opakují - „*Kam to lidstvo spěje?!*“. Jako příklad jednoho z negativně vyhraněných názorů na jazykovou situaci uvádím diskusní příspěvek spisovatele Ivana Binara, předneseného na valné hromadě Obce spisovatelů v Praze dne 9. 1. 2002:

„V převratné současnosti, kdy prosperita je prioritou neboli úspěch předností, dostává čeština pěkně do těla. Zmocnili se jí bezuzdní uživatelé v domněni, že snese všechno a jim je všechno dovoleno, vždyť máme tu svobodu. Křehká a bezbranná – „neošetřena“ žádným zákonem – je naše mateřština zanedbávána, pomíjena, redukována, zneužívána, kroucená, lámána a znásilňována: ve sdělovacích prostředcích, které byly z původního poslání přinášet informace a názory degradovány na zglajchšaltované nosiče reklamy, na návěštích nazývaných billboardy, na vývěsních štítech obchodů a firem, v simplifikovaném všedním hovoru. Brutálně se zachází s pokladem, který byl darován každému z nás. Na tom popleteném žebříčku stále ještě stojí kopaná nad knihovnamí, bankéř nad učitelem, ekonomika nad kulturou a nad životním prostředím. Jakoby politikům preferujícím hospodářský úspěch nedocházelo, že úpadek v kultuře vede také k úpadku ekonomickému. Snad by si rozhodující činitelé měli uvědomit, jak důležitá je literatura pro uchování a rozvoj jazyka, jak důležitý je bohatý a kultivovaný jazyk pro existenci národa. Bez pěstování literatury totiž jazyk krní, zužuje se do prefabrikátů, do zvukových kódů, nakonec se smrskne na skřeky a posuňky, jakými se dorozumívali pravěcí lovci zvěře, jimiž se dorozumívají burzovní spekulanti, lovci peněz...“³

Na druhé straně jsou zde lidé, kteří na nadávky skupiny první reagují jen úsměvem: „*Ale prosím Vás, to už říkali o nás i našich rodičích a ještě žijeme a všechno je v pohodě. Nějak to dopadne!*“. Osobně jsem slyšela názor lingvisty, že mládež správně mluvit a psát rozhodně umí, jenom nechce. Prožívá revoltu a chce si všechno dělat po svém. Jednou, když ale bude chtít najít vhodné zaměstnání, získat seriózní postavení nebo uznání ve společnosti, bude se muset normám přizpůsobit. Otázkou však zůstává, co to norma je, na základě čeho se mění a čemu se vlastně později bude muset mládež (až bude chtít získat výše uvedené dobře placené zaměstnání) přizpůsobovat. Zároveň si také musíme uvědomit, že naše doba je jiná. Jiná natolik, že už nemůžeme provádět paralelu s předchozími generacemi. Máme tu totiž něco, co jsme ještě nikdy předtím neměli. Tak velkou změnu životního stylu lidstva a

³ Citováno dle ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, B. *Rétorika. Vážnost mluveného slova*. Vyd. 2. Praha : Grada Publishing a. s., 2010, s. 9.

uspořádání celého světa, která doposud nebyla v dějinách zaregistrována. Žijeme totiž v tak zvané „*e-době*“.

Výše uvedené pesimistické názory v žádném případě nejsou výsledkem pouze dnešního životního stylu. Řekla bych, že je to problém celého lidstva po celou dobu jeho existence. Stačí se zeptat našich babiček, dědečků nebo dokonce rodičů, zda za svého mládí nezažili něco podobného. Nejspíš zjistíme, že i za jejich mládí se říkávalo, že větší zkáza společnosti snad už ani nemůže existovat. Ti nejpesimističtější z nich hlásali, že to všechno v brzké době určitě povede k zániku lidské civilizace. V určitém slova smyslu, měli naši prarodiče svým proroctvím pravdu, protože svět se neustále mění a jeho konec skutečně nastává, ale ne v podobě katastrof, které ničí všechno živé, ale v podobě změn. Tyto změny zas mají podobu jakýchsi pomyslných čar, na pomezí kterých končí svět starý a začíná svět nový. Za takovou poslední „čaru“ bychom mohli označit počátek 90. let, kdy počítačové technologie začaly pronikat do masového užívání. Změny způsobené touto „čarou“ jsou tak obrovské, že získat odvahu vytvořit prognózu, jak budou vypadat určité sféry života za 50 let (ať už v ekonomické, politické nebo kulturní oblasti) není jednoduchá práce ani pro odborníka.

Denně se vyrábějí výkonnější a rychlejší stroje, počítače a jiná technika. Denně vzniká nesčetné množství objevů a nápadů, jak učinit život člověka pohodlnějším a krásnějším. Ještě před dvaceti lety se nikomu ani ve snu nemohlo zdát, že bude sedět, a jen tak z legrace „chatovat“ nebo si povídat přes kameru s kamarády z Japonska, Argentiny a Austrálie. Zároveň u toho stahovat filmy, hudbu, knihy, nakupovat potraviny, oblečení, nábytek do bytu „on-line“, číst novinky z celého světa, sledovat v přímém přenosu jak někde probíhá válka nebo zemětřesení a zároveň to komentovat. Proklikávat se on-line testy, studovat na kurzech angličtiny nebo fotografie a to všechno „hezky doma“ u monitoru. Nikdo si nemohl představit, že k tomu, aby našel potřebné informace, už nebude muset trávit hodiny v knihovně, ale vyřeší problém během pěti minut zadáním potřebovaného tématu do vyhledávače. Nikdo si nemohl představit, že k tomu, aby ukončil nějaký kurz, vydělal peníze, navázal nové známosti nebo uzavřel smlouvu, se už ani nebude muset zvedat ze židle. Nikdo si nemohl představit, že k tomu, aby rozeslal tisíc dopisů nebo pozvánek, mu bude stačit kliknutí jedné klávesy. Pokračovat v seznamu, co všechno by si lidstvo nedokázalo představit před dvaceti lety, můžeme donekonečna. A to jsme teprve na začátku technického vývoje...⁴

⁴ Srov. ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet*. Praha : Triton, 2003.

Svět se zkrátka mění a zrychluje se i jazyk. Musí se výše uvedeným technickým, ekonomickým a politickým změnám umět přizpůsobit. Dříve k tomu, aby se nějaká jazyková změna mohla vůbec uskutečnit, bylo zapotřebí, aby se určitá skupina lidí sešla osobně, vyjádřila svoje názory, prodiskutovala je, předložila svoje návrhy, pracovala na nich a s postupem času seznamovala se svými názory ostatní. Dále by následovalo delší čekání na zpětnou reakci, které by mohlo trvat měsíce a třeba i roky. Dnes se lidé denně sdružují na internetu do nejrůznějších skupin dle zájmů a během společné komunikace vytvářejí nová slova, zkratky, slovní hříčky a sdělují to ostatním s neskutečnou rychlostí. Například nějaký dobře povedený vtíp nebo výraz se zalíbí pár lidem a ti ho pomocí nových médií sdílejí dál. Za den se na něj podívá přes 500 lidí, za měsíc 50 000 a za rok třeba i milion.⁵

O rychlosti šíření informací a myšlenek na internetu ví své zpěvák a kytarista Dave Carroll. Jednou, když cestoval s leteckou společností United Airlines (USA), došlo během přepravy k poškození jeho kytary. Letecká společnost však odmítla uznat reklamaci. Zpěvák po několika marných pokusech dovolat se svých práv ztvárnil píseň a videoklip „United breaks guitars“ („United rozbíjí kytary“), který zveřejnil na serveru YouTube. Během krátké doby video shlédlo přes 10 milionů diváků a náhlá negativní popularita donutila společnost United k tomu, aby škodu uhradila.⁶

Síla internetu je nepopsatelná. Světově známým se díky internetu může stát i obyčejný člověk. Je již známo několik tisíc případů po celém světě, kdy jedinec zazpíval vtipným způsobem písničku, zahrál nějakou scénku nebo řekl svoje myšlenky na kameru, následně to umístil na YouTube a měsíc na to už byl známý po celém světě a lidé ho na ulici poznávali stejně, jako poznávají celebrity (např. Gary Brolosma, Lauren Luke, Pat Condell nebo, dnes už světová hvězda, zpěvák Justin Bieber). Dle statistik na YouTube, videa těchto lidí shlédlo po celém světě až 500 000 milionů lidí.⁷ Na tomto případě dobře vidíme, že tam, kde dříve bylo zapotřebí televize, dnes postačí připojení k internetu.

Stejná věc se děje i s jazykem. Jakmile se nově vymyšlené slovo, výraz nebo frazém zalíbí určitému počtu uživatelů, neexistuje možnost zastavení jeho šíření a stává se postupně plnohodnotným prostředkem vyjadřování. I tak se v dnešní době rodí jazyk.

⁵ WITTKOWER, D. E. *Facebook and Philosophy: What's on Your Mind?* Chicago : Open Court, 2010.

⁶ http://cs.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%ADt%C4%9B.

⁷ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_YouTube_personalities.

Výše uvedené problematiky si dnes všimají i jazykoví odborníci. „Rozvoj počítačové komunikace má kromě aspektů zajímavých lingvisticky také řadu pozoruhodných aspektů psychologických a sociologických. Počítačové sítě podporují vznik společenství (sítí) lidí s obdobnými zájmy, tzv. diskurzních komunit. Vedou k rozvíjení nových interakčních forem, zvláště v prostředí odborném, a ke vzniku nových typů diskurzů. Podobně jako se odborníci např. scházejí na konferencích, aby prodiskutovali nějaké téma, mohou konferovat po síti a nemusejí se ani scházet. Téma mohou prodiskutovat ze svých domovů nebo pracovišť. Nejsou také pod tlakem času a mohou diskutovat libovolně dlouho. Jako se po léta vypracovával určitý model konferenčních referátů a diskusních příspěvků, konferenčních cirkulářů a zpráv, vznikají teď velmi rychle modely modifikované, jež jsou pro jazykovědce zajímavé tím, jak kombinují psanost s mluveností, monologičnost s dialogičností, formálnost s důvěrností, jak na sebe vzájemně navazují, jaká je jejich intertextuálnost.“⁸

1.2. Manifest mládeže nového století

Vrátíme se ale k myšlence názorů na současnou mluvu mládeže. Když jsme četli výše uvedený projev spisovatele Ivana Binara, mohli jsme si všimnout, že nemluví vyloženě o mládeži, ale má na mysli celkovou situaci vůbec. Kritizuje společnost jako takovou - politiku, ekonomiku a reklamu. V podstatě kritizuje to, za co dnes nesou zodpovědnost dospělí lidé, nikoli mládež. Nicméně právě mládež do sebe vstřebává to, co se kolem ní děje nejrychleji a výše uvedené problémy mají na tuto skupinu největší dopad. Je tomu tak hlavně proto, že mládež považuje současný životní styl za samozřejmost a nemá ho s čím porovnávat. Vyprávění, že jejich rodiče kdysi dávno zvládali všechno bez mobilních telefonů a počítačů, se jim jeví jako fantastická. Stejně podivně znějí i vyprávění o cenzuře, o které sice ve škole hodně slyšeli, ale nikdy ji nezažili osobně, protože žijí v tzv. demokratickém světě, kde se všichni snaží být maximálně uvolnění a tolerantní ke všemu, co se tolerovat dá. Dnešní „cenzura“ je rovněž velmi proměnlivá a nestálá – co se nesmělo říct včera, dnes se může říci naprosto bez problémů a nahlas (alespoň na první pohled). Samotný jazyk se také nachází ve stádiu jakéhosi uvolnění, a rád do sebe nasává všechno potřebné i nepotřebné.⁹ Toto všechno je svět, ve kterém musí dnešní mládež žít.

⁸ ČMEJRKOVÁ, S. Čeština v síti: Psanost či mluvenost? (O stylu e-mailového dialogu). *Naše řeč*. 1997, 80, č. 5, s. 229.

⁹ Viz VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005.

Pokud by chtěli mladí lidé na negativní narážky dospělých reagovat a sepsali manifest moderní mládeže, nejspíš by zněl následovně:

„Vážené starší generace,

víme, že občas nejste spokojeni s tím, jak dnes vypadáme, žijeme a jednáme. Denně slyšíme Vaše nadávky a stěžování. Měli byste si ale uvědomit, že vina není jen na naší straně. Svět, ve kterém dnes žijeme a kterému se musíme přizpůsobovat, jsme nevytvořili my. My se jenom do něj narodili. Jsme výsledkem Vaší výchovy, Vašich rozhodnutí, Vašeho jednání v minulosti. Nebyli jsme to my, kdo ve snaze vydělat peníze vymyslel reklamu, nesmyslné pořady, filmy a seriály v televizi, počítačové hry, nespočetné množství „kradoucích čas“ webových stránek, kluby a diskotéky s otrěsnou hudbou a spoustu dalších věcí, které nám berou čas a chuť se vzdělávat. Konec konců nebyli jsme to my, kdo zvolil tuhle vládu, na kterou teď tolik nadáváte. Jsme jen výsledkem toho, co kolem sebe vidíme. Podle toho samozřejmě i jednáme. Nenadáváme Vám za svět, do kterého jste nás přivedli, nenadávejte nám tedy za to, že v něm žijeme, jak umíme. Zkuste se vžít do naší situace a zapřemýšlet, co byste si Vy počali na našem místě? Nepřijde Vám, že i přes naše nedokonalosti, jsme také v něčem dobří? Jsme technicky nadaní, do 5 minut dokážeme připravit prezentaci pro Vaši práci, dohledat veškeré potřebné informace na jakékoli téma, psát na klávesnici všemi deseti a zvládat až 600 úhozů za minutu, smazat během chvilky Vaše vrásky ve Photoshopu a vyměnit pozadí fotky. Ve svém věku už jsme zažili to, o čem se Vám za Vašeho mládí nemohlo ani zdát. Cestujeme, poznáváme nové lidi, učíme se cizím jazykům, nebojíme se dívat do budoucnosti a rušit stereotypy. Pochopte, že to, s čím nejste v našem ohledu spokojeni, je daní za nový svět, ve kterém se nám poštěstilo žít. Tak se na nás laskavě nezlobte a raději přemýšlejte, jak můžeme spolu situaci napravit a najít konečně nějaký kompromis. Jen spolu můžeme vytvořit lepší budoucnost a prostředí pro život našich dětí - vašich vnuků, abychom nemuseli nadávat i jim.“¹⁰

I když je tento nedokončený „manifest“ pouze pokusem o vtip, zkusme přece jen zapřemýšlet nad několika otázkami: „Skutečně může mládež za to, že jejich řeč není z určitých hledisek dostatečně kultivována?“, „Máme možnost to změnit?“, „Jde vůbec o zkázu jazyka nebo jen o nezbytnou změnu v éře počítačů?“. Ve své práci se pokusím odpovědět na tyto a mnohé další

¹⁰ Mnou vymyšlený text na základě analýzy svých vlastních zkušeností a zkušeností mých známých mladšího věku.

otázky. Abychom situaci mohli posoudit, musíme nejdříve prozkoumat dostatečné množství materiálů, které souvisejí s tématem, podívat se na názory samotných uživatelů, a až poté z toho vyvodit závěry. Jako oblast svého výzkumu jsem si vybrala oblíbené a nejnavštěvovanější webové stránky české mládeže (a mládeže po celém světě) – sociální sítě.

2. Život v sociálních sítích

2.1. Stručná historie vývoje elektronické podoby jazyka

Než začneme zkoumat současnou podobu jazyka mládeže v sociálních sítích, je vhodné se zamyslet, kdy vývoj jazyka v jeho písemné elektronické podobě vlastně začal. Ve svém článku „Čeština v síti: Psanost či mluvenost?“¹¹ Čmejrková píše, že k tomu, abychom si ozřejmili ráz dispozic, které se na technicky zprostředkované dialogické situace přenášejí, je nutné uvést několik případů známých z denní praxe. Mluvíme-li o dialogické komunikaci, nejčastěji si představíme nejjednodušší situaci, v níž se setkají dva lidé tváří v tvář a povídají si z očí do očí. Tito dva lidé se ale mohou domlouvat také na dálku pomocí vzkazů a dopisů, to znamená písemně nebo si mohou na dálku povídat ústně, prostřednictvím telefonu. Když někomu telefonujeme a on není doma a má zapojený telefonní záznamník, můžeme mu nechat vzkaz. Komunikace se také může uskutečňovat pomocí telegramu - stručně, až lakonicky. Řadu slov, která se nám zdála být nadbytečná nebo vyvoditelná z kontextu, jsme vynechali, vznikly formulace typu okřídlené žádosti o peníze, totiž: *Došly, pošli!* Specifickým rysem telegramových vzkazů odlišujících tento typ spojení od dialogické komunikace prostřednictvím počítačů je předchozí připravenost. V zájmu ekonomie je třeba zvolit formulaci promyšleně stručnou. Fax, který se v našem pracovním prostředí objevil později sice také vede ke stručnosti, ale případná neúplnost faxovaného textu je v souladu s předpokladem adresátovi možné odezvy. Při jakékoli nejasnosti a chybějící informaci partner zpravidla může okamžitě žádat o upřesnění, což telegram zpravidla nepředpokládá. U telegramu jde o zachování úplnosti sdělení při neúplnosti vyjádření. Kdybychom soukromá faxová sdělení chtěli srovnat s telegramem, bývá tu více kontaktních prvků, které se v telegramu v zájmu ekonomie vynechávají. Fax v sobě tedy spojuje prvky komunikace typické pro řeč psanou, s prvky osobní angažovanosti, které jsou charakteristické pro ústní komunikaci tváří v tvář. Ty pak ještě ve větší míře nacházíme v komunikaci zprostředkované počítačem.

Do výše uvedené vývojové linie bychom ještě mohli začlenit také důležitý prostředek nejen ústní, ale i písemné komunikace, jako jsou mobilní telefony. Mnozí z nás si pamatují na dobu,

¹¹ ČMEJRKOVÁ, S. Čeština v síti: Psanost či mluvenost? (O stylu e-mailového dialogu). *Naše řeč*. 1997, 80, č. 5, s. 225-247.

když jsme drželi v ruce svůj první mobilní telefon a zjistili jsme, že s pomocí telefonu můžeme nejen volat, jak tomu bylo v minulém a předminulém století, ale i posílat krátké textové zprávy - SMS. A právě tehdy jsme narazili i na první překážky. Jednou z nich byla skutečnost, že telefon „neumí“ psát česky (alespoň starší modely). Ochota posílat si navzájem zprávy byla však tak velká, že nám to nevadilo. Méně technicky schopným typům lidí se občas nedařilo změnit velikost písma, a proto celý text zprávy psali buď velkými písmeny, nebo věty či osobní jména začínala malými písmeny. Dále následovaly i důvody „ekonomické“ – všimli jsme si, že pokud se vejde do jedné SMS, ušetří nám to pár korun. Začali jsme proto podobně jako u telegramu užívat zkratky a vynechávat interpunkční znaménka, občas psát některá slova dohromady. Jinými slovy to znamená, že pokud napíšů v smsce „sme“ místo „jsme“, ušetřů mi to jeden znak a tím pádem i peníze za další smsku.

Všechny výše uvedené jevy adresát akceptoval a odpovůdal na došlou zprávu stejným způsobem. Zvyk je ale neskutečnů věc. Jakmile jsme ochotnů něco akceptovat (i když ne vážně), akceptovanů skutečnost se usadí v našem podvědomů a těžko se jí zbavůme v reálném životě. Tak například vliv mobilních telefonů se začal projevovat v písemných pracích studentů základních a středních škol. Učitelé si najednou uvědomili, že při psaní slohů žáci začali dělat chyby, které dříve nedělali. Podle toho, jak chyby vypadaly, bylo zřejmé, že mezi psáním smsek a podobou chyb je přímů souvislost. Jedna studentka dokonce namalovala na konci slohu učitelce „smajlík.“¹² Čím dál tím častěji i dospělů lidé při psaní oficiálních dopisů nebo vyplňování dotazníků začali dělat tzv. automatické chyby nebo si před psáním pokládat otázku typu „*Jak se to vlastně správně píše?*“.

Paralelně s písemnou mobilní komunikací se rozvíjela i komunikace e-mailová. Na začátku jsme s e-mailem zacházeli opatrně, psali jsme „hezky česky“ a dodržovali jsme všechna pravopisnů a syntakticků pravidla, protože jsme měli dojem, že se mail od klasického dopisu lišů jen tím, že má elektronickou podobu. Pak jsme začali víc a víc používat e-mail i při komunikaci s příbuznými a přáteli. E-maily se stávaly méně a méně oficiálními, a tak se v nich začalo objevovat leccos. Při psaní jsme začali používat obecnou češtinu, hráli jsme si s barvou, velikostí a tučností písma, věty ukončovali „smajlíkem“, postupně se ztrácely klasické pozdravy atd. Dále následovaly chaty a programy typu ICQ, založené na systému tzv. „online“ rozhovoru, kde se ve své většině téměř vůbec nedodržovala žádnů pravidla

¹² Z vyprávění učitelky střední školy, kterou osobně znám.

písenné komunikace a mohlo se tam objevit v chaotickém pořadí všechno možné.¹³ S příchodem sociálních sítí se všechny zvyky a poznatky v oblasti elektronické komunikace spojily dohromady a přeformovaly se do podoby, kterou budu v této práci popisovat.

2.2. Sociální sítě jako nejmodernější způsob komunikace

2.2.1 Sociální sítě - definice

Sociální, společenská nebo také *komunitní síť* (z anglického *social network*) se definuje jako propojená skupina lidí. V širším slova smyslu je sociální sítí každá skupina lidí, která spolu udržuje komunikaci a používá k tomu různé nástroje a prostředky. V užším slova smyslu se jedná o službu na internetu, která registrovaným členům umožňuje vytvářet osobní nebo firemní veřejné či částečně veřejné profily, komunikovat spolu, sdílet informace, fotografie, videa, odkazy a provozovat nesčetné množství dalších aktivit. Někdy vedle sociálních sítí existuje také velké množství internetových diskusních fór, kde si uživatelé vyměňují názory a poznatky na různá témata (těhotenství, automobily, finanční poradenství atd.). Komunikace mezi uživateli sociálních sítí může probíhat buď soukromě mezi dvěma uživateli, nebo (nejčastěji) hromadně mezi uživatelem a skupinou s ním propojených dalších uživatelů.¹⁵

2.2.2 Historie vzniku sociálních sítí

Dle aktuálních informací zjištěných na Wikipedii lze za první sociální síť považovat projekt Sixdegrees, který zahájil svou činnost v roce 1997. Jeho uživatelé měli možnost si vytvořit svůj osobní profil a seznam přátel a později procházet seznamy přátel svých přátel. V roce 2000 byla služba ukončena. Jak řekl sám zakladatel sítě, tento projekt nebyl úspěšný, protože jednoduše předběhl svou dobu. Na konci devadesátých let byl obecně počet uživatelů internetu nízký. V roce 2003 vzniká velmi populární sociální síť MySpace, která je určena pro internetové profily lidí, pro ukládání a sdílení multimédií. Je druhou nejpoužívanější sociální sítí na světě a patří společnosti News Corporation, kterou vlastní Rupert Murdoch. V tomtéž roce vzniká síť LinkedIn, která slouží pro internetové profily a pracovní životopisy. Je to sociální pracovní síť. Mnohým světovým zaměstnavatelům stačí místo životopisu poslat

¹³ Viz. JANDOVÁ, E. Prožívání jazyka na internetu. Užívání a prožívání jazyka. Praha : Karolinum, 2010, s. 361-365.

odkaz na profil na LinkedIn. Zajímavá je také možnost vystavení referencí o podrobnostech spolupráce s kolegy z LinkedIn.¹⁴

V roce 2004 vznikají dnes druhé nejnavštěvovanější (po Googlu) webové stránky, a to sociální síť Facebook¹⁸, která byla založena Markem Zuckerbergem, bývalým studentem Harvardovy univerzity. Původně byl systém Facebook vytvořen pouze pro studenty Harvardovy univerzity. Ode dne ke dni se stával více a více populárnějším a už během dvou měsíců byl rozšířen na některé další americké univerzity. Nakonec byl přístup otevřen pro všechny uživatele s univerzitní e-mailovou adresou (.edu, ac.uk, ...) nebo pro některé zahraniční schválené univerzity. V České republice se jako první přihlásila na Facebook Masarykova univerzita. Od 27. února 2006 se začaly do systému připojovat některé nadnárodní obchodní společnosti. Od 11. srpna 2006 se může dle licence používání připojit na Facebook kdokoli, starší třinácti let.

Začátkem prosince 2007 se stává Facebook se svými 57 milióny aktivními členy stránkou s největším počtem uživatelů mezi studentskými weby. Od září 2006 do září 2007 se Facebook dostává z 60. na 7. pozici mezi nejnavštěvovanějšími stránkami světa. Dnes má Facebook 800 milionu aktivních uživatelů, denně na Facebooku přibývá až 250 000 aktivních uživatelů, bylo zaregistrováno 65 miliard zhlédnutých stránek za měsíc, 1,7 miliard fotografií vložených uživateli a přes 500 miliónů vyhledávání za měsíc. Není divu, že je na 2. místě po stránkách google.com v seznamu nejnavštěvovanějších stránek na světě a je plně přeložen do šedesáti osmi jazyků.¹⁵

Po takovém úspěchu nové sociální sítě začaly vznikat nové sítě jako houby po dešti ve všech zemích světa. Mezi nejznámější můžeme zařadit Twitter, který vznikl v roce 2006, Google+ fungující od roku 2011 a další. Před rozšířením Facebooku v České republice zde už existovaly a byly poměrně navštěvované sociální sítě jako Lidé.cz, Spolužáci.cz, Líbímseti.cz a další. Ty však s odhalením Facebooku českými uživateli poněkud zvrátily svou popularitu.¹⁶

2.2.3 Využití sociálních sítí firmami

Přestože sociální sítě byly původně založeny, aby sloužily lidem, řada firem již zjistila, že se jim otevřel nový komunikační kanál se zákazníky. Firmy přistupují k sociálním sítím různými

¹⁴ http://cs.wikipedia.org/wiki/Soci%C3%A1ln%C3%AD_s%C3%ADt%C4%9B.

¹⁵ <http://www.labnol.org/internet/most-popular-websites-2011/19449/>.

¹⁶ <http://www.socialnisite.cz/>.

způsoby. Jedni je nepovažují za důležité pro svůj byznys, a tudíž neinvestují úsilí do vybudování svých profilů. Druzí investují omezené úsilí, vytvoří si profil firmy na sociální síti, případně pozorují, co o nich další uživatelé říkají. A třetí skupina firem se na sociální síti či sítích naplno věnuje komunikaci se svými zákazníky či potenciálními zaměstnanci. Obecně se zdá, že sociální sítě dávají do rukou zákazníků firem silný nástroj na projevení svých názorů, a proto se stále více firem přinejmenším snaží citlivě monitorovat dění na sociálních sítích, které se týká jejich značky. Zajímavé je, že se firmy snaží používat jazyk, kterému mládež rozumí, aby jim byly blíže a více jim rozuměly a ovlivňovaly je.¹⁷

2.2.4 Budoucnost sociálních sítí

Pokud se znovu podíváme do Wikipedie, zjistíme, že zatímco dříve byly tradičně nejnavštěvovanějšími stránkami internetu vyhledávače v čele s Google, nyní tyto přední pozice atakují sociální sítě Facebook a YouTube. Sociální sítě patří mezi tzv. technologie Web 2.0. Představují tedy další vývojovou generaci internetu v jeho struktuře a způsobu používání. Názory ohledně budoucnosti se různí od silně favorizujících sociální sítě až po skeptické. Napovědět mohou pouze fakta. Podle zprávy agentury Nielsen z roku 2010 nejvíce času tráví Američané právě na sociálních sítích. Na druhém místě jsou on-line hry a teprve na třetím e-mailly.¹⁸

Facebook je v dnešní době natolik populární, že většina mládeže si bez něj už nedokáže představit svůj život. Dříve jsme se divili, jak naše babičky mohly žít bez telefonů, dnes se mladý člověk diví, jak někdo dokáže žít bez Facebooku. Dnes si mladí lidé při seznámení nedávají navzájem telefonní čísla, ale pokládají si pouze jednu jedinou otázku: „*Jsi na Facebooku?*“

¹⁷ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

¹⁸ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Facebook>.

3. Rozbor jazyka mládeže v nových médiích

3.1. Podklady pro výzkum

3.1.1 Výběr média a věkové kategorie uživatelů

Předchozí kapitola byla pouze krátkým úvodem do světa komunikace dnešní mládeže, který jsem připravila jen proto, abych ukázala, jak velký vliv mají sociální sítě na mládež, a že je můžeme považovat za spolehlivý a plnohodnotný zdroj pro náš výzkum. Níže uvádím podrobnější informace o samotném výzkumu a s ním související statistikou.

I přesto, že jsem také uživatelem sociálních sítí jako je Twitter, Livejournal, Youtube aj., rozhodla jsem se, že k vytvoření této práce si vyberu a detailněji budu zkoumat dění na Facebooku a to hned z několika důvodů. Právě Facebook má nejvíce česky mluvících uživatelů (dle oficiálních statistik na <http://www.checkfacebook.com/> - cca **3 700 000** uživatelů k dubnu 2012), dále ho užívám denně a mám tak možnost nepřetržitě sledovat všechno, co se na něm děje. Navíc mohu s jistotou říci, že jazyk mládeže v jiných sociálních sítích se téměř neliší od jazyka na Facebooku (výjimkou je snad jenom Twitter, kde maximální délka vzkazu činí pouhých 140 znaků, a tak zkratky a krátké nepromyšlené věty jsou zde výsledkem předem stanovených podmínek). Twitter by se k mému výzkumu nehodil, protože chci zkoumat především smysluplné texty. Twitter však slouží ke krátkým vzkazům, zveřejňování obrázků, videí a odkazů. Hlavní činností na Youtube je především sledování videí, a proto není také pro výzkum vhodný. Stránky typu Spolužáci.cz ztratily kvůli objevení Facebooku českými uživateli svou popularitu, protože zdaleka nemají tolik možností a funkcí jako Facebook. Chaty typu Lidé.cz jsou nejvíce oblíbené mezi uživateli ve věku 13-16 let, což také není věková kategorie, jejíž jazyk bych chtěla v této práci rozebírat. U této věkové skupiny se totiž může při on-line komunikaci objevit všechno možné i nemožné. Neplatí zde žádné zásady a pravidla vyjadřování - zkratky, smajlíky, interpunkce, jazyky – všechno se tu mísí dohromady a to zcela nekontrolovaně a chaoticky.¹⁹ Situaci zhoršuje tzv. „anonymita“, kdy „teenager“ si řekne: „*Dokud nikdo neví, kdo jsem, mohu si dovolit cokoli*“. Navíc průběh komunikace se děje v „*přímém přenosu*“ a hlavním cílem je co nejrychleji odpovědět (bez

¹⁹ Srov. JANDOVIČ, E. Prožívání jazyka na internetu. *Užívání a prožívání jazyka*. Praha : Karolinum, 2010, s. 361-365.

přemýšlení, bez stylizace.²⁰ Výsledkem je pak spousta studentů základních a středních škol, kteří mají problém s vyjadřováním svých myšlenek v reálném životě.

Skupinou, na kterou jsem se zaměřila, je mládež přibližně od **18 do 26** let. Jedná se o věk, kdy většina mladých lidí se už považuje za dospělé, ale zároveň mladou generaci. Jsou to lidé, kteří většinou studují na vysokých školách a za pár let rozeběhnou kariéru a stanou se hybnou pracující silou, a také nejoblíbenější cílovou skupinou obchodních podniků.

Mezi mými „přáteli“ na Facebooku jsou i lidé starší, než je výše uvedená věková hranice. Výzkum ale ukazuje, že mezi jejich vyjadřováním a vyjadřováním osob mladšího věku žádné velké rozdíly nejsou. Zkrátka nic nebrání uživateli ve věku 35 let používat stejné prostředky jako uživatel mladšího věku. Pokud se starší uživatel v sociální síti zaregistruje, rychle se přizpůsobí zdejšímu prostředí. Zaznamenala jsem i případy, kdy se přizpůsobili a aktivně se účastnili komunikace i uživatelé starší 50-ti let. Tady vidíme, že paradoxně nejen starší generace může mít vliv na generaci mladou, ale i naopak.

3.1.2 Textové materiály

Podíváme se ještě blíže, na jakém principu je moderní komunikační síť pro mládež založena. Každý uživatel má v profilu *The Wall* (zeď), na kterou mu ostatní uživatelé mohou psát vzkazy a zobrazují se zde v podstatě všechny děje v sociální síti Facebook. Na Wall se dá vkládat i další multimediální obsah - fotky, videa apod. (viz obrázek č. 1).

Každý uživatel si dále čas od času obnovuje tzv. *status*. Status je speciální políčko do kterého si uživatel může napsat a sdělit ostatním, co zrovna prožívá nebo zveřejnit nějakou novinku a může k tomu rovněž připojit výše uvedený mediální obsah (viz obrázek č. 2).

Veškerou činnost uživatele mohou komentovat jeho kamarádi, popř. další osoby. Od března 2012 je forma *ZED* postupně všem uživatelům změněná na styl *timeline*. Tento styl lépe zobrazuje historii uživatele a důležité okamžiky jeho života na Facebooku.

²⁰ ŠMAHEL, D. Psychologie a internet. Praha : Triton, 2003.



Obrázek č. 1. Zed' uživatele v sociální síti Facebook. Obrázek č. 2. Status na mém vlastním profilu na sociální síti Facebook

Ke dni, ke kterému jsem s „aktivním“ výzkumem začala, jsem měla na Facebooku cca **230** přátel. Tomu, kdo se sociálními sítěmi zkušenosti nikdy neměl, se na první pohled může zdát, že toto číslo je příliš vysoké. Faktem však je, že do tzv. „přátel“ si nepřidáváme pouze známé z blízkého okolí, ale i spolužáky ze základní, střední a vysoké školy, známe z práce, tanečních, nejrůznějších kurzů, občas i známé svých známých.

Každý z mých **230** kamarádů má většinou **100** až **500** dalších přátel. Pokud někdo z mých přátel napíše něco na zed', většinou na to ihned reagují jeho kamarádi - buď komentářem, nebo stisknutím funkce „*líbí se mi to*“. Protože příspěvek je veřejný, mám možnost všechny tyto komentáře vidět. Dá se tedy teoreticky říct, že pokud by každý z kamarádů všech mých přátel alespoň jednou okomentoval libovolný příspěvek na jejich zdi, za nějakou dobu bych měla možnost vidět příspěvky až **23 000 a více lidí**. Je jasné, že ne každý z uživatelů je denně na internetu a ne každý musí něco napsat nebo sdílet. Nicméně v případě, že alespoň **50** z **230**

mých známých (což je denní průměr) jednou za den napíší něco do statusu, hodí na zeď nějaký zajímavý článek, fotku nebo video a okomentuje to dalších **5 až 10** jeho kamarádů, znamená to, že denně mohu sledovat až **250-550** textů různých lidí. Měsíčně to činí **7500-16500** textů.

Tím ale texty nekončí. Uživatelé se přidávají do tzv. skupin (viz obrázek č. 3). Mohou to být skupiny zájmové, nebo skupiny nejrůznějších podniků, institucí a produktů. Do skupiny se začínají přidávat lidé a jejich počet může být neskutečně veliký (v některých případech až **1 milion** a více uživatelů).



Obrázek č. 3. Ukázka oficiální stránky společnosti Botas 66 na Facebooku.

Jakmile autor nebo jeden z členů skupiny napíše nebo přidá něco na zeď této skupiny, zpráva se objeví na zdi s novinkami každého z členů skupiny. Veškeré příspěvky na zdi skupin se mohou sdílet dál a počet sdílení může být nekonečný. Jakmile se stane fotka, článek nebo další příspěvek veřejně sdíleným, může se u něj objevit nesčetné množství komentářů zcela cizích lidí a já, jako pozorovatel, mohu tyto komentáře hodnotit a zkoumat (viz obrázek č. 4).



Obrázek č. 4.

Všechny výše uvedené možnosti poskytly mému výzkumu nesmírně obrovský materiálový základ pro zkoumání jazyka mládeže. K momentu, když jsem začala diplomovou práci psát, jsem měla za sebou **3 roky** denního pasivního sledování dění na Facebooku (jen prohlížení, popř. reakce na příspěvky v podobě komentářů) a **11 měsíců** denního aktivního sledování, během kterého jsem si vždy zaznamenávala zvláštnosti, zajímavosti a novinky ve vyjadřování a dále vhodné příklady, které v průběhu celé práce budu uvádět.

3.2 Obecná čeština jako základ komunikace v sociálních sítích

3.2.1 Obecná čeština v sociálních sítích

Ještě v dalekém roce 1999 pokusil se Stefan Michael Newerkla o rozbor jazyka mládeže publikací článku *Jazyk vybraných domovských stránek českých studentů a mladých absolventů vysokých škol v síti „World Wide Web“*.²¹ Ve svém příspěvku se Newerkla snaží najít odpověď na otázku, zda texty internetové komunikace na základě své specifické podoby tvoří zcela nový, samostatný druh textu, který smazává hranice mezi psaností a mluveností, monologem a dialogem, stálostí a nestálostí. Pokud se do článku podíváme, uvidíme, že podrobně v něm rozebírá jevy, které se týkají převážně problematiky obecné češtiny, např. koncovky nespisovné češtiny, úžení –é v –í, nadužívání emocionálně zabarvených slov nebo ukazovacích zájmen atd. Podle mého názoru, výše uvedené jevy v žádném případě nejsou výsledkem elektronické komunikace jako takové. Používají se všude možně a běžně – doma v rodině, v komunikaci se známými, kamarády, spolužáky atd. Obecná čeština je vrstvou, která existovala četná desetiletí před vznikem počítačů. Není proto výsledkem elektronické komunikace, nýbrž jejím základem. Osobně vidím internetovou komunikaci tak, že se za osnovu (jako základní prostředek) vezme čeština obecná a dále se deformuje nejrůznějšími způsoby. Až budeme rozebírat styl jazyka mládeže podrobněji, pochopíme, že tyto deformace nemohly vzniknout rovnou z češtiny spisovné. K tomu, aby se vůbec mohly uskutečnit, musely si najít jakýsi můstek mezi češtinou spisovnou a konečnou podobou jazyka na internetu, a tím je právě čeština obecná.

Problematikou obecné češtiny se například podrobně zabývají autoři knihy *Čeština bez příkras* Petr Sgall a Jiří Hronek.²² Ve své knize se snaží přispět k pochopení jazykové stratifikace (rozvrstvení) češtiny, o které se na školách a v lingvistické literatuře mluví jen málo. Sgall a Hronek uvádějí, že se čeština liší od slovenštiny a od mnoha dalších jazyků hlavně tím, že v každodenním hovoru zde mnoho mluvčích neužívá spisovný jazyk ani místní nářečí, ale nespisovný útvar bez úzkého místního omezení, totiž obecnou češtinu. Ta existuje jako jeden z útvarů českého jazyka, spolu s češtinou spisovnou a s moravskými interdialekty a nářečími. V Čechách užívá obecnou češtinu největší část mluvčích v každodenním běžném

²¹ NEWERKLA, S. Jazyk vybraných domovských stránek českých studentů a mladých absolventů vysokých škol v síti "World Wide Web". *Naše řeč*. 1999, 82, č. 3, s. 127-138.

²² SGALL, P., HRONEK, J. *Čeština bez příkras*. Jinočany : H&H, 1992.

hovoru (a teď už i při písemné elektronické komunikaci), kde se nesnaží o spisovné vyjadřování. Hranice mezi spisovnou a obecnou češtinou tedy není pevná a jednoznačná, ale na nejasnost hranic jsme v celé oblasti přirozeného jazyka zvyklí. Praha zdaleka není jediným městem, kde se mluví obecnou češtinou. Má ovšem v celé oblasti tohoto útvaru centrální postavení a mluvu, kterou se tady mluví lze označit za typickou, základní variantu obecné češtiny.

Níže uvádím podrobný popis užití obecné češtiny v sociálních sítích a její hlavní znaky včetně ukázek, které byly získány na základě vlastního pozorování a posouzení zpracovaného materiálu, o kterém byla řeč výše.

3.2.2 Přenášení prvků výslovnostních do písemného zápisu

a) Hlásky

Repertoár hlásek spisovné obecné češtiny je shodný. Rozdíly se týkají jen jejich užívání v jednotlivých pozicích a kombinacích. Při pokusech uživatelů přenést výslovnostní prvky do písemného zápisu se nejčastěji vyskytují následující jevy:

- „ej“ vedle spisovného českého „ý“ (dobrý - *dobrej*, výška - *vejška*, mýdlo - *mejdlo*, být - *bejt aj.*), v některých pozicích i vedle „í“ (víkend - *vejkend*). Jedná se o jeden z nejužívanějších jevů při pokusech o přenesení fonetického znění obecné češtiny do písemného projevu. Vyskytuje se téměř u všech mnou sledovaných uživatelů sociálních sítí (viz ukázky č. 1 a 2);



na Avon pochod - snad nezačně lejt :-))

To se mi líbí · Přidat komentář · Sdílet · sobota v 10:05 v okolí místa Prague · 🌐

Ukázka č. 1



nějakej sport dnes?

To se mi líbí · Přidat komentář · Před 4 hodinami · 🌐

Ukázka č. 2

- zúžené „í“ tam, kde spisovná čeština má staré „é“ (polévka - *polívka*, mléko - *mlíko*, lépe - *líp*, utéct - *utíct*) – další hodně frekventovaný jev, čas od času ho používají téměř všichni sledovaní uživatelé;
- výskyt protetického „v“ na začátku slova proti spisovnému „o“ (okno - *vokno*, ona - *vona*, oběd – *voběd* atd.) – další typický prvek obecné češtiny, který se velmi často přenáší do písemné podoby;
- typického pro obecnou češtinu výskytu dvojhlásky „ou“ na začátku slova místo „u“/“ů“ (úřad - *ouřad*, uško - *ouško*) jsem si všímala jen málokdy, hlavně z důvodů, že takových slov není v češtině hodně.

b) Délky samohlásek

Pokud se podíváme na délky samohlásek v psané podobě jazyka uživatelů v sociálních sítích, zjistíme, že situace není zcela jednoznačná. Zcela běžně dochází ke krácení nebo dloužení samohlásek, ale nezle přesně říct, zda jde o odraz výslovnosti mluvícího nebo o pravopisnou chybu v užití diakritických znamének. Tak v níže uvedených příkladech můžeme hádat, zda uživatelům šlo o zachycení fonetické podoby obecné češtiny, nebo se pouze dopustili chyby a jejich reálná výslovnost by se ve skutečnosti od psané lišila.

1) Krácení samohlásek:

- krácení samohlásek v poslední slabice – í a –ú/ů (*naši* místo *naší*, *domu* místo *domů*, *stolu* místo *stolů* atd);
- občasné krácení před koncovým **-m**: *jejim*, *našim*, *nevím*, *prosim*, *domum*;

2) Dloužení samohlásek:

- vyskytuje se jen u některých slov, např. *vzádu*, *dóle*, *pívo*, *metóda*. Dloužení je typickým prvkem tzv. „pražského dialektu“.

c) Skupiny hlásek

Skupiny souhlásek se v obecné češtině často zjednodušují (tato tendence ve slovanských i jiných jazycích je dost obvyklá):

- souhlásky „t“, „d“, „k“ se vynechávají na začátku slova před jinou závěrovou souhláskou (*kanička*, *dyž*, *dyby*), dále často i mezi dvěma souhláskami (*koska*, *tlouška*, *drška*, *šesnácť*, *prázniny*, *převčítrem*, *zvlášní*);
- čas od času vynechávají uživatelé „v“ před skupinou souhlásek (*spomenout si*, *stávat*) nebo mezi samohláskami (*slikat*);

- ojediněle před „ř“ na začátku slova často mizí „h“: *řmí, řbitov, řebík*;
- nejčastějším však je zánik „j“ před souhláskou na začátku slova: *du, sem, sme, méno* (viz ukázka č. 3) a také ve slovech *jako přímení, přídu, pudu*;
- setkáváme se ale i s dalšími příklady zániku souhlásek - *kerej, vemu, vemeš, dycky, dyť, měskej*;



seš celkem profik přes počítače co? :D :D :D

Ukázka č. 3

3.2.3 Flexe a slovní druhy

Doposud jsme zkoumali změny, ke kterým dochází při písemném zaznamenání výslovnosti obecné češtiny. Teď se podíváme také na jednotlivé slovní druhy a jejich morfologické zvláštnosti.

a) Podstatná jména

U podstatných jmen nejčastěji dochází k následujícím změnám:

- u všech vzorů končí v obecné češtině 7. pád množného čísla na **-ma**, bez ohledu na rod podstatného jména: *lidma, pánama, domama, strojema, tetama, městama, mořema, kuřatama, staveníma* (a to nejen u substantiv, ale u všech skloňovaných slov – *hezkejma, náma, dvěma* aj.). Tento jev se vyskytuje velmi často u uživatelů všech věkových kategorií (viz ukázka č. 4);



Ukázka č. 4

- u podstatných jmen mužských životných a neživotných v 6. p. množ. č., u slov s kmenem na „k“, „h“, „ch“ je rozšířena koncovka – **ách** (*vojakách, klukách atd.*);

Pro jména mužská životná jsou v obecné češtině charakteristické i některé další rysy:

- dochází k užití vokativu bez příslušné koncovky typu: „*pane Liška*“, „*pane ředitel*“ nebo „*Viděl jsi to, Honza?*“;

b) v 1. a 5. pádě množného čísla u životných substantiv koncovka **-ové** se krátí (*pánove, strejdove, chirurgove*);

c) občasné užití 1. pádu místo 4. pádu: „*Pozdravuj kluci*“;

- substantiva rodu ženského mívají typické krácení kmenové samohlásky – *travou, trav, kravou, krav*;

- známým problémem je rovněž kolísání mezi vzorem *kost* a *píseň* – *sole a soli, mastě a masti*.

b) Přídavná jména

Podle tvarů přídavných jmen se nejvýrazněji odlišuje a pozná projev spisovný a projev v obecné češtině. Průběžně dochází k následujícím jevům:

- v množném čísle adjektiv se poměrně často nerozlišuje rod – *hodný kluci, dobrý hráči, hluchý lidi*;

- nedochází k měkčení koncových kmenových hlásek – *německý hráči, české fotbalisté*;

V průběhu výzkumu jsem se téměř nikdy nesetkala se správným tvarem spojení typu „*hluší lidé*“ nebo „*řeční filozofové*“, zvláště o posledních se v sociálních sítích mluví přece jen málo a i kdyby jsme se s tím setkali, jen ztěží by tento výraz byl užit ve správném tvaru;

- zvláštní tvary se vyskytují i v množném čísle středního rodu – *dobrý rajčata, malý města, drahý auta*. V sociálních sítích se s tímto jevem často potkáváme a je běžnou součástí elektronické komunikace mladých a nejen mladých lidí;

- u přivlastňovacích adjektiv jako „*bratrův*“, „*tetin*“ občas dochází ke skloňování jako *bratrovýho, bratrovýmu atd.*

c) Zájmena

Co se týká číslovek a zájmen i zde najdeme typické pro obecnou češtinu jevy, mezi které hlavně patří:

- u tvarů 1. pádu se základem „**on**“ dochází k již výše uvedenému užití protetického „**v**“ – *von, vona vono, voni* (viz protetické „**v**“);

- ke změnám dochází i u takových trojic jako: *mu-jemu-němu, ho-jeho-něho*;

- vzniká problematika užívání tvarů *ho* a *jej*;
- přivlastňovací zájmena se skloňují podle vzoru „dobřej“ – *mýho, tvejch* nebo *má, mé, jeho, jejima* apod.

d) Číslovky

U číslovek dochází většinou k užití následujících tvarů:

- *dvouch, dvoum, dvouma* nebo *vobouch, voboum, vobouma*;
- zároveň tvary *třech, čtyřech* už se považují za spisovné i v 2. p, však pozice *čtyřech* není tak pevná

e) Slovesa

Rozbor slovních druhů v obecné češtině uzavřeme slovesy, u kterých rovněž dochází k četným změnám:

- v průběhu výzkumu jsem se téměř nikdy nesetkávala s přechodníky, složenými tvary a trpným rodem, vzácný je i minulý způsob podmiňovacího typů „*byl by to udělal*“;
- v podmiňovacím způsobu má obecná čeština v 1. osobě množného čísla tvar *bysme* včetně variant *kdybysme, abysme*;
- ve funkci pomocného slovesa mizí **j**, což souvisí s výše uvedenou fonetickou výslovností – *sem, seš, ty si přišel, přišel by si, to by si ses splet*;
- dochází k vynechávání pomocného slovesa v 1. osobě – „*Já to věděl!*“, „*Já to říkal!*“ aj.;
- slovesa 1. třídy v přičestí minulém mají občas tvary jako *řek, nes, moh, sed si* bez koncového slabičného – **I** pro jednotné číslo mužského rodu. Nemohu říct, že tyto tvary se vyskytují často, ale k případnému použití občas dochází;

3.2.4 Lexikální zvláštnosti jazyka mládeže v sociálních sítích

V oblasti slovníku často nejde tolik o rozdíl mezi spisovnou a obecnou češtinou, jako spíše o stylistické rozvrstvení. Naprostá většina základní slovní zásoby je oběma centrálním útvarům češtiny společná.

V obecné češtině se například používá hojný počet emocionálně zabarvených slov, jež kromě primárního významu nesou i citový příznak: *textíky, lidičky, klideček, kafičko*. Jsou velmi

oblíbené jak v běžné ústní komunikaci, tak v písemné komunikaci v sociálních sítích (viz ukázka č. 5).



Ukázka č. 5

Tohoto jevů si všímají i samotní uživatelé a často si z toho dělají legraci (viz ukázka č. 6).



Ukázka č. 6

Citové zabarvení textu může být zesíleno citoslovci jako *ach, uf, hrr, brr* (*ach, to je krása; uf, to byla ale fuška; hrr, už mě to nebaví; brrr, to je zima*) nebo příslovci typu *hrozně, strašně* (*strašně ho miluju; hrozně hezký film atd.*). Čas od času k výše uvedenému zabarvení přiběhne každý z uživatelů a příčina jeho použití je závislá na konkrétní situaci – může se jednat o vyjádření nejrůznějších pocitů, pokus zažertovat, vyjádřit ironii apod. (viz ukázka č. 7).



Ukázka č. 7

V obecné češtině užívané na internetu se dále velmi často vyskytuje celá řada profesionálních a slangových slov, především studentského, programátorského, sportovního prostředí, bez kterých by žádná internetová komunikace mezi mladými lidmi snad ani nemohla existovat.

Většinou se jedná o zjednodušování původní podoby slova a nebo jeho záměnu slovem zcela jiným. Jedná se o slova jako je *anglina* (angličtina), *fránina* (francouzština), *flám* (večírek),

kosa (zima) *gympl* (gymnázium), *matika* (matematika), *bedna* (televize), *litr* (tisíc korun) *net* (internet) a řada dalších (viz ukázka č. 8).



Ukázka č. 8

Užití většiny výše uvedených prvků v sociálních sítích není prozatím ustálené. Někdo přenáší do písemné podoby z obecné češtiny hodně jevů a dělá to neustále, někdo je užívá v menším množství, někdo podle nálady, někdo vůbec. Posledních je v každém případě nejméně, protože obecná čeština je nedílnou součástí komunikace v sociálních sítích.

3.3. Lexikální zvláštnosti jazyka mládeže v sociálních sítích

3.3.1. Neologismy a rostoucí vliv angličtiny při komunikaci v nových médiích

První věcí (po obecné češtině), kterou si nelze při sledování komunikace mládeže v sociálních sítích nevšimnout, je používání velkého množství neologismů. Pojmem *neologismus* obvykle označujeme nové pojmenování, nové slovo, nové jednoslovné a víceslovné výrazy.²³

Velmi podrobně se touto problematikou zabývá česká jazykovědkyně, bohemistka a lexikografka Olga Martinčová.

Dle Martinčové²⁴, nová pojmenování vznikají na základě několika pojmenovacích postupů:

- a) **přejímáním** – např. z angličtiny – *chat*, *last minute*, *piercing*
- b) **kalkováním** – např. počítačová brána podle angl. *gateway*
- c) **tvořením víceslovných (sdružených) pojmenování** – *hlasová schránka*, *veřejný ochránce prav*
- d) **odvozováním** – *kampelička* – *kampeličkář*, *bezdomovec* – *bezdomovectví* atd. nebo **skládáním** – *eurobyrokrat*, *filmomil*.
- e) **tvořením slov zkratkových - esemeska**

²³ MARTINCOVÁ, O. *Problematika neologismů v současné spisovné češtině*. Praha : Univerzita Karlova, 1983.

²⁴ MARTINCOVÁ, O. *Nová slova v češtině 2 – Slovník neologismů*. Praha : Academia, 2004.

f) přenášení pojmenování jednoho pojmu na druhý na základě vnější podobnosti (metafora), na základně vnitřní, funkční aj. souvislosti (metonymie), dále rozšíření nebo zúžení významu apod.

Autorka zdůrazňuje, že máme-li na zřeteli nejen to, jak neologismy vznikají, jakým způsobem se tvoří, ale i to, jak se uplatňují a užívají v současné spisovné komunikaci, je jasné, že se pod pojem neologismus řadí i další lexikální prostředky – to znamená výrazy, jejichž užití se mění a spolu s tím se přehodnocuje i jejich původní příznakovost.

V rámci neologismů se zpravidla rozlišuje mezi vlastními neologismy (pravidelně tvořenými, motivovanými společenskými pojmenovacími potřebami) a mezi pojmenováním tvořenými příležitostně, jsou to tak zvané okasionalismy.

V dnešní době neologismy nejčastěji vznikají přejímáním z angličtiny. Samozřejmostí je, že i spousta anglických slov čerpá své kořeny v jazyce řeckém nebo latinském²⁵, nic to však nemění na tom, že se slova do češtiny přejímají pod vlivem tzv. amerického stylu života a nikdo nepřemýšlí nad tím, kde se ten nebo onen kořen původně vzal. Je tady také velká tendence používat ekvivalent slova přejatého z cizího jazyka místo slova domácího. Pokud si položíme otázku, proč cizí ekvivalenty jsou tak populární, zjistíme, že tato tendence má hned několik důvodů. Ve svém článku *Anglická a hybridní kompozita v současné češtině a jejich Adaptace*²⁶ Svobodová uvádí, že výskyt velkého množství anglických kompozit například v české publicistice a dalších sférách lze v převážné většině případů zdůvodnit nesnadností nalézt či nově vytvořit vhodný jednoslovný domácí ekvivalent. Ten může být nahrazen pouze víceslovným pojmenováním, které je sice pro českého čtenáře srozumitelnější a může být i významově přesnější, ale z hlediska úspornosti vyjadřování, která je u publicistických textů obvyklá, je méně ekonomické a snižuje stručnost i přehlednost textu.

Dalším důvodem je určitě také záležitost módy. Mládež (a rozhodně nejenom mládež), která žije v moderním světě, chce *být „in“* nebo také *„cool“*, což v překladu z angličtiny znamená, být módní, mít styl, být moderním člověkem. Moderní člověk musí vědět o posledních novinkách v oblasti kultury, techniky, módy, životního stylu, zkrátka mít přehled o tom, co se

²⁵ ČERMÁK, F. *Lexikon a sémantika*. Praha : Lidové noviny, 2010.

²⁶ SVOBODOVÁ, D. Anglická a hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace. *Naše řeč*. 1999, 82, č.3, s. 122-126.

ve světě děje a řídit se světovými tendencemi. Dodala bych ještě, že v chápání obyvatel České republiky *být „in“*, znamená orientovat se na tendence vyspělých zemí, které udávají tón moderním trendům jak v ekonomice, tak ve vědě a životnímu stylu. Mezi tyto země patří především Amerika, Anglie a řada dalších zemí, v nichž se hovoří anglicky.

Rovněž Vybíral²⁷ zdůrazňuje, že použitím cizího slova je možné vyvolat zamýšlený (psychologický) dojem lépe než použitím českého slova. Tak „*lídři koaličních stran...*“ zní lépe než jeho český ekvivalent „*předsedové*“, jinak vzbuzuje představu o větší mužnosti a větší rozhodnosti politiků, jinak slovo předseda může někomu snáze připomenout mluvu z předchozího politického režimu, zatímco slovo lídr někdejší slovní zásobu nepřipomíná. Navíc používat cizí slova je dnes záležitostí prestižní. Výraz „*Spa Hotel*“ má v angličtině jasný nádech luxusu, kdežto české označení „*lázeňský*“ asociuje něco zcela odlišného: rekonvalescenci, popíjení minerálek apod.

„Rozšířenost anglikanizace si dnes většina lidí pravděpodobně neuvědomuje. Anglikanizaci napomáhají odborníci přejímáním termínů a mechanickým počesťováním. Užitím anglikanismu může chtít mluvčí zdůraznit, že je orientován, že je „v obraze“, že je odborník na danou problematiku – anglický výraz mu slouží pro předvádění se. Nejzřetelnější je anglikanizace elektronického dorozumívání. Infiltrace anglických a amerických slov do slovní zásoby jiných jazyků je však jev, který dalece překračuje svět internetové sítě. Jde o problém související s globalizací světa, s amerikanizací, resp. westernizací světa.“²⁸

Nesmíme zapomenout i na tak obrovskou oblast působení na mládež, jako je hudba a film. Nenajdeme dnes žádného člověka, který by poslouchal pouze domácí tvorbu nebo se díval jenom na české filmy a seriály. Z televizních obrazovek, webových stránek, rádií se na nás denně „chrlí“ nesčetné množství hudby, filmů, seriálů nebo TV pořadů v angličtině. Nemusím snad ani popisovat, jak se mladí lidé rádi sdružují do skupin, například dle oblíbeného stylu hudby. Tolik dnes oblíbený hip hop, RnB, pop nebo rock má své kořeny právě na západě. Anglické texty písní se tak stávají pro mládež jakýmsi vzorem a vodítkem pro chápání sebe sama a vyjadřování svých emocí. I tyto skutečnosti jen zesilují dojem, že všechno, co je „ze západu“ je lepší, kvalitnější, modernější atd.

²⁷ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005.

²⁸ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005, s. 156.

Angličtina v dnešní době se navíc stala jazykem internacionálním, jazykem, kterým se domluvíme téměř v každé zemi. Díky této popularitě angličtiny se do ostatních jazyků dostávají anglická slova a výrazy.

Některé anglicismy mají celou rodinu příbuzných slov v češtině. Za příklad si vezmeme skupinu slov spojených s anglicismem „**brand**“ – slovo anglického původu, které se užívá v oblasti marketingu a reklamy, znamená obchodní značku.²⁹ K příbuzným slovům k slovu „brand“ užívaným v českém jazyce patří:

- **branding** – budování, posilování a propagace obchodní značky nebo opatřování reklamních předmětu znakem nebo logem obchodní značky;
- **brandingový** – týkající se brandingů – brandingová kampaň, brandingová agentura; **brand manažer/manager** – manažer, jehož úkolem v podniku je starost o výrobu, distribuci a propagaci jednotlivých obchodních značek;
- **brandování** – opatřování reklamních předmětu znakem nebo logem obchodní značky; **brandovat** – opatřit reklamní předměty znakem nebo logem obchodní značky;
- **brandový** – týkající se brandu, související s ním, brandová kampaň.

V souvislosti s problematikou cizích slov v českém jazyce a v sociálních sítích, se nemůžeme nezmínit o tzv. „počeštění“ anglicismů. Mechanické, co nejučelovější a nejjednodušší „počeštění“ se šíří většinou právě mezi uživateli počítačové sítě. V této souvislosti je pozoruhodný jak nárůst tzv. funkční (počítačové) gramotnosti u dětí, tak dnes již evidentní funkční negramotnost těch, kteří se ve světě počítačů za posledních zhruba 15 let neorientovali. Některým slovům se říká „internetimsy“ – slova z počítačového slangu (*deletovat, klírnout, odentrovat*). Světová síť potvrzuje rozšiřování angličtiny jako univerzálního světového jazyka. Bez znalosti odborných termínů nerozumíme celým souvislým textům.³⁰

Anglicismy se zde počešťují po stránce výslovnostní, pravopisné, tvaroslovné i slovtvorné, stupeň jejich adaptace může být aktuálně výrazně odlišný. Často jde o adaptování neomezené, až bezuzdné, jevící se jako nesystémové. Pro lepší názornost, uvedu několik ukázek počeštěné

²⁹ MARTINCOVÁ, O. *Nová slova v češtině 2 – Slovník neologizmů*. Praha : Academia, 2004.

³⁰ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005.

angličtiny: *homelessák* (homeless) – bezdomovec, *čeknout* (check) – zkontrolovat, *keš* (cash) – peníze v hotovosti, *klíčový zákazník* (key account) – klíčový zákazník, *badžet* nebo také *bačet* (budget) - rozpočet, *mesík* (messenger) - kurýr, *delajna* (deadline) – poslední termín, uzávěrka atd. Podobných případů najdeme nesčetné množství. Denně samozřejmě vznikají nová a nová slova podobného typu.

Ve svém článku *Užívání jazyka v moderních sociolektech*³¹ uvádí Svobodová pojem *Czenglish* – slang Čechů, když se pokoušejí mluvit anglicky. *Czenglish* je anglický termín, jímž Don Sparling³² označil špatnou angličtinu, kterou používají někteří Češi.

Charakteristické pro *Czenglish* jsou bohemismy při překladu terminologie nebo ve větné skladbě (pořadí slov ve větě, předložkové vazby atd.). Češi rozumí „*Czenglish*“ zpravidla stejně dobře jako správné angličtině. Anglicky hovořícím lidem, kteří neznají dobře češtinu nebo jiný podobný jazyk, však někdy může trvat déle, než pochopí správný význam. Věta v angličtině může také nabývat zcela jiného významu, než jaký byl českým mluvčím zamýšlen, což může vést ke zmatení, nedorozumění nebo trapné situaci.

„*Czenglish*“ není lingvisticky považován za ustálený slang, nářečí ani jazyk, označuje spíše náhodný výskyt různých typů chyb. Z lingvistického hlediska má větší význam poangličtění forma češtiny, která však zatím obecně vžitá jednotné označení nemá. Ve výše uvedeném článku Svobodová uvádí, že v oblasti „počeštění“ občas dochází až k vyhraněné podobě a vzniká tak česko-anglický ráz, blížící se někdy a mulitaci jazyka.

Podle Svobodové je vysoká úroveň formální adaptace v uvedených i mnohých dalších případech pochopitelná, protože v současných sociolektech platí, že většina přejímek, které se adaptují minimálně a jsou užívány více méně v původní formě, působí nepřirozeně a jejich užití je omezené. Na druhou stranu počeštěná anglická slova ztrácejí svůj mezinárodní charakter (alespoň v psané podobě) a mimo danou skupinu uživatelů nejsou nikde jinde použitelná. Svobodová také zdůrazňuje, že důvodem užívání anglicismů není demonstrace znalosti cizího jazyka, ale jazyková kreativita a snaha o originalitu, případně náznak nevázaného přístupu k životu.

³¹ SVOBODOVÁ, D. Užívání jazyka v moderních sociolektech. *Užívání a prožívání jazyka*. Praha : Karolinum, 2010, s. 161-165.

³² SPARLING, D. *English or Czenglish?: jak se vyhnout čechismům v angličtině*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1991.

Všechny výše uvedené a mnohé další jevy se neustále vyskytují i v jazyce uživatelů sociálních sítí a to v nejrůznějších kombinacích. Denně používají mladí lidé nesčetné množství nejrůznějších anglicismů, a abychom je všechny mohli zachytit, museli bychom vytvořit celý slovník. Zmíním se proto alespoň o těch nejfrekventovanějších a běžně užívaných slovech a výrazech.

Pokud bychom chtěli vytvořit žebříček nejužívanějších anglicismů v sociálních sítích, na jednom z prvních míst by se rozhodně umístilo anglické *ok* (dobře) s variantami *oki* nebo pouze *k*. Celkem často se můžeme setkat i s počeštěnou podobou tohoto slova - „*okej*“, „*okey*“ či dokonce „*oukej/y*“. Slovo *ok* je mezi uživateli hodně oblíbené hlavně z důvodu, že se skládá z pouhých 2 písmen, a tak narozdíl od dlouhého a českého *dobře*, šetří uživatelům jak čas, tak místo. Další podoby tohoto slova (hlavně ty počeštěné) jsou spíše slovní hříčkou a mladí lidé je užívají za účelem pobavení, ironie nebo za účelem upoutání pozornosti či zpestření textu.

Mezi další často užívaná slova patří *yes* (ano), popř. spojení *oh yes*, které se používá převážně pro vyjádření radosti (něco ve smyslu „jo!“; „povedlo se!“ nebo „to je ono!“). V těchto případech se může užit i synonymní, pozměňená forma slova *yes* – *yeah*, popř. *oh yeah* nebo dokonce napůl počeštěné *ou yeah*. Tyto výrazy dále obvykle bývají doplněny vykřičníkem nebo několika vykřičníky pro zvětšení expresivity. Spíše v ojedinělých případech může být slovo *yes* použito i místo klasické české odpovědi „ano“. Málo kdy se užívá i slovo *no* (ne), nejčastěji s částicí *oh* a vykřičníkem – *oh no!* (to snad ne).



Ukázka č. 9

Pokud je uživatel něčím fascinován, nemusí svoje pocity zdlouhavě popisovat, stačí mu k tomu jednoduché a krátké anglické *wow*, což bychom mohli přeložit jako výraz „Ty jo!“

nebo „No teda!“. V průběhu výzkumu jsem se často setkávala s výrazy typu „*WOW, to je ale krása!*“, „*No wow teda, je to moc hezké*“, „*Wow, velká gratulace*“.

Jako zvolání při drobné nehodě či trapasu se často užívá slovo *Oops*, které se většinou píše s vykřičníkem nebo třemi tečkami. Někteří uživatelé přesně nevědí, kolik „o“ by správně mělo slovo *oops* obsahovat, a tak často dochází k nejrůznějším reduplikacím: *ooops*, *ooooops* atd. Mohou to samozřejmě udělat i schválně za účelem zesílení dojmu napsaného slova. Citoslovce *oops* bývá rovněž českými uživateli počestřována do podob *oups* či dokonce ještě jednodušší - *ups*.

Pomocí anglicismů hodnotí mládež v sociálních sítích nejrůznější věci a okolnosti, např. dobře povedenou fotku, skutečnost, že se někomu něco povedlo atd. Toto hodnocení provádí za pomoci slov jako je *good* (dobrý), *cool* (skvělý, bezva), ojediněle i *great* (vynikající). Mohou nechat i delší komentář typu „*I like it*“, to už ale samostatně psát ani nemusejí, protože Facebook u každého příspěvku nabízí možnost stisknutí tlačítka „Like“ (česky „Líbí se mi to“). Jeden člověk pak může nasbírat u svého vzkazu desítky „lajků“. Pokud chce uživatel popřát druhému uživateli například ke zvládnuté zkoušce, užije anglické slovo *congratulations* a nebo jeho zkrácenou podobu *cgrrts* nebo pouze *cgt*. Před zkouškou nebo písemkou si píšou mladí lidé do statusu výrazy typu *good luck* apod. (viz ukázka č. 10).



good luck třetáci, prdel skončila :D

Ukázka č.10

Velmi frekventované a dnes naprosto běžně českými uživateli užívané slovo *super* (výborně) už jako cizí téměř nepocitujeme. Dnes je totiž kolem nás „super“ všechno: supermarket, super ceny, super nabídky, super slevy, super hvězdy atd. Sociální sítě se od reálného života liší jen málo, a proto i zde je všechno většinou super: *super nálada*, *super písnička*, *super fotky*, *super příležitost*. Slovo se rovněž užívá v počestřené podobě - *supr*. Míra „super“ však není tou poslední a můžeme skutečnost existence nějakého skvělého produktu dále stupňovat za pomoci slov *hyper* a *mega*. A tak se z obyčejné *super* slevy může stát například *mega* sleva.

Všeobecně lze říct, že dnešní globalizovaný svět je jedním velkým anglicismem a internetová síť je toho dalším důkazem: pokud se mladí lidé chystají zajít do kina na nový film, shlédnou si nejdřív na internetu *trailer* (upoutávka na film), poslechnou si k němu soundtrack (zvuková stopa, jednoduše řečeno píseň k filmu), a pak se rozhodnou, zda se jedná o dobrý film nebo další *trash* (odpad, v tomhle smyslu – špatný film). Veškeré výše uvedené informace si *vygooglují* na Googlu nebo případně použijí i jiný *browser*, nebo jednoduše česky řečeno – *brauzer* (počítačový program sloužící k zobrazování obsahu internetových stránek, český ekvivalent – prohlížeč), následovně se dohodnou na *chatu* (krátká komunikace nebo rozhovor dvou nebo více lidí prostřednictvím komunikační sítě) se svými *friends* (kamarády) kdy a kde se sejdou.



Ukázka č. 11

Pracující mládež, mezi kterou většinou patří i pracující studenti, přenáší do sociálních sítí i anglicismy z kancelářského prostředí. Děje se tomu tak hlavně proto, že sociální sítě se stávají nedílnou součástí jejich života, a tak zde řeší nejen otázky týkající se zábavy nebo školy, ale i dost často otázky z pracovního prostředí. Během sledování dění na Facebooku jsem se neustále setkávala s výrazy jako je *mail* (elektronická poštovní schránka), *full time* (práce na plný úvazek), *part time* (práce na částečný úvazek), *briefing* (školení) s počeštěnými odvozeninami *nabrífovat*, *obrífovat* – proškolit někoho, *deadline* (poslední termín) atd.



Ukázka č. 12

Tyto a další anglicismy se samozřejmě vyskytují i v počeštěné podobě: *mejl* (mail) – elektronická pošta, *fajl* nebo *foldr* (file, folder) – složka, *pécé* (PC) a spousta dalších.

Pokud hovoříme o užití cizích slov v neformální komunikaci, nesmíme vynechat tak velkou (a pro někoho i důležitou) část slovní zásoby jako jsou sprostá slova. Jakmile se potká mladý člověk s člověkem hovořícím cizím jazykem, první, čemu se po pozdravech v cizím jazyce obvykle chce od něj naučit, jsou právě sprostá slova. Situace v sociálních sítích proto nemohla být výjimkou a slova nebo dokonce výrazy podobného charakteru jsou zde velmi frekventovány.

Nejužívanějším vulgarismem je rozhodně slovo *fuck* a jeho odvozenina – *fucking*. Užívat se může v nejrůznějších situacích a pojit se zas může s nejrůznějšími slovy a výrazy. Na druhém místě je vulgarismus *shit*, který mimo jiné se může pojit i s výše uvedeným *fucking*, a tak nám vzniká výraz *fucking shit*, který je ještě expresivnější než obě tato slova sama o sobě.

Obě tato slova se většinou užívají v situacích, když je uživatel velmi rozčilený, na něco nadává nebo dokonce proklíná. Tyto výrazy jsou hodně pejorativní a téměř nikdy se nevyskytují v situacích pozitivních. Jejich hodný výskyt proto svědčí, že se naši uživatelé nemají na různých ustláno a mnohdy se střetávají s nepříznivými situacemi, které život přináší. A to, co život přináší, se zas přenáší rovnou do sociálních sítí v podobě statusu. Uživatel se tak snaží nepříznivou situaci vyřešit za pomoci rad přátel, případně získat z jejich strany podporu podobě komentářů s uklidňujícími slovy.



Ukázka č. 13



Ukázka č. 14

Nicméně zdaleka ne všichni uživatelé sítí používají sprostá slova cizího původu, jedná se spíše o vlastní styl četných jednotlivců. Ti zas mnohokrát používají vulgarismy cizího původu

ve funkci eufemismu – anglická verze vulgarismu působí mnohdy méně urážlivě a sprostě než verze česká.

Vliv angličtiny je v dnešní době neuvěřitelný, ani jedna oblast života se neobejde bez terminologie anglického původu. V angličtině se dnes mohou psát nejenom jednotlivá slova, ale i celé věty (viz ukázka č. 15).



Ukázka č. 15

Určitě to není záležitost pouze jazyka českého. Stejnou nebo vyšší mírou vstupuje do komunikace mládeže a celého světa a pozměňují její komunikační návyky.³³ Češtinu, kterou mládež v sociálních sítích používá, bych osobně zařadila do jazyků s přiměřeným užíváním cizojazyčných prvků. Můj závěr je založen na porovnání celé situace se situací na sociálních sítích ruský mluvící mládeže, kde vliv angličtiny je natolik velký, že se celá věta může skládat s „poruštěných“ anglických slov („Под катом поста юзер пообещал забанить всех, кто в коментах будет использовать анимационный юзертик“).

3.3.2 Zkratky

V této podkapitole se již zase vrátíme k otázce šetření času. Jak již bylo zmíněno výše, žijeme v době, kdy všechno kolem nás zrychluje, tak proč ztrácet čas a psát celé slovo, když jeho zkrácená podoba je jasná všem? Navíc, když se jedná o neformální psaní. Vždyť i předchozí generace se o to také snažily a vymýšlely způsoby rychlého zapisování, stačí se podívat na četné množství oficiálních zkratk (OSN, ČNR, FAMU aj.) nebo těsnopis. Za zkratku tedy označujeme zkrácený zápis slova nebo značku, která nahrazuje víceslovný termín.³⁴

³³ Vybíral (Psychologie a komunikace. Praha : Portál, 2005, s. 225) uvádí, že v některých státech ze strany politiky dochází ke snaze ochránit národní jazyk a kulturu. Nejvyhraněnější podobu měla například v 90. letech 20. století ve fundamentalistických islámských státech, například za vlády náboženského hnutí Taliban v Afganistanu). Tuto tendenci ale máme možnost sledovat i v některých evropských státech – například ve Francii nebo na Slovensku, kde stát úmyslně zasahuje do kulturních a školských institucí.

³⁴ BACHMANNOVÁ, J. Encyklopedický slovník češtiny. Praha : Lidové noviny, 2002.

Zkratky nám šetří nejenom čas, ale i místo, zvlášť když se v textu opakují několikrát. S příchodem e-mailové a internetové komunikace vznikají nové zkratky, které se během krátké doby stávají neskutečně oblíbenými. Jejich účel je téměř stejný - šetřit čas a nezabírat příliš mnoho místa. Jediným rozdílem je snad to, že zkratky vznikající na internetu vedle své hlavní funkce šetřit čas a místo, mohou mít i funkci další – zábavnou.

a) Akronymy anglického původu

Mezi českými uživateli počítačové sítě jsou velmi rozšířené zkratky, které Vybíral³⁵ zařazuje do kategorie akronymů. Akronym definujeme jako shluk počátečních písmen každého slova výrazu (**ILY** – *I love you*, **ATB** – *All the best*, **ASAP** – *As soon as possible* – co nejdříve atd.). Rovněž zdůrazňuje, že akronymy typu **ILY** nebo **ATB** nejsou ničím novým, ještě dlouho před internetovou komunikací akronymů používali radioamatéři. Dnes jsou akronymy anglického původu velmi oblíbené i mezi českými uživateli.

Ještě v době prvních chatů do jazyka českých uživatelů přišly zkratky **LOL** (počáteční písmena výrazů *laughing out loud/lot of laugh* - směji se, až se za břicho popadám) a **ROLF** (*rolling on the floor laughing* - válím se smíchy po podlaze), které se používají jako reakce na nějakou vtipnou skutečnost. Dále následovaly pomocné zkratky typu **BTW** (*by the way*), což v překladu znamená „mimochodem“. Denně se na Facebooku objevují tisíce vět typu: „*BTW, nemáte někdo tu knihu v češtině?*“, „*BTW, to už jsem tady několikrát uváděl*“.



Ukázka č. 16



Ukázka č. 17

³⁵ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005.

Další oblíbenou a hodně užívanou přejímkou, je zkratka „**R.I.P.**“, která se objevuje v profilu téměř u všech mých kamarádů, když zemře nějaká významná osobnost nebo celebrita. Zkratkou je míněn výraz *Rest In Peace*, což v překladu do češtiny znamená „Odpočívej v pokoji“. Například v den, když umřel světově známý zpěvák Michael Jackson, větu „*R.I.P. Michael Jackson*“ si do profilu napsalo téměř sto lidí, a to mluvím jen o těch, které jsem měla možnost ten den pozorovat. Později jsem si této zkratky všimla neustále: „*R.I.P. Alexander McQueen*“, „*R.I.P. Amy Winehouse*“, „*R.I.P. Whitney Houston*“... Zkratka se čím dál, tím víc se začala používat i ve vztahu k českým osobnostem, např. *R.I.P. Petr Muk*, *R.I.P. Arnošt Lustig*, *R.I.P. Václav Havel*.



Ukázka č. 18

Ve výše uvedené ukázce je možné vidět, jak takový status obvykle vypadá. Zajímavostí je, že se taková zpráva dokonce zalíbila dvěma lidem.

Pokud si uživatel přeje ve svém komentáři naznačit, že jeho názor nemá být ostatním lhostejný, užije zkratku **IMHO** (*In My Humble Opinion* - podle mého skromného názoru) nebo její méně rozšířenou variantu **IMNSHO**³⁶ (*In My Not So Humble Opinion* - podle mého ne tak skromného názoru). Zkratka se obvykle píše na začátek věty a dále následuje samotná myšlenka – „*IMHO, už bys měl s tím začít ale něco dělat*“. Může se případně umístit na konec věty do závorčky: „*Blond barva ti slušela víc (IMHO)*“.

³⁶ Zkratka má i řadu dalších variant, které se v českém prostředí však téměř neužívají: **IMAO** (*In My Arrogant Opinion* – podle mého arogantního názoru), **IMCO** (*In My Considered Opinion* – podle mého dobře zváženého názoru) nebo jednoduše **IMO** (*In My Opinion* – podle mého názoru).

Pokud zkoumáme oblast neformální komunikace, nemůžeme si tady nevyšimnout vulgarismů, které se sem tam občas vyskytnou. Všeobecně oblíbená je zde zkratka „**WTF**“ (akronym anglického *what the fuck*), která v českém kontextu se použije, když někdo chce říct něco ve smyslu jako „co to sakra je?“. Hodně se používá v situacích překvapení, údivu, nepochopení atd.



Ukázka č. 19

Občas se používá synonymní, méně vulgární zkratka „**WTH**“ (*What the hell*). A máme zde i slovní hříčku (v našem případě spíše písmenkovou) - pokud výraz přečteme od zadu, vznikne nám další užívaná zkratka „**FTW**“ (z *Fuck the World* - vykašli se na svět, nemysli na to, nic si z toho nedělej). Zkratka „**UTG/UTFG**“ (*Use the (fucking) Google* - použij google, najdi si to na googlu) se používá v případech, když se někdo v komentářích ptá na všem známý pojem nebo skutečnost, kterou si sám může dohledat na webových stránkách www.google.com.

Velmi oblíbenou a nejrozšířenější mezi mládeží zkratkou cizího původu je dnes i zkratka „**OMG**“ (z angl. *Oh my God!*), což z překladu z angličtiny znamená „Ó, můj Bože!“. Hojně se používá při vyjadřování celé řady emocí, mezi které často patří údiv, překvapení, strach, nechut' nebo nepřízeň k něčemu: „*OMG, to snad není pravda!*“, „*OMG, co to je?*“, „*OMG, já se z toho učení zblázním!*“, „*OMG, to jsi nemohl říct dřív*“. Zkratka má i vulgárnější a méně používanou podobu a to „**OMFG**“ (Oh my fucking God!) nebo pouze „**MFG**“ (My fucking God). Podařilo se mi zaznamenat status, který byl celý sestaven následujícím způsobem: „OMG OMG OMG OMG OMG!!!“, ihned se pod ním objevilo několik komentářů typu „WTF?“ (ve smyslu „co se stalo?“). Následovně se zjistilo, že se uživatelka velmi bála zkoušky, která ji čekala následující den.

Jak je z výše uvedených příkladů vidět, vulgarismem se může stát téměř každá zkratka, pokud do ní přidáme slovo „fucking“, to jest písmeno „F“. Možná je dobré si položit otázku, proč právě mezi akronymy se najde tolik vulgarismů. Příčinou v tomhle případě rozhodně není pouhé šetření času a místa, ale i jakýsi pokus o použití eufemismu – pokud uvedeme

vulgarismus ve tvaru zkratky, působí méně urážlivě, než kdybychom napsali výraz s použitím sprostého slova.

Na závěr této podkapitoly uvádím alespoň částečný seznam akronymů-anglicismů, které se mi podařilo ve vyjadřování českých uživatelů v průběhu výzkumu zaznamenat: **AKA** (*Also Known As* – též známý/a jako) – hodně se užívá, když osoba o které se v textu mluví má vedle jména i přezdívku (např. *Jana Nováková aka Veverka*); **BB** (*Bye Bye* – ahoj ahoj) – zkratka, která se používá ve většině případů při loučení, je analogem českého CC (*čau čau*); **DND** (*Do Not Disturb* – nerušte) – používá se zřídka, zpravidla v případech když uživatel nechce být rušen a prosí, aby mu nikdo momentálně nepsal.

Frekvence užití výše uvedených zkratek je velmi zajímavá. Podařilo se mi během výzkumu vyvodit závěr, že existují dvě skupiny uživatelů – ti, kteří akronymy cizího původu akceptují a velmi rádi je používají v nejrůznějších kombinacích, a ti, kteří tento typ zkratek neužívají nikdy. První skupina s nimi ráda experimentuje a svou slovní zásobu v tomhle směru neustále rozšiřuje, druhá se zkratk tohoto typu snaží vyvarovat, protože ne vždy chápe jejich význam. Někteří uživatelé jsou na ně dokonce alergičtí a považují jejich užití za pouhé předvádění se.

Ať už je názor na výskyt anglických zkratek jakýkoli, jedná se o jev mezinárodní, a zkratky lze jako anglicismy v plné formě užívat i při komunikaci s anglicky mluvícími uživateli, ovšem jenom v jejich původní podobě, nikoliv počeštěné.

b) Akronymy české

Nejspíš pod vlivem angličtiny vzniklo i velké množství českých akronymů. Na rozdíl od akronymů anglických, české zkratky užívají téměř všichni uživatelé naprosto běžně a mají je velmi rádi. České akronymy se v sociálních sítích mohou psát jak s velkým, tak s malým písmenem. Všeobecně lze říct, že narozdíl od angličtiny zde převažují malá písmena.

Mezi nejběžněji užívané české akronymy, bez kterých se dnes neobejde téměř žádná internetová komunikace, patří zkratky jako: **jj** (z původního jo jo), **jn** (jo no), **nn** (ne ne), **tj** (to jo), **tjn** (to jo no), **njn** (no jo no), **nz** (není zač, nemáš zač). Tyto zkratky jsou hodně frekventované a objevují se téměř v každém komentáři, nemluvě o soukromém chatování.

Pokud bych se pokusila vytvořit frekvenční žebříček užití těchto zkratek, na prvním místě by rozhodně byla zkratka **jj**, pak **nn**, na třetí místo bych umístila kombinace **njn** a **tjn**. Tyto zkratky jsou při psaní natolik pohodlné, že odnaučit uživatele je užívat by bylo velmi těžkým úkolem.



Ukázka č. 20

Méně frekventovanými, ale přece jen užívanými jsou zkratky jak **dd** (dobrý den), **cc** (co co?), **čč** (čau čau), **ctj** (co to je), **čkd** (často kladené dotazy), **jjpt** (jo jo, přesně tak), **jsn** (já se nudím), **ttk** (tak to každopádně) a řada dalších. Takových zkratk se denně může objevit velké množství, protože uživatelé si rádi se slovy hrají, a tak zkoušejí zkrátit všechno, co jde. Vezmou si libovolný výraz, pokusí se ho výše uvedeným způsobem zkrátit, sdělí ho v síti a čekají na reakci, zda se zachytí v komunikaci nebo ne. Na význam některých zkratk díky jejich podobě přijde i „síťový laik“, u dalších to nemusí být tak jednoduché.

Občas se vyskytují akronymy, které jsou spíš pokusem o vtip. Do této skupiny bych zařadila akronymy typu „**JPP**“ (jedna paní podívala), „**JXVD**“ (jak se vede?) atd. Jsou populární hlavně u uživatelů mladší věkové kategorie (cca do 18 let) a jsou běžnou součástí jejich počítačového slangu. U uživatelů starší věkové kategorie se objevují jen málokdy.

Zajímavý je i způsob, jakým česká mládež dokáže vyjádřit svoje milostné pocity. Na základě anglického akronymu „**ILY**“ (I love you) vznikla česká verze-zkratka tohoto výrazu – „**MT**“ „miluji tě“. Čeští uživatelé šli ještě dál a vymysleli spoustu dalších podob tohoto výrazu: „**MTB**“ – miluji tě broučku, „**MTR**“ – mám tě rád/a. Dále následuje jakési stupňování již uvedených výrazů: „**MTMR**“ – mám tě moc rád/a, „**MTM**“ – moc tě miluji nebo dokonce „**MTSMR**“ – mám tě strašně moc rád/a. Zase tyto zkratky jsem měla možnost pozorovat na profilech spíše mladších uživatelů. Starší věková kategorie je více seriózní a obvykle se obejde klasickými zkratkami, uvedenými na začátku této kapitoly.

c) Zkratky tvořené vynecháváním písmen

Pod vlivem anglických zkratk typu **bcs** (z because), **thx** (z thanks), **sry** (z sorry), **pls** – (please), **cgts** (congratulations), **psw** (password) aj., které jsou založeny na principu vynechávání samohlásek ve slově, a které jsou v dnešní počítačové komunikaci také mezi českými uživateli rovněž hodně užívanými, dochází k vynechávání samohlásek (popř. souhlásek) i v českých slovech. Českou oficiální zkratkou podobného typu je například zkratka „**pí**“. V jazyce mládeže k takovému zjednodušování dochází například u podstatných jmen: *už zas do Prhy* (Prahy), *už zase v Prze* (Praze). Mohli bychom předpokládat, že i v tomhle případě se jedná o šetření času, otázkou však je, kolik času ušetří píšícímu jedno jediné vynechané písmenko „a“ a zda není jednodušší ponechat Prahu Prahou. Hojný výskyt první podoby psaní tohoto slova v sociálních sítích svědčí o opaku. Vliv zde má možná také móda - říci dnes, že jste v Prze, je jaksí modernější než říct, že jste v klasické staré Praze.

Mezi další české zkratky tohoto typu patří: **nvm** (nevím) s variantou **nwm** – poměrně hodně užívaná zkratka převážně na Facebook-chatu, méně se vyskytuje v komentářích, užití zkratk jako **nb** (nebo), **mmnt** (moment), **vbc** (vůbec), **dcl** (docela) je téměř stejné jako u předchozí zkratky, mezi méně se vyskytující nebo vyskytující se hlavně u osob mladšího věku (15-18 let) patří zkratky jako **dmnce** (demence), **mzc** (mazec), **tvf** (ty vole), **psm** (prosím), **tlf** (telefon), **mbl** (mobil) atd.



[sdíle\(a\) odkaz.](#)
20 duben

tvf tak tohle nechceš.. jako kdyby byl vevnitř člověk....



DARPA Robot Masters Stairs
www.youtube.com

Ukázka č. 21

Zkracovat se může i takovým způsobem, že se napíše pouze jedna část slova - buď první, nebo druhá, a ta se zas dále může psát ve zjednodušené podobě. Tato tendence nejspíše zase čerpá svoje kořeny v angličtině. Například z původního *because* vznikla v angličtině zkratka **cos**. Na základě tohoto principu, čím dál tím více přibývá českých variant podobného

zkracování, dobrým příkladem je zkratka **kuju** z původního „děkuju“. V některých případech se dokonce ponechá jedno jediné písmeno: **d** místo *dik*, **n** místo *ne*, **j** místo *jo* a **k** místo *ok* atd. Pro člověka, který se v jazyce na sítích moc dobře neorientuje, to může být velký problém, protože poznat podle jednoho písmene o které slovo se přesně jedná, není jednoduchým úkolem i pro pokročilejšího uživatele. Nápomocným zde může být kontext, ve kterém se zkratka vyskytla.

d) Záměna písmen nebo celých slabik jedním písmenem nebo číslicí

S písemnou podobou angličtiny na internetu se v dnešní době děje neskutečná věc - dokáže zkomolit obrovské souvětí do jedné řádky. Využívá k tomu kromě výše uvedených zkratek i další pomocné prostředky jako je například záměna několika písmen nebo dokonce celého slova číslicí.

Tak, například, jedním jediným písmenem můžeme zaměnit hned několik písmen nebo dokonce celé slovo. Hodně se používá písmeno **U**, které foneticky zní jako slovo „you“ (ty) nebo také písmeno **R**, kterým zaměňujeme slovo „are“ (sloveso „být“ v 2. osobě). Odsud plyne velké množství slovních hříček jako: *u and me* (ty a já), *u r beautiful* (jsi krásný/á), nebo dokonce *RUOK?* (are you ok? – jsi v pohodě?).

Další možností krácení je záměna části slova číslicí. Naprosto běžné je, že místo předložky *to* napíše anglicky mluvící uživatel číslici **2** (z důvodu, že „two“ zní skoro stejně jako „to“), místo předložky *for* číslici **4** (zase hra slov *four* a *for*) apod. Vzniká pak celá řada výrazů typu *2me* (*to me* – pro mě), *face 2 face* (tváří v tvář), *g8* (*gate* – brána), *2day* (*today*), *2morrow* (*tomorrow*), *gr8* (*great* – výborně).

To nejzajímavější však nastává v momentě, kdy dochází ke kombinaci těchto jevů, výsledkem jsou pak následující podoby: *4U* (*for you* – pro tebe), *I H8 U* (*I hate you* – nenávidím tě) atd. Už těchto pár příkladů stačí k tomu, abychom si uvědomili, jak velká hra mezi slovy, znaky a písmeny zde začíná. Omezena je opravdu jen fantazií uživatelů.

V souvislosti s touto problematikou, uvádí Vybíral³⁷ následující: „Zkracování se rozšířilo při psaní smsek. Je evidentní, že se e-mailová a sms-komunikace ovlivňují. Esemeska anglické

³⁷ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005.

školačky: *My smmr hols wr CWOT. B4, we used 2go2 NY 2C my bro, his GF & thr 3:-kids FTF. ILNY, it's a gr8 plc. Do smsky byla zhuštěna následující zpráva: „My summer holidays were complete waste of time. Before we used to go to New York to see my brother, his girlfriend and their three screaming kids face to face. I love New York. It's great place.“*

Zkratky mají v oblibě světové hvězdy a aktivně je používají ve svých blozích :



Ukázka č. 22. *Blog v Twitteru světově známé modelky Tyry Banks (<https://twitter.com/#!/tyrabanks>). Červeně jsou podtrženy zkratky, které běžně používá při internetové komunikaci se svými fanoušky.*

Netrvá to dlouho a podobný styl vyjadřování se rychle zalíbí i českým uživatelům, během krátké doby vzniká obrovské množství zkratk, ve kterých se používá číslic: **z5** (zpět), **o5** (opět) aj. Zaznamenala jsem i případy, kdy se využívalo anglického znění číslice v českém slově – **b8** (čti bejt), **s2dium** (studium), **4mat** (format), **sk8** (skejt), **sk8ačka** (skejt'ačka) atd.



Ukázka č. 23

Co se týká záměny několika písmen jedním, je v češtině tato možnost velmi omezená. Podrobněji o tom píše Vybíral: „Internetem se šíří deformování typu „tlaxate wo ničem“, „xce to“ apod. Lze to vysvětlit důvody ekonomickými, neboť pravopis je „x“ namísto „ch“ znamená použití jednoho úhozu místo dvou, respektuje vynechávání háček a čárek a urychluje komunikaci z klávesnic, které nemají tyto hlásky a znaky předepsány atd. Roli zde však hraje i odpor ke konvenčnosti.“³⁸

Zmínila jsem se ve své práci jen o několika nejběžněji užívaných zkratkách. V průběhu mého výzkumu se na Facebooku objevovaly minimálně několikrát denně. Samozřejmý je výskyt i

³⁸ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005, s. 225

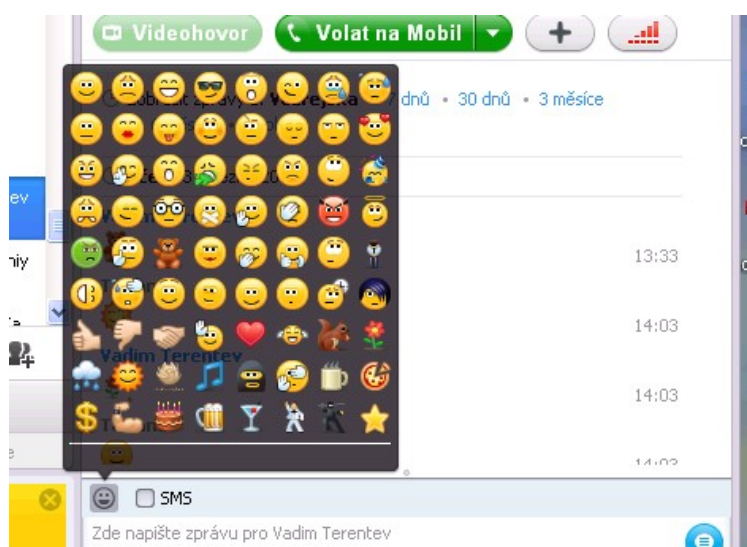
dalších zkratk cizího a českého původu. Při sledování těchto jevů jsem došla k závěru, že anglicky mluvící mládeži k plnohodnotné komunikaci na internetu mohou postačit pouze třípísmenkové zkratky, dokáží totiž pomocí nich vést celé dialogy. Česká mládež se k tomu pomalu, ale jistě blíží také.

3.4 Neverbální vyjadřování. Emotikony

3.4.1 Emotikony jako samostatný druh komunikování

Internet pozměnil naše komunikační návyky. Změnila se kvalita psaní, resp. vyřukávání – hovoříme někdy o samostatném druhu komunikování – tzv. *the typed communication*. Je třeba vidět, že jde nejenom o komunikaci založené primárně na textu, ale že jde o komunikaci, v níž se text pokouší sdělovat i mnohé z toho, co jinak sdělují intonace, pohledy, gesta. Proto ve své většině jsou slova a věty často doprovázená pomocnými dohodnutými značkami, které vyjadřují většinou emoce písničho – tzv. emotikonami.³⁹ Vybíral dále uvádí, že tyto „emotikony“ slouží k zaznamenávání emočního rozpoložení účastníka – nebo chtějí něco (zpravidla emočního) způsobit u příjemce: obveselit ho, pozlobit atd.

Dnes již existuje rozsáhlý soubor nejrůznějších šifer, které slouží k vyjadřování nevyslovitelného. Řada softwarových prostředí, určených především k chatování nabízí obrázkové „smajlíky“ (viz. ukázka č. 24).



Ukázka č. 24. Široká nabídka smajlíků v programu Skype.

³⁹ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005, s. 28.

Dochází tak k formě komunikace, při které má uživatel možnost velmi rychle sáhnout po něčem, co mu předpřipravili druzí, a těmito již hotovými prostředky se vyjádřit. Tento jev patří ke klíčovým znakům internetové a esemeskové komunikace. Smajlíky rozšiřují komplexnost slovního sdělování dvou neviditelných osob a přibližují ji alespoň o krok komunikaci tváří v tvář.

Protože je internet a textová telekomunikace poměrně nový druh dorozumívání, člověk je stále podvědomě zvyklý vidět tvář, nebo alespoň slyšet hlas svého protějšku. Největší problém těchto médií pak vzniká, když se nedá pochopit smysl nějakého výrazu (který může skrývat dvojsmysl), protože je nemožné zjistit emocionální stav komunikujícího. Ze sociologicko-psychologického hlediska byl tedy vznik emotikon předvídatelný.⁴⁰

3.4.2. Druhy a význam emotikonů

Na základě vlastní komunikační zkušenosti na internetu a sledování komunikace ostatních uživatelů po dobu několika let uvádím, seznam nejběžněji používaných v počítačové komunikaci smajlíků. Dle informací, uvedených na Wikipedii⁴¹, můžeme rozdělit emotikony na *základní, doplňující a speciální*.

Do skupiny **základních emotikonů** řadíme následující smajlíky:

- :-) a jeho varianty. Jedná se o klasický, nejpoužívanější smajlík, vyjadřující radost, znamená, že se uživateli to, co napsal jeho kolega líbí. V některých případech může vyjadřovat i souhlas. Protože mládež ráda experimentuje, vzniká ihned několik variant usmívajícího se smajlíka: zjednodušená verze - :), verze s vylepšením pomocí písmenka „o“ nosíkem - :o), nebo vylepšená varianta očí s pomocí znaku „rovná se“ - =). Ve snaze o originalitu, začali uživatelé smajlíky i otáčet: (-:, (:, (o:, (=.

Počet závorek, který emotikon obsahuje, svědčí obvykle o intenzitě radosti píšícího: :) , :))) :))))))) . Jinými slovy - čím víc závorek, tím větší radost. Intenzitu radosti nebo souhlasu tak můžeme záměrně regulovat. Většina emotikonů, o kterých bude řeč níže, rovněž má několik variant napsání. Jedná se však o podobné úpravy, o kterých teď byla řeč;

⁴⁰ VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005, s. 28.

⁴¹ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Emotikon>.

- **:-D, :D** – smích, hlasitý smích nebo dokonce řehot. Emotikon se používá v situacích, kdy uživatel reaguje na nějakou hodně vtipnou skutečnost. To jest v případě, kdyby se ve skutečnosti opravdu zasmál. Existuje i obdobný emotikon **xD**, který znázorňuje větší stupeň záchvatu smíchu, který přechází až v dusivý řehot;
- **;-)** – výraz spikleneckého mrknutí;
- **:(, :(** - je opakem usmívajícího se smajlíka, označuje smutek, vyjádření soustrasti, špatnou náladu atd.;
- **:-,(, :(** - ještě větší smutek a pláč. Další varianty - **:''-(** a **:'''-(** - čím víc „slzíček“, tím větší pláč;
- **:-P** – vyplazený jazyk použijeme, když chceme někoho podráždit, vyprovokovat nebo pozlobit, většinou však z legrace (viz ukázka č. 25). Platí tady analogicky „trik“ - čím více chceme pozlobit, tím více jazyků vyplazíme: **:-PP, :-PPP**;



29 květen v okolí místa Prague

grilování :P

Ukázka č. 25

- **:-o** – vyjádření údivu, **:-O** – vyjádření ještě většího údivu – písmenkem „o“ zde naznačujeme otevřenou pusou, která je obvykle pravým příznakem překvapení;
- **:-|** - neutrální výraz, nepoužívá se moc často, obecně lze říct, že má blíž k negativní konotaci, pokud uživatel tento emotikon použije, chce naznačit, že se mu spíš něco nelíbí, než líbí;
- **:-/** - nespokojený souhlas s něčím, použije se místo negativního „hmm...“, naznačuje, že se nám spíše něco nelíbí, než líbí, nebo, může vyjadřovat i nejistotu - „nevím nevím“, „moc se mi to nezdá“ atd.;
- **:-X** – nahrazuje výraz „neměl jsem to říkat“, použije v případě, když uživatel řekne něco, co říct neměl nebo nechtěl;
- **:-*** – polibek, hodně používaný mezi zamilovanými páry, ale i mezi blízkými kamarády;
- **>:(** – emotikon, který se používá pro vyjádření naštvání, prvním znaménkem znázorňujeme tvar obočí, který obvykle zlobící se člověk má.

Musím se ještě zmínit o malém, ale hodně používaném detailu – za účelem šetření času se dnes mnohem častěji než samotný emotikon užívá jen jeho část. Jedná se hlavně o emotikony :) a :(, kdy místo celého emotikonu se napíše pouze závorka „)“ nebo „(„. V souvislosti s tím, tady můžeme vidět jakousi pomyslnou linii zjednodušování při psaní emotikonů: :-)) - :) -). Toto zjednodušení se používá zase kvůli několikrát již zmíněnému šetření času: jestli k vytvoření smajlíku „:-)“ musím stisknout až tři klávesy, u závorky mi stačí stisk jen jedné (a to i v případě, že závorek budu chtít uvést hned několik – stačí jen podržet klávesu o něco déle).

Do skupiny **doplňujících emotikonů** řadíme:

- **B-)** – človíček v brýlích, připomíná mi starý český frazém „já ne, já muzikant...“. Používá se v případě, kdy uživatel chce naznačit, že nic neví, nebo že se do věci nechce míchat. Brýle mohou někdy měnit svůj tvar - **8-)**, tento tvar však význam nemění a je záležitostí vkusu píšícího;
- do této kategorie zařazujeme i celou řadu legračních smajlíků, vzniklých spíše za účelem pobavit ostatní: **q:-)** – smajlík s čepicí, **:-°** (– Paroubek, **<:o**) – klaun, **O-)** – kyklop nebo mimozemšťan, **(!_)** - vystrčený zadek, **@@@:-)** – Marge Simpsonová (světoznámá kreslená postavička seriálů Simpsonovi) atd.

Výše uvedené emotikony jsou vlastně výsledkem fantazie, tvořivosti a nápaditosti uživatelů. Měla jsem možnost sledovat na internetu i jakousi soutěž o to, kdo vymyslí nejvtipnější smajlík. Jeden uživatel dokonce vymyslel celý příběh, který se skládal pouze z emotikonů. I když nepoužil v příběhu ani jedno slovo, všem bylo jasné, o co jde.

Mezi tzv. **speciální emotikony**, které se používají spíš okrajové, řadíme:

- **@}->-** - květina nebo růže, může se použít, kdy někdo někomu přeje k narozeninám nebo chce vyjádřit svou úctu;
- **YOI** - vidlička s nožem a talířem uprostřed, použije se, když uživatel chce naznačit, že má hlad a chystá se na oběd;
- I do této skupiny patří řada legračních emotikonů: **:-}** – pan s knírem, **=:-)** – pankér, nebo dokonce **=:-(** (– něco ve významu „pravý punker se nikdy nesměje“).

3.4.3. Japonské emotikony

Méně často používanými, ale občas se vyskytujícími jsou tzv. japonské emotikony. „*Japonské emotikony (tzv. lineární smajlíci) jsou inspirovány uměním manga, pro člověka pocházejícího z kulturního prostředí západního světa tak nemusejí být pochopitelné. Téměř všechny totiž vychází ze stylizovaného znázornění emocí, které se v průběhu let v manze dále vyvinulo a používá se i v její rozpořybované verzi - anime. Tato stylizace je často podobně přehnaná jako v evropském divadle - slouží k jasnému vyjádření pocitu/myšlenky, které každý rozpozná. Stejně jako v evropských signálech ruka před pusou znamená úlek, překvapení nebo stud, třesoucí se postava v manze/anime, ze které stoupá pára a rudne, zcela jasně demonstruje zuřivost a vztek, ačkoli stud je také někdy na vině. Všechny tyto smajlíky se dají napsat s . nebo _ místo pusy. Znak ^ se píše pomocí klávesové zkratky pravý Alt+(Š) a mezerník (bez stisknutí mezerníku se neobjeví, stejně jako náš háček).*“⁴²

Mezi nejznámější japonské emotikony, sem tam objevující se u českých uživatelů, patří:

- ^.^ nebo ^_^ - úsměv, nadšení;
- ^_~ nebo ^_- - mrknutí;
- ^_^/ = mávání, pozdrav;
- ^_^// - tleskání nebo \.^./ - nadšení, ovace jako reakce na něco pochvalného, také povzbuzování z vaší strany; také se používá jako "mávání" při loučení (sms a podobně) ;
- O_o nebo o_O – údiv nebo překvapení, zastupuje výraz „vážně?“, „opravdu?“, „fakt jo?“ ;
- O_O – ještě větší překvapení nebo velmi velké překvapení a údiv;
- m^_m = krčí se, schovává se; často používán jako "kočka, která položila tlapky na stůl + úsměv", "m" po stranách smajlíka obecně znamenají ruce, tlapky v roztomilé póze;
- >.<" nebo >.<; - uražený, rozčilený, cítí se nepříjemně, často reakce na příliš osobní otázku nebo na slovní napadení.

Uživatelé si neustále vytvářejí i vlastní varianty smajlíků (viz ukázka č. 26 a 27)



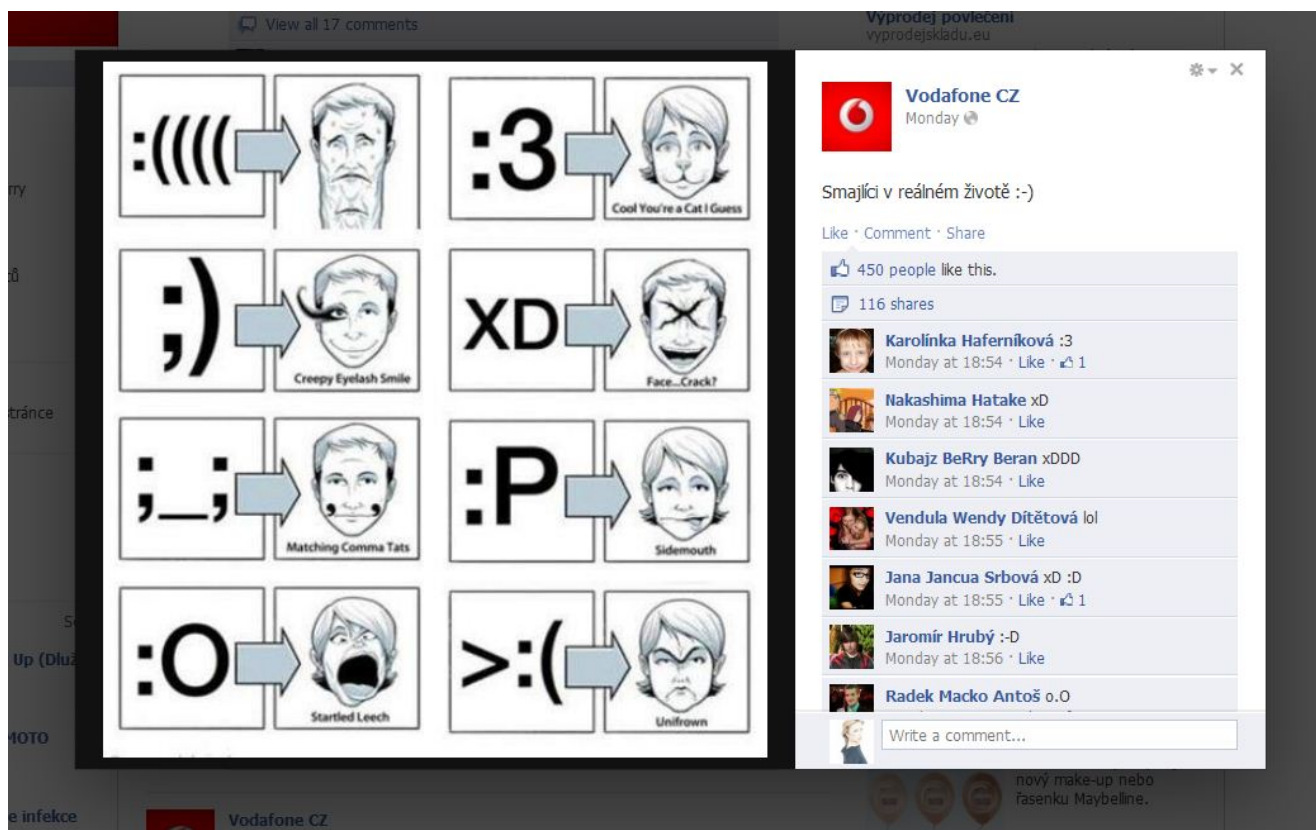
Ukázka č. 26

⁴² <http://cs.wikipedia.org/wiki/Emotikon>.



Ukázka č. 27

Jak jsem již uváděla, v dnešní době celý online rozhovor může být sestaven z pouhých smajlíků. V ukázce č. 28 můžeme vidět obrázek, který byl publikován na veřejných stránkách společnosti Vodafone na Facebooku. Jedná se o vtipný obrázek, který ukazuje, jak by vypadaly často používané smajlíky v reálném životě. Hned vpravo můžeme vidět, že k momentu, když jsem tento obrázek spatřila, už se zalíbil 450 lidem a byl sdílen dál až 116krát. Perfektní pro náš výzkum jsou komentáře těchto lidí – je to dobrá ukázka toho, že celý rozhovor mladých lidí může být sestaven z pouhých smajlíků.



Ukázka č. 28. Obrázek na zdi veřejné skupiny společnosti Vodafone na Facebooku.
(zdroj - <http://www.facebook.com/vodafoneCZ>)

E-mailové šifry se neustále vyvíjejí i dál a jejich možnosti jsou nevypočitatelné, záleží pouze na tvořivosti jedince. Tu však nemůže používat, aniž by vysvětlil ostatním, co ve skutečnosti znamenají.

3.5 Ortografické zvláštnosti

3.5.1 Zánik háčků a čárek

Poprvé háčky a čárky začaly zanikat (*pokud neberme v úvahu telegram*) v mobilní komunikaci, o které byla řeč v jedné z předchozích kapitol. Tam to znemožňovala technická „nedokonalost“ telefonních přístrojů té doby. V počítačové komunikaci se podobný problém mohl objevit v případě, kdy český uživatel (*popř. cizojazyčný uživatel, ovládající češtinu*) neměl po ruce klávesnici s českými písmeny. Situaci vyřešil tak, že celý text napsal bez háčků a čárek. I když může v případě jejich absence dojít ke ztrátě správného významu slova (např. pas x pás), problém to uživatelům sociálních sítí téměř nedělá – význam slova si dovedou odhadnout na základě kontextu. Dnes se psaní bez diakritiky používá běžně z důvodů, že takový způsob je pohodlnější a nenutí uživatele vyhledávat dodatečná písmenka na klávesnici. Zvláště hodně se tento způsob používá, pokud je uživatel připojený k internetu z mobilu. Psaní bez diakritiky si velmi oblíbila hlavně mladší generace při komunikaci na chatech nebo také cizinci. Poslední tak nemusí váhat nad nevyřešitelným pro ně problémem – správným umístěním háčků a čárek ve slově.

Diakritická znaménka mizejí i v obchodních mailech, což svědčí o toleranci tohoto způsobu psaní i mezi obchodními partnery nebo i lidmi starší věkové kategorie. I když nejspíš bude většina lingvistů názorů, že bez diakritických znamének by čeština existovat nemohla, tisíce až milióny textů denně svědčí o opaku. Taková podoba češtiny dávno existuje a hodně se používá vedle plnohodnotné podoby. Většinou nedochází k zásadním problémům a na běžné dorozumívání je taková podoba zcela dostačující (*viz ukázky č. 29 a 30*).



Teda vystoupeni Yamato je naprosto dokonaly..uzasny..jak jsou sehrany.. a maji rytmus.. uuaaa

To se mi líbí · Přidat komentář · 13 březen v 22:01 přes mobilní telefon ·

4 lidem se to líbí.



Ukázka č. 30

Vzhledem k tomu, že tyto dva způsoby psaní se užívají paralelně vedle sebe, dochází občas k tomu, že se v jednom a tomtéž statusu může objevit text s diakritikou i bez ní. Například, první část textu je napsána s použitím háčeků a čárek, druhá bez nich.



Ukázka č. 31

Bez diakritiky v rámci jedné věty mohou být napsána i pouze jednotlivá slova. Jako by uživatel za začátku měl v úmyslu psát jedním způsobem, pak na to zapomněl, pak si na to zase vzpomněl, nakonec text po sobě zpětně nepřečetl a odeslal ho tak, jak je. Dalo by se předpokládat, že takový způsob psaní se objevuje hlavně u cizinců, ale není tomu tak. I čeští uživatelé podobnou chybu (pokud to budeme vůbec považovat za chybu) poměrně často udělají.

3.5.2 Psaní vlastních jmen s malým počátečním písmenem

Dnes už není neobvyklé napsat v sociálních sítích jméno a příjmení, název zemí a měst, pohoří a řek, názvy společností a institucí, ulic a náměstí s malým počátečním písmenem (*viz ukázka č. 32*).

Newerkla⁴³ uvádí, že podobné varianty se objevují rovněž ve snaze o vytvoření zajímavého a nápadného textu a samotná reduplikace je ortografickým prostředkem zvýrazňování jednotlivých slov. Podle Newerkly jde ve většině případů o pokusy ztvárnit intonaci textu co nejuvtipněji v grafické podobě: „óóó“, „úúúúúplně“, „příííšerně nepraktická“ aj.



Ukázka č. 33

Reduplikací nevyjadřujeme jen dobré pocity, ale i pocity negativní např. zklamání nebo nepříjemné překvapení. Tak na zjištění nějaké nepříjemné novinky nebo události může uživatel reagovat výrazem „to nééééééééééé“ nebo „už toho mám doooooost!“ . Rovněž jako unavený školou nebo práci uživatel, aby vysvětlil kamarádům, jak moc se mu chce pryč, si do statutu napíše: „Už mě to nebaaaavíí, já chci domúúúúúúúúúú!“.

Pokud mluvíme o napodobování intonace, vyjadřování dobrých a špatných pocitů nebo o snahu na sebe upozornit, nemůžeme se nezmínit o expresivitě související s touto problematikou. *Expresivita* (neboli expresivnost) je označení pro citové zabarvení slov. Je to pragmatická složka významu příslušné jazykové jednotky, která vyjadřuje hodnotící vztah, postoj nebo rozpoložení mluvčího. Příbuzné pojmy jsou emocionálnost, evaluativnost.⁴⁴

Expresivního zabarvení lze dosáhnout na všech jazykových rovinách - hláskoslovné, tvaroslovné, syntaktické i lexikální. Zvláštní postavení mají frazeologismy - lexikální jednotky, které jsou velmi často expresivní. Tak na morfoložické úrovni se emocionálního zabarvení v češtině můžeme dosáhnout například použitím velkého množství

⁴³ NEWERKLA, S. Jazyk vybraných domovských stránek českých studentů a mladých absolventů vysokých škol v síti "World Wide Web". *Naše řeč*. 1999, 82, č. 3, s. 127-138.

⁴⁴ BACHMANNOVÁ, J. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha : Lidové noviny, 2002.

TEĎ POZOR LIDIČKY, TOHLE JE FAKT ZAJIMAVÝ“. Běžné je i spojování velkých písmen s reduplikací „TY JOOOOOO, VÁÁÁŽNĚ?“ Jakmile spojíme reduplikaci jednotlivých písmen s psaním velkých písmem, dosáhneme dvojnásobného expresivního účinku.

Musíme si uvědomit, že u pravopisných zvláštností se skoro vždy jedná o úmyslné porušení normy. Porušením činí uživatel svůj vzkaz vtipnějším, živějším, originálnějším a zajímavějším.



Ukázka č. 35



Ukázka č. 36

3.6 Syntaktické a pravopisné rysy jazyka v sociálních sítích

Syntax je asi největší oblastí porušování pravidel českého jazyka. Hlavní změny v oblasti syntaxe nastávají většinou kvůli tzv. spontánnímu projevu, výsledkem je uvolněná větná stavba, mizení hranic mezi větami, libovolné umístění interpunkčních znamének apod. Lze říci, že zanikají zde věty jako takové (alespoň v jejich klasickém chápání). Některé statusy navíc mohou být napsány bez jediného interpunkčního znaménka.

Můžeme sledovat moc velkou tendenci psát věty s malým počátečním písmenem. I když se ve statusech sem tam klasická věta (*viz ukázka č. 37*) s velkým písmenem občas vyskytne, u komentářů tomu většinou tak nikdy není. Jakoby uživatelé sociálních sítí si stanovili nepsané pravidlo nepoužívat velká písmena (*viz ukázka č. 38*).



Ukázka č. 37



Ukázka č. 38

Rovněž jako věta nemá oficiální začátek, nemá obvykle ani oficiální konec a tečka na konci komentáře obvykle chybí. I toto je nepsané pravidlo uživatelů sociálních sítí. Pokud někdo tečku v komentáři „omylem“ nebo schválně napíše, působí to rušivě a neobvykle, jako by se snažil tento uživatel vyčnívat a ukázat, že narozdíl od ostatních, používá jazyk spisovný a tím se od ostatních distancuje.

Věta často končí emotikonem. Většinou je to buď usmívající se nebo smutný smajlík :-), :-(. Oblíbenou variantou je pouhá závorka, vyjadřující zase buď radost, nebo smutek:))))))))))) , ((((((((((. Jejich použití dodává větě emocionálně pozitivní nebo negativní nádech (viz ukázka č. 39).



Ukázka č. 39

Pokud přece jen mládež nějaké interpunkční znaménko na konci věty použije, jedná se většinou o otazník, vykřičník nebo tři tečky. Otazníků a vykřičníků bývá obvykle na konci

věty více než jeden, slouží k vyjadřování emocí, napodobení intonace a zesílení expresivity řečeného (viz ukázka č. 40).



Ukázka č. 40

Otazníky a vykřičníky se v libovolném pořadí může prokládat i samotná věta. K tomuto způsobu se uživatel uchýlí, když chce zdůraznit jednotlivá slova ve větě. Většinou k tomu dochází v situacích, když je uživatel naštvaný nebo je něčím fascinován. V těchto případech mu nestačí pouhý text, a tak dojde k použití interpunkčních znamének uprostřed věty nebo k dalším způsobům vyjadřování emocí, o kterých byla řeč výše. Všechny tyto způsoby může použít i najednou.

Čím dál tím víc z textů mizejí čárky - například celé složené souvětí nemusí obsahovat ani jednu. Správné umístění interpunkčních znamének vždy dělá problémy jak cizincům, tak rodilým mluvčím. Sociální sítě svou neformální atmosférou nabízejí uživatelům možnost na pravidla alespoň dočasně nemyslet a ti toho nejspíš rádi využívají. I v případě, že uživatel umístí čárku na špatné místo nebo ji vůbec nepoužije, nikdo si toho většinou ani nevšimne – v sociálních sítích v tomhle směru žádná cenzura není (viz ukázka č. 41).



Ukázka č. 41

3.7 Jiné převážně formální rysy pravopisného charakteru

Dobrou zprávou je, že i přes velký výskyt výše uvedených jevů, v průběhu celého sledování jsem si jen málokdy všimla chyb pravopisného charakteru. Ve své většině ovládají uživatelé pravidla velmi dobře a k hrubým chybám dochází jen málokdy. Máme tady potvrzení teorie,

že mládež psát správně rozhodně umí a veškeré odchylky od normy jsou záměrné, ať už za účelem tzv. „hry“ s jazykem, šetření času nebo dalších příčin. Je vidět, že počítačová komunikace neovlivňuje češtinu uživatelů zas natolik, aby zapomněli na její normu. Souvisí to rozhodně i s věkovou kategorií uživatelů, jak jsem již uváděla na začátku této práce – výzkum se prováděl na základě analýzy textů mládeže ve věku 18-26 let, většina z kterých už má maturitu a studuje na vysokých školách. Tato skutečnost už sama o sobě předpokládá slušnou znalost mateřského jazyka.

Velmi často však dochází k překlepům. Denně se jich v sociálních sítích objevuje neskutečné množství a to i u uživatelů všech věkových kategorií. Jsou v podstatě výsledkem samotné elektronické komunikace - v textech, psaných na počítači, na rozdíl od textů, psaných rukou, se totiž překlepy objevují mnohem častěji. Při psaní na počítači je totiž mnohem snadnější omylem prohodit místy dvě písmena, než když slovo píšeme rukou. Výsledkem jsou pak kombinace typu „srpen“ a „spren“, „napsal“ a „naspal“, „prst a psrt“ atd. Chyby si uživatel kolikrát nemusí všimnout, ani když použije funkci automatických oprav chyb ve Wordu, natož v sociálních sítích, kde tato funkce není, a kde navíc hraje svou roli i faktor „online tlaku“, kdy uživatel musí odpovídat rychle, a tak napsaný text před odesláním nezkontroluje. Překlepy výše uvedeného typu nejsou ale ještě tím největším zádrhelem, protože si je uživatel může zkontrolovat za pomoci výše zmíněné automatické opravy chyb, popř. si chyby při opakovaném čtení všimne sám. K nejnebezpečnějším případům stále patří překlepy typu „jsem a jsme“ nebo „psal a spal“, u kterých ani Word chybu nerozná, protože se nejedná o chybu pravopisného charakteru, ale o dvě různá slova. Výsledkem jsou pak věty typu: „Už jsme včera ten film viděl“ nebo „Včera jsem celý den spal diplomku“. Některé kombinace jsou ve výsledku velmi legrační, i když se o tom uživatel původně nesnažil. Může z nich pak vzniknout slovní hříčka nebo frazém, který se bude mezi uživateli šířit dál.

Ze slova mohou vypadnout i jednotlivá písmenka (viz ukázka č.42)



Renat, vseco neeeeeej. Hlavne zdravicko.

To se mi líbí · Přidat komentář · [Podrobnosti o přátelství](#) · Před 20 minutami · 🗨

Ukázka č. 42

K překlepům nedochází pouze ve slovech českých, ale i ve slovech a zkratkách cizího původu: *txh všem* místo *thx všem*, *bey* místo *bye* atd. Tady hraje roli i faktor, že si uživatel

kolikrát ani přesně nepamatuje, jak se v angličtině slovo nebo zkratka správně píše, a tak možná ani nepřijde na to, že se vůbec jedná o překlep. Prohodí ve slově písmena, aniž by věděl, že je vůbec prohodil. Obvykle na tento typ překlepů uživatele nikdo neupozorní, protože ve své většině to nikomu nevádí - smysl je jasný z kontextu, a navíc spousta uživatelů, kteří komentář čtou, si nemusí rovněž přesně pamatovat, jak se uvedené slovo nebo zkratka správně píše.



Ukázka č. 43

Od chyb a překlepů musíme odlišovat tzv. „úmyslné chyby“. Úmyslnou chybou jsem pojmenovala jev, kdy uživatel vědomě píše slovo s chybou za účelem dosažení různých efektů. Ty mohou mít charakter expresivní a legrační. Roli tady možná hraje i snaha uživatele o originalitu, kterou se snaží zviditelnit a zaujmout své čtenáře. Použitím nezvyklého způsobu psaní slova si totiž uživatel vždy dokáže přitáhnout pozornost ke svému textu a vzbudit zájem u přátel ke své osobnosti, dále někoho rozesmát nebo naštvat, rozhodně málokdy zůstane podobný způsob psaní bez povšimnutí. Patří sem například varianty psaní slova „víkend“: *výkend*, *wikend* nebo dokonce *wýkend* či *wejkend*, slova jako *wole* (z původního „vole“), „*wo čem*“ (*o čem*), ale také varianty jako *eště* (ještě) a řada dalších.



Ukázka č. 44

V souvislosti s touto problematikou, narážíme na určitý problém - ne vždy je zcela jasné, proč uživatel tu či onu chybu udělal, a tak váháme, zda se jedná o úmysl, překlep nebo uživatel je skutečně natolik nevzdělaný, že neovládá základní pravidla českého pravopisu. Zvláště tato otázka nás napadá, pokud se jedná o uživatele, kterého osobně neznáme (např. při diskuzích ve skupinách). Poté váháme, jak na příspěvek máme zpětně reagovat – „přehlédnutím“ chyby,

vtipem nebo upozorněním na ni. I v této rovině „e-doba“ svou hojností forem poněkud komplikuje život všem účastníkům elektronické komunikace.

Jednotlivá slova v rámci jakého si pohrávání s jazykem se mohou psát dohromady.

Na jazyce většinou nezáleží – spojovatelné je všechno. Uživatel má dbát jen na to, aby výraz, ve kterém jednotlivá slova spojuje, nebyl příliš dlouhý, protože pak může dojít k tomu, že další uživatelé nedokáží výsledek takového spojování vůbec přečíst.



Ukázka č. 45

Uživatelé o sobě často hovoří ve 3. osobě. K této zvláštnosti nejspíš dochází kvůli tomu, že nad statusem vždy je napsáno jméno uživatele, aby ostatní viděli, kdo ho napsal. Spousta lidí si se statusem hraje tak, že rovnou za své jméno vloží myšlenku a vznikají pak kombinace typu „**Michaela Michalková právě jí suší**“.



Ukázka

č.

46

Tento způsob se postupem času zalíbil uživatelům natolik, že začali sami psát do statusu svoje jméno.



Ukázka č. 47

Musím konstatovat fakt, že i přes snahu o jednodušší vyjadřování, používá mládež ve svém vyjadřování na internetu hojný počet frazémů. V průběhu sledování dění na Facebooku se neustále objevovaly statusy a komentáře typu: „*Nemyslíš si snad, že žiji na vysoké noze?*“, „*Zase jsem šlápla vedle, ach jo*“, „*Začínám mít toho všeho a všech plné zuby*“ atd.



Ukázka č. 48

Na otázku proč mladí lidé tak rádi frazémy používají, mě napadá hned několik odpovědí. Jednak díky frazeologizmům je jazyk veselejší, hravější, má více odstínu a poutá pozornost ostatních. Umět na sebe upozornit je mnohdy jedním z cílů některých uživatelů Facebooku. Všichni toužíme po uznání a chceme mít svůj vlastní styl a frazémy tomu právě napomáhají. Pomocí frazémů také můžeme skutečnost jaksi zjemnit, pokud z nějakého důvodu nechceme ji hodnotit otevřeně negativně. Tak o osobě, která si zrovna nevybrala na ples vhodné šaty, někdy neřekneme, že nemá dobrý vkus, a že se neumí oblékat, ale jen tak naznačíme, že tak trochu „*šlápla vedle*“. Pokud nám chování nějaké osoby přijde podivné a nepřijatelné můžeme říct, že je „*tak trochu mimo*“. Jedním z důvodů je i skutečnost, že frazeologismy jsou součástí našeho života, používáme je denně i v běžné mluvě, tak proč by měly chybět v komunikaci on-line? Je třeba si pamatovat, že všechno, co vzniká na internetu, má svoje kořeny v reálném životě, a že se poté v písemné formě pomocí různých prostředků.

3.8 Pomocné funkce, prostředky a symboly

Jednotlivá slova mohou být prokládána nejrůznějšími symboly – nejčastěji však srdíčky. Ty si uživatel může vytvořit a následovně zkopírovat v dokumentu Word. Tento styl psaní je spíše rozšířen mezi těmi nejmladšími uživateli a málokdy se objevuje u dospělých. V ukázce č. 49 můžeme sledovat konverzaci mladých lidí, kteří jsou spolu 11 měsíců, mají z toho velkou radost a vyznávají si lásku tím „nejgrafičtější“ způsobem.



Ukázka č. 49

Symbol * (hvězdička) se většinou užívá v situacích, když uživatel chce použít sprosté slovo, ale zároveň nechce připadat ostatním příliš vulgární, a tak jedno nebo více písmen ve slově zamění hvězdičkou. Použít tento trik lze jak v českých, tak anglických sprostných slovech (*na p*ču, f*ck aj.*).

V komentářích se čas od času objevuje znak „+1“. Tímto trochu neobvyklým způsobem vyjadřuje uživatel svůj souhlas. Používá se například jako odpověď v komentáři, když uživatel s někým zcela souhlasí (např. na status uživatele „*Myslím, že kouření v restauracích by už měli dávno zakázat*“, další uživatel může napsat pouze „+1“ a tím vyjádří svůj naprostý souhlas). Případně se +1 může použít i v situacích, když se chceme k někomu přidat. Vymyslíme si jako příklad následující situaci: někdo má chuť zajít v nejbližší době do bazénu a zveřejní na Facebooku status s otázkou, zda někdo další nemá zájem jít spolu s ním. Pokud uvidí v komentáři výše uvedený znak, může se radovat, protože rozhodně už nepůjde do bazénu sám.

Součástí komunikace mládeže v sociálních sítích jsou tzv. *Rage Comics* nebo obecně *Meme Comics*, které jsou dnes již kultovní série jednoduchých komiksů. Po letech nesmírné popularity v nejrůznějších zemích světa, přišla na ně móda i do české sítě. Příběhy jsou zpravidla velmi krátké, nejčastěji se skládají ze čtyř čtvercových oken. V příbězích vystupují stále stejné postavy, z nichž každá vyjadřuje určité rozpoložení člověka v dané situaci nebo vyjadřuje jeho emoce. Komiksy nejčastěji karikaturují společnost, různé každodenní činnosti nebo společenské situace a mnohdy jim dodávají přehnané konce. Chlapci jsou často pojmenováni Derp, dívky Derpina.⁴⁶

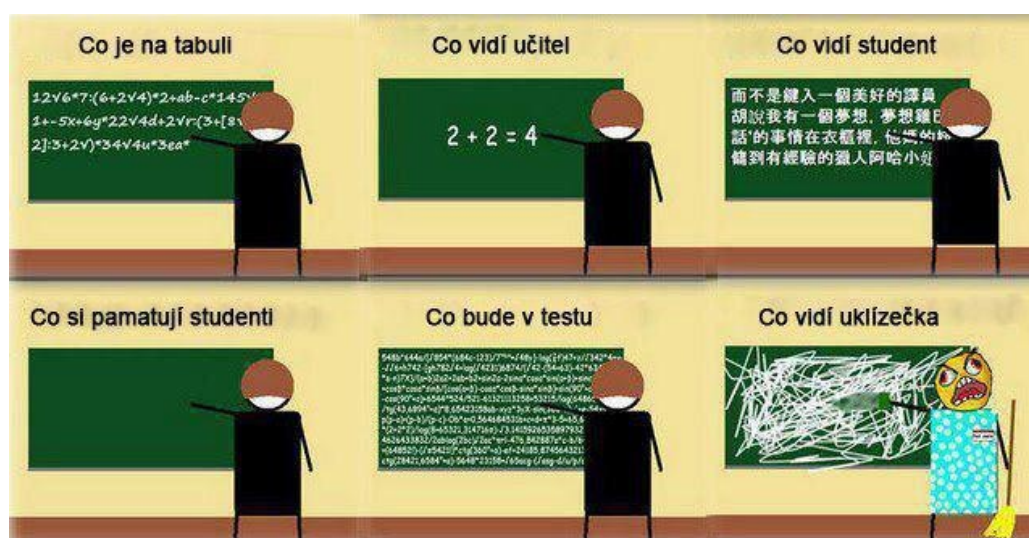
⁴⁶ http://cs.wikipedia.org/wiki/Rage_Comics



Obrázek č. 5. Hlavní postavy Meme komiksů (zdroj http://cs.wikipedia.org/wiki/Rage_Comics)

Rage Guy komiksy se poprvé objevily na stránce 4chan.com v roce 2008. Původně měly tyto série obrázků informativní účel, sloužily pro doplnění otázky nebo jako názorný popis situace. Postupně se vyvinuly v obsáhlejší a souvislejší příběhy, inspirované reálnými každodenními příhodami. V dnešní době jsou stále vytvářeny další a další modifikace původních hlavních postav, které dodávají větší různorodost obsahové stránky komiksů.⁴⁷

Některé MEME postavy jsou přímo inspirovány slavnými výrazy celebrit z oblasti filmu, sportu i politiky. Většinou se jedná o převedené momentky reálných celebrit do MEME stylu. Příkladem jsou postavy "Not bad" (Barack Obama), "Bi*ch please" (Yao Ming), "Aww Yeah" (J.K. Simmons), "What the f*ck" (Jackie Chan), "Rage Pose" (Freddie Mercury), "Trollface" (Eduard Chil) nebo "You don't say" (Nicolas Cage).⁴⁸



Obrázek č. 6 (zdroj - <http://memekomixy.cz>)

⁴⁷ <http://ragethread.com/about>

⁴⁸ http://cs.wikipedia.org/wiki/Rage_Comics

Dnes si může každý uživatel vytvořit svůj komiks sám s použitím speciálního programu, umístěného na stovkách stránek se souvisejících tématikou.

V momente keď učiteľ opustí triedu:



Obrázek č. 7 (zdroj - <http://memekomixy.cz>)

Meme komiksy nemusí obsahovat ani texty, obrázkem dnes umí mládež vyjádřit celou myšlenku nebo nějakou vtipnou skutečnost.



Obrázek č. 8 (zdroj - <http://memekomixy.cz>)



Obrázek č. 9 (zdroj - <http://memekomixy.cz>)

4. Dotazníkové šetření a analýza dat

4.1 Základní informace o průzkumu

Nedílnou součástí této práce je dotazník, který byl sestaven na základě pozorovaných v průběhu celé práce jevů. Šetření probíhalo na webových stránkách <http://vyplnto.cz> v období od **22. 04. 2012** do **05. 05. 2012**.

Dle statistik serveru [vyplnto.cz](http://www.vyplnto.cz), které můžeme najít rovněž na veřejné webové adrese <http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/jazyk-mladeze-v-socialnich-s/>, máme k dispozici následující údaje o průzkumu:

Jazyk mládeže v sociálních sítích

INFORMACE O PRŮZKUMU

Veřejná adresa výsledků:	http://www.vyplnto.cz/realizovane-pruzkumy/jazyk-mladeze-v-socialnich-s/
Počet responsí:	457× (max. 500×)
Typ:	veřejný průzkum, schválena propagace

ZÁKLADNÍ ÚDAJE O PROVEDENÉM PRŮZKUMU

Autor průzkumu:	Tatiana Mihaliová
Šetření:	22. 04. 2012 – 05. 05. 2012
Počet respondentů:	457
Počet otázek (max/průměr):	17 / 17
Použité ochrany:	žádné
Zobrazení otázek:	celý dotazník najednou
Návratnost dotazníků:	86.9%
Návratnost dotazníků je dána poměrem vyplněných a zobrazených dotazníků. Jedná se o orientační údaj, který nebere v potaz ty oslovené respondenty, kteří ani nezobrazili úvodní text (neklikli na odkaz na dotazník).	
Průměrná doba vyplňování:	00.02:54

Z výše uvedené tabulky plyne, že se dotazníkového šetření **se zúčastnilo 457 respondentů** z možných **500** a to za dobu, která je dvakrát kratší, než systém dovoluje (systémem povolená doba činí 30 dnů). O dotazník byl pro mě nečekaně obrovský zájem, což potvrzuje i vysoká návratnost dotazníku, která činí dle statistik téměř **87%**. Je tomu tak nejspíš proto, že se jedná o aktuální živé téma, které zajímá nejen jazykovědce, ale i samotné uživatele sociálních sítí. Pouhých **100** respondentů bylo osloveno mnou osobně, další si dotazník dohledali sami a dobrovolně ho vyplnili, což mi umožnilo získat názory nejen svých známých, jazyk kterých denně pozoruji, ale i neznámých mi lidí.

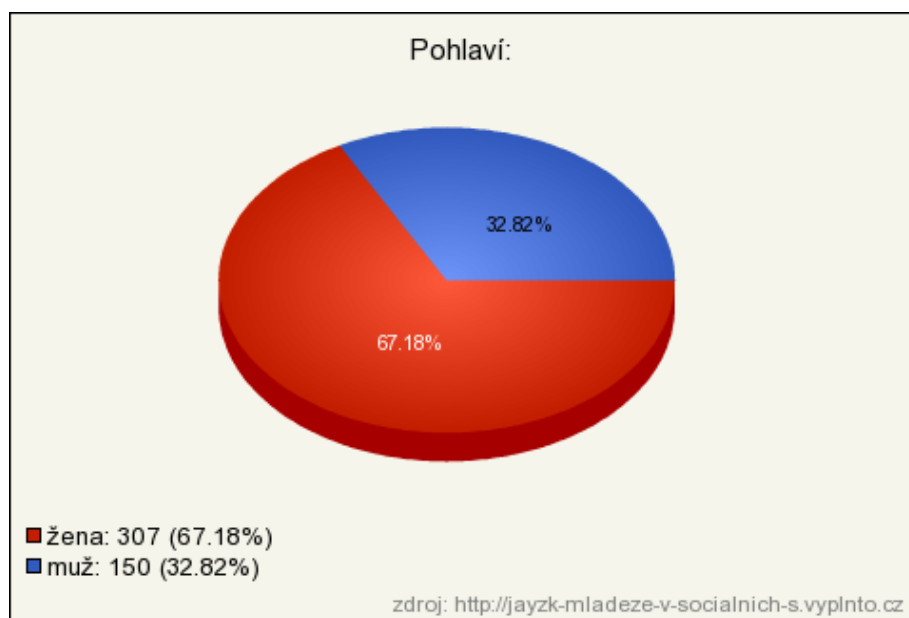
4.2 Výsledky dotazníkového šetření

Dotazník obsahuje **17** otázek. Jedná se jak o uzavřené otázky, u kterých jsou odpovědi předem dány a respondent si pouze vybírá z možností, tak i o otázky u kterých byla možnost napsat vlastní odpověď, což činí výsledky ještě zajímavějšími, protože podívat se na názory samotných uživatelů bylo jedním z cílů této práce.

Odovědi respondentů

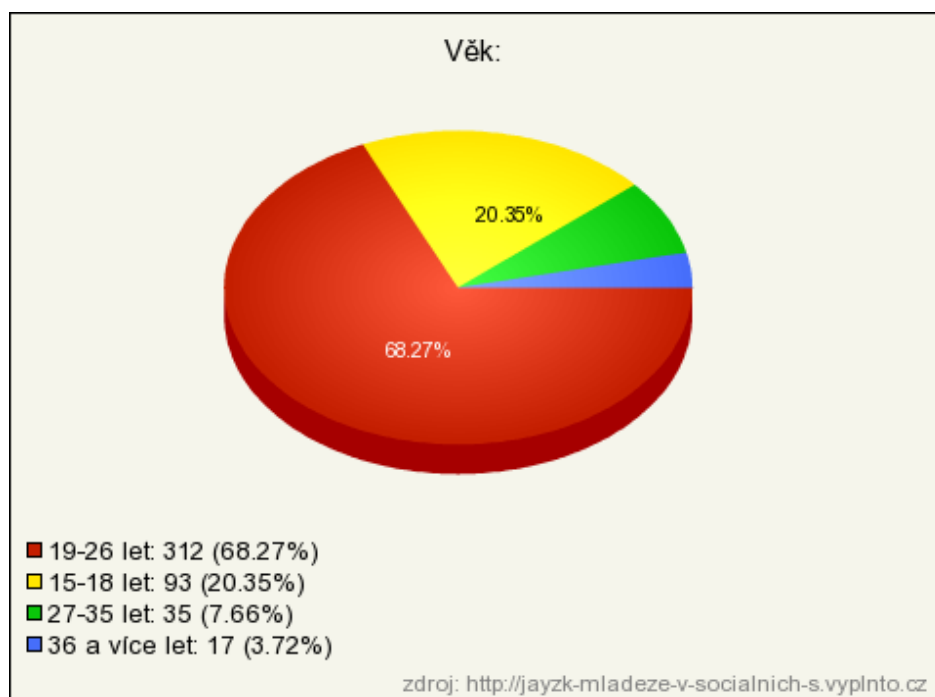
1. Pohlaví:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



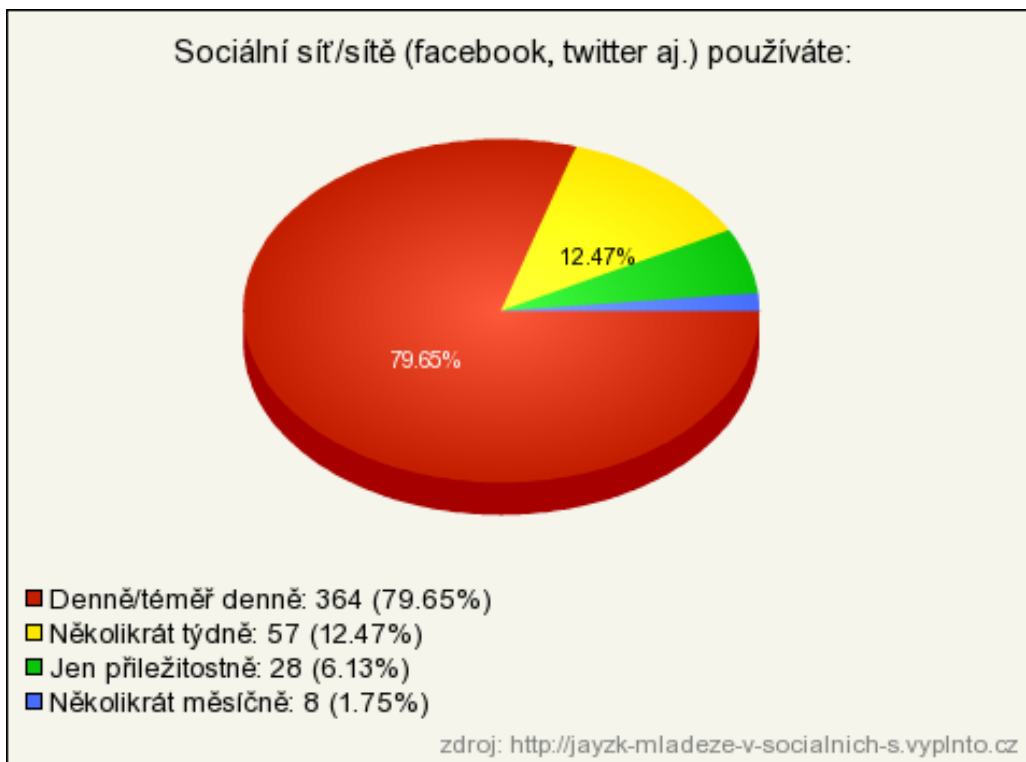
2. Věk:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



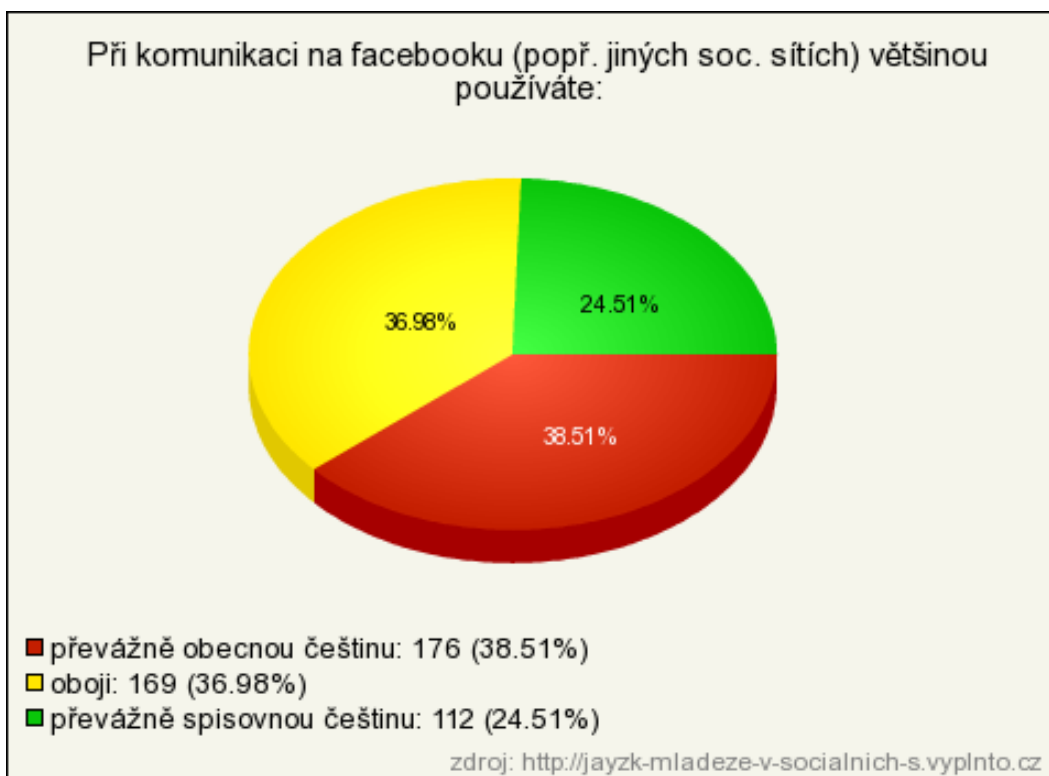
3. Sociální síť/sítě (facebook, twitter aj.) používáte:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



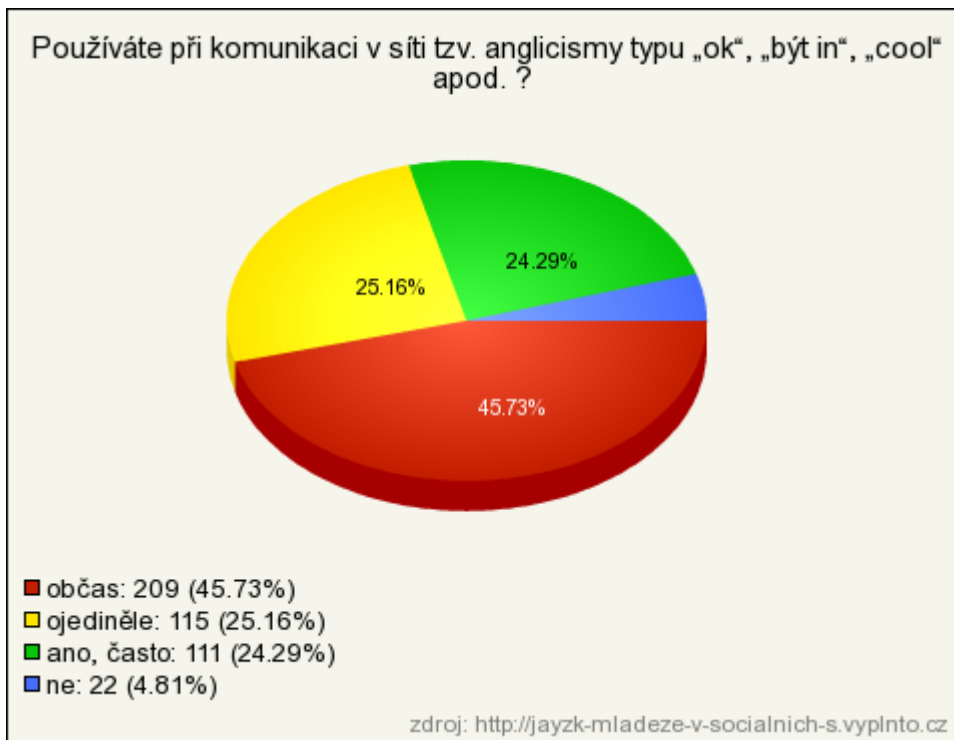
4. Při komunikaci na facebooku (popř. jiných soc. sítích) většinou používáte:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



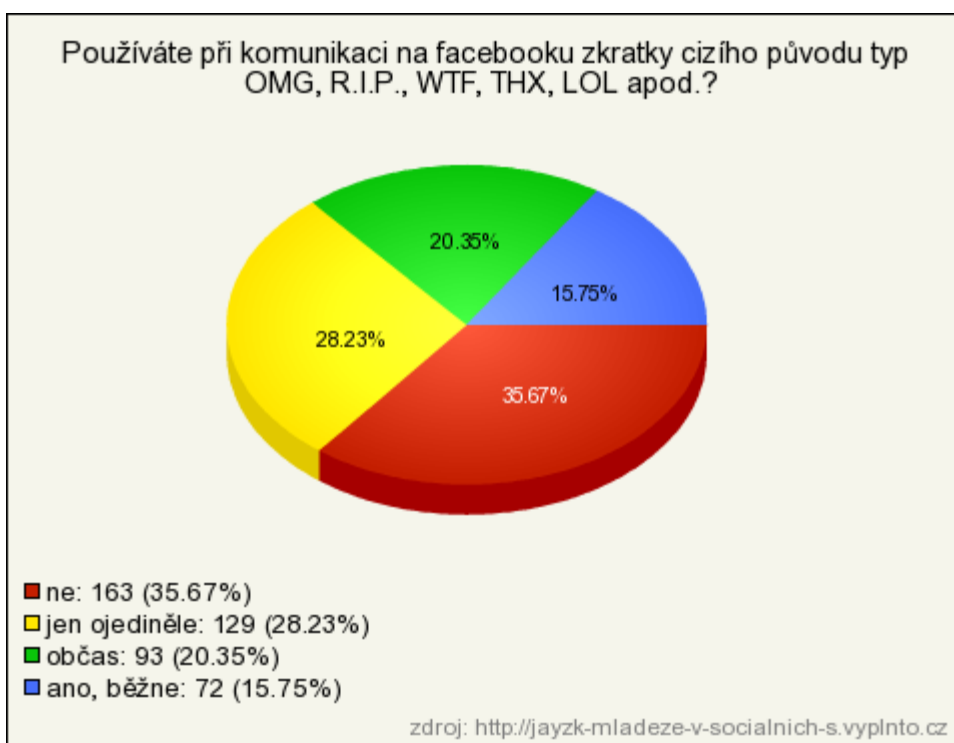
5. Používáte při komunikaci v síti tzv. anglicismy typu „ok“, „být in“, „cool“ apod. ?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



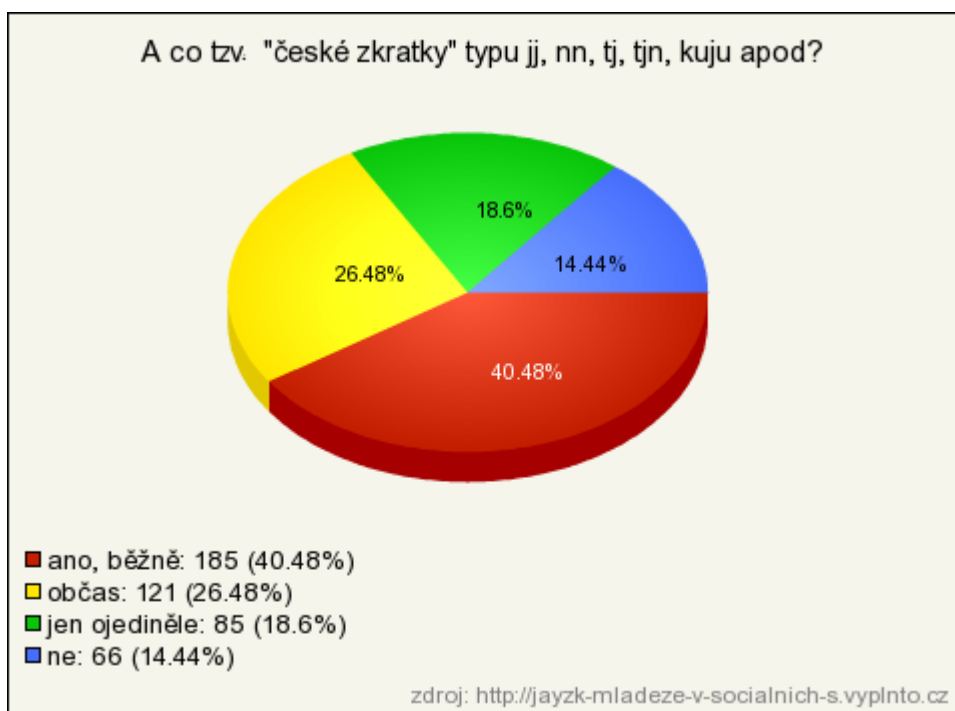
6. Používáte při komunikaci na facebooku zkratky cizího původu typ OMG, R.I.P., WTF, THX, LOL apod.?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



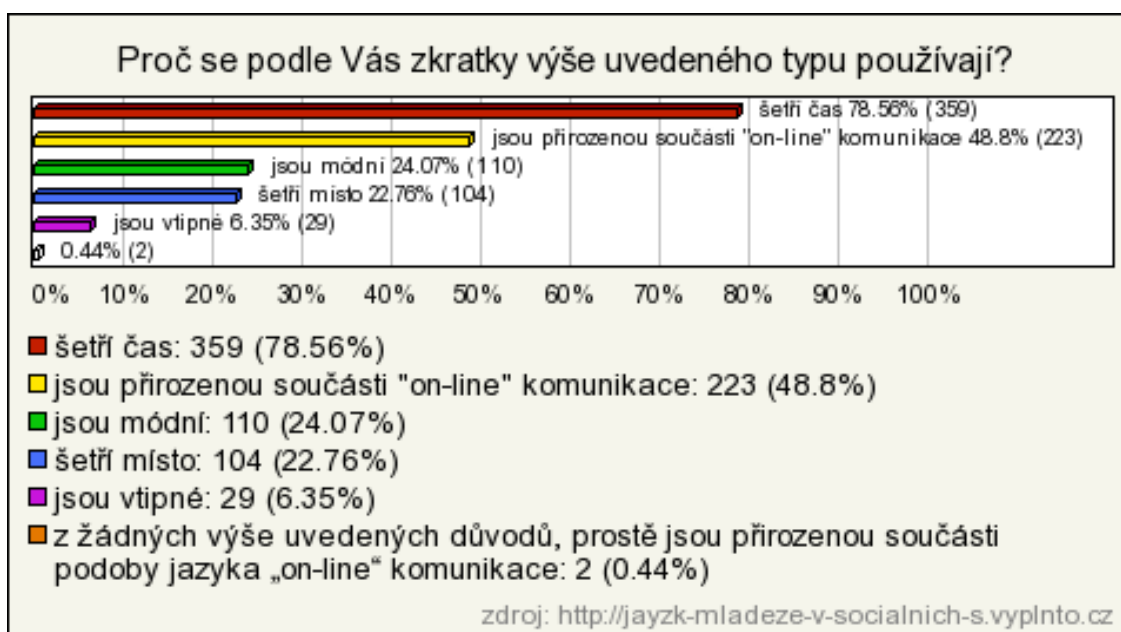
7. A co tzv. "české zkratky" typu jj, nn, tj, tjn, kuju apod.?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



8. Proč se podle Vás zkratky výše uvedeného typu používají?

Povinná otázka, respondent musel alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).



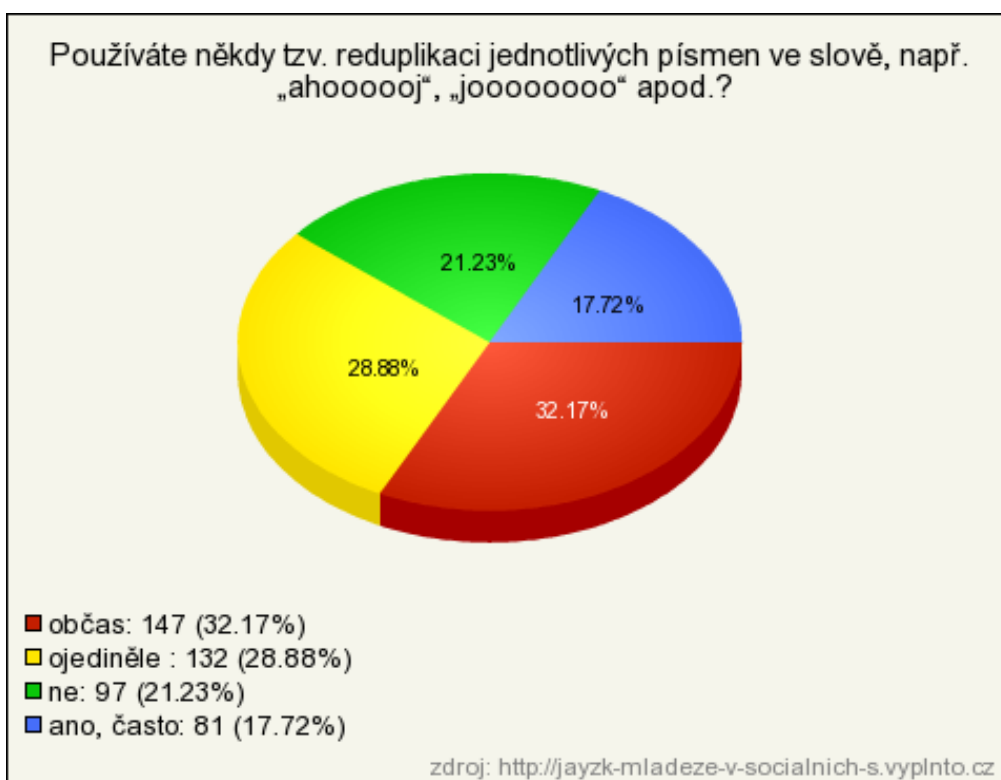
9. Používáte při komunikaci smajlíky? :)

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



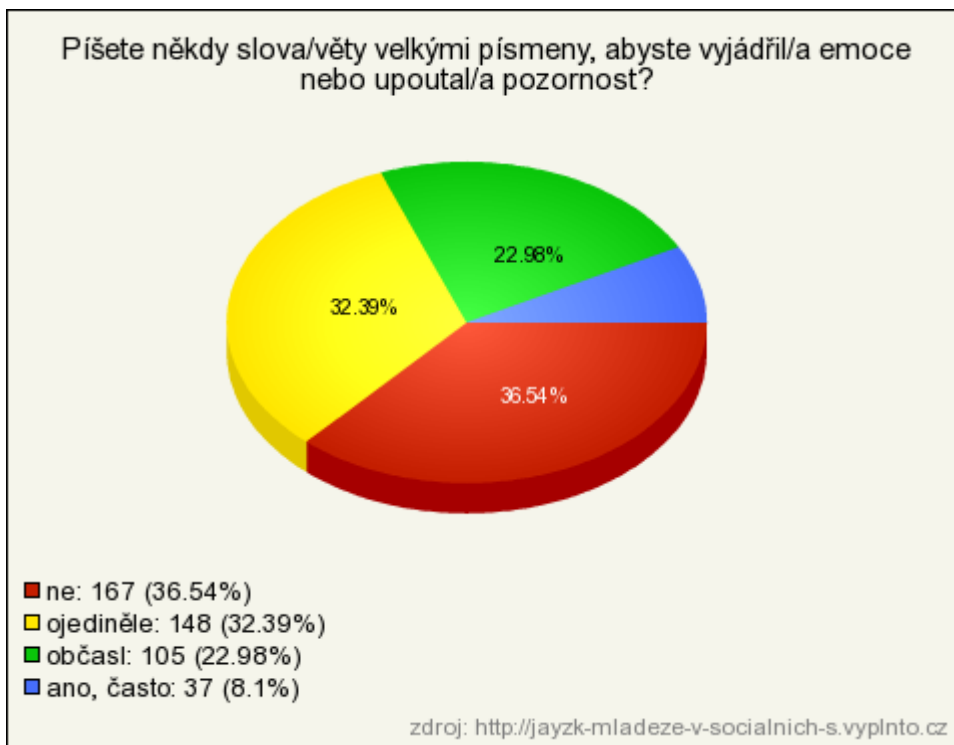
10. Používáte někdy tzv. reduplikaci jednotlivých písmen ve slově, např. „ahoooooj“, „joooooooo“ apod.?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



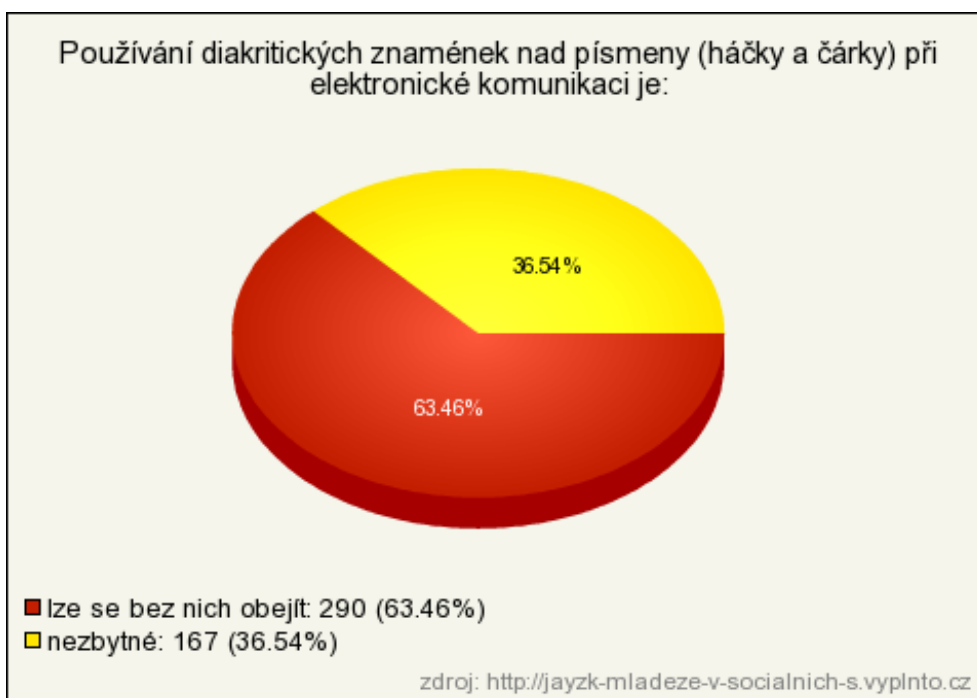
11. Píšete někdy slova/věty velkými písmeny, abyste vyjádřil/a emoce nebo upoutal/a pozornost?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



12. Používání diakritických znamének nad písmeny (háčky a čárky) při elektronické komunikaci je:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



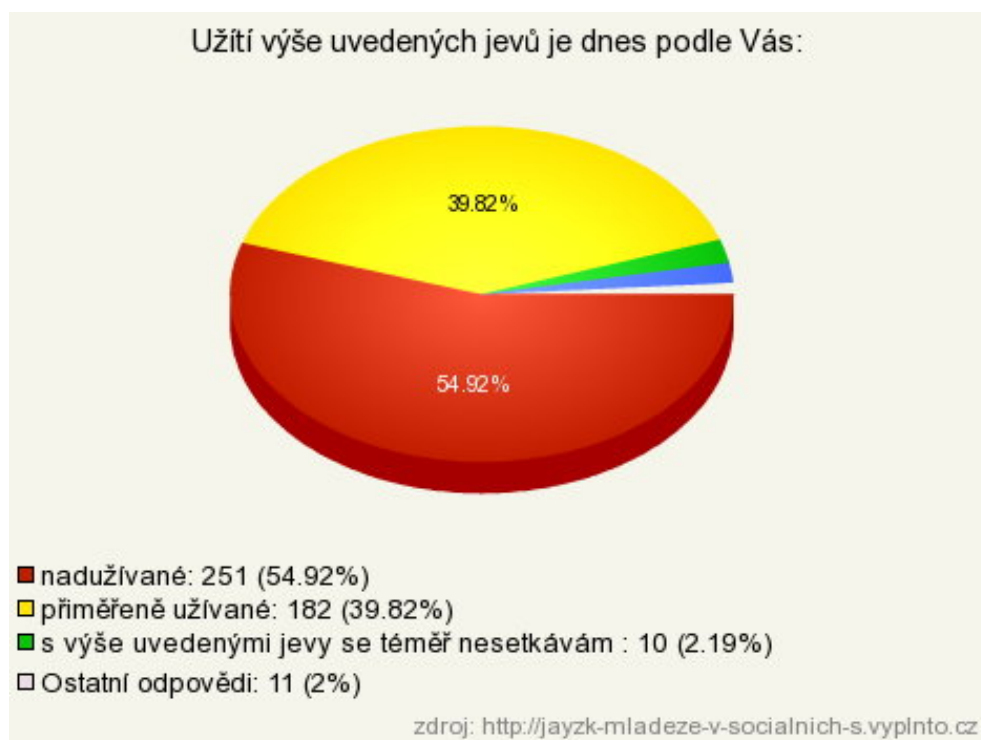
13. Jaká syntaktická pravidla občas porušujete?

Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).



14. Užití výše uvedených jevů je dnes podle Vás:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.



Seznam ostatních odpovědí⁴⁹:

Až na hrubé porušování gramatických pravidel (i/y a další hrubé chyby co vyloženě ruší) přiměřeně užívané.	1	0.22%	0.22%
jak v jaké věkové skupině	1	0.22%	0.22%
celkově přiměřené, ale někdo to fakt přehání	1	0.22%	0.22%
krom chybející diakritiky nadužívane	1	0.22%	0.22%
jak kdo...	1	0.22%	0.22%
nevím jakých	1	0.22%	0.22%
Nerozumím otázce. Pokud jsou "uvedené jevy" to porušování pravidel, pak je to bohužel nadužívané.	1	0.22%	0.22%
neumím posoudit	1	0.22%	0.22%
napiču	1	0.22%	0.22%
U každého uživatele specifická.	1	0.22%	0.22%
jak kdy :D	1	0.22%	0.22%
facebook je zlo, zakazal bych ho	1	0.22%	0.22%
Téměř neužívané, jelikož dnešní děti (ke kterým patřím zatím i já) tyto jevy naprosto ignorují.	1	0.22%	0.22%
záleží jak na kterém serveru a často i na dominantní věkové kategorii.	1	0.22%	0.22%

15. Dokážete si komunikaci bez výše uvedených jevů představit?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.



⁴⁹ Všechny odpovědi jsou ponechány v původní, nezměněné podobě.

Seznam ostatních odpovědí⁵⁰:

jak kde	1	0.22%	0.22%
Dokáži, ale nebyo by to ono :-)	1	0.22%	0.22%
ne, protože vždy lidé si vždy snaží vše zjednodušit (upravit, aby jim to sedělo)	1	0.22%	0.22%
Modlím se, aby ta doba přišla.	1	0.22%	0.22%
ano, ale smajlíky bych ponechala, ty me bavi, a mají myslim celkem i dulezitou doplňující funkci, vyjadrít emoce, které při online komunikaci vyjadrít takto stručně nelze, napomáhají komunikaci	1	0.22%	0.22%
Dokážem, a vo formálnej komunikácii si práve naopak túto formu predstaviť nedokážem. Vnímam zjednodušovanie textovej komunikácie ako prirodzenú adaptáciu na online prostredie a nevidím dôvod prečo sa jej v neformálnom styku brániť.	1	0.22%	0.22%
není důvod proč	1	0.22%	0.22%
krom chybející diakritiky ne	1	0.22%	0.22%
nevím jakých	1	0.22%	0.22%
nevím, beru to jako přirozenou součást komunikace online	1	0.22%	0.22%
v podstatě jste ovlivněni prostředím, používáte to, co ostatní	1	0.22%	0.22%
Ano, ale komunikace by byla složitější bez některých jevů (smajlíky :)).	1	0.22%	0.22%
v emailech syntaktická pravidla dodržuji, některá zanedbávám při "chatování"	1	0.22%	0.22%
snad	1	0.22%	0.22%
ano, ale leďacos se používá právě pro zjednodušení	1	0.22%	0.22%

⁵⁰ Všechny odpovědi jsou ponechány v původní, nezměněné podobě.

16. Jak na vás výše uvedené jevy působí celkem:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.



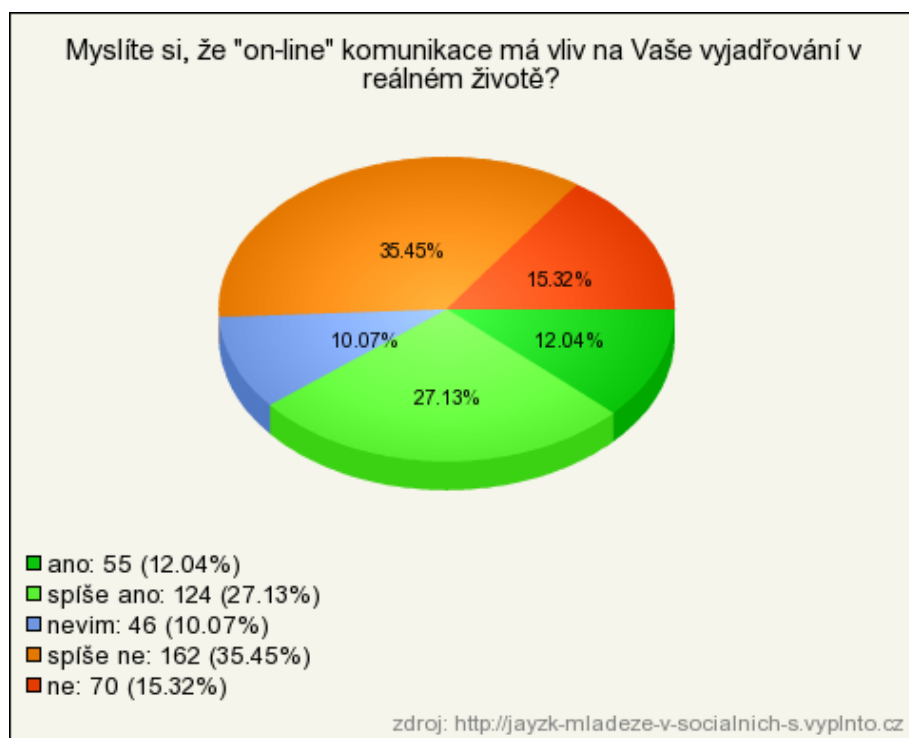
Seznam ostatních odpovědí⁵¹:

jak kdy jak co.. nejvíce mi vadí když někdo začne psát stylem např. Je tO cOOl aj. podobné nesmysly.. na to se mi líbí na facebooku skupina 1 která se jmenuje: nerozumím řeči tvého kmene	0.22%	0.22%
Vadí mi jejich četnost...	1 0.22%	0.22%
Nejvíce mi vadí gramatické chyby...	1 0.22%	0.22%
vadí mi jen některé	1 0.22%	0.22%
vadí mi hodně	1 0.22%	0.22%
nevím jaké	1 0.22%	0.22%
dětsky	1 0.22%	0.22%
pokud se vhodně použijí je to fajn ale jakmile to začnou používat třináctileté trubky které píší střídavě velká a malá písmena je to součástí demence těchto lidí..	1 0.22%	0.22%
je mi to jedno	1 0.22%	0.22%
facebook je zlo	1 0.22%	0.22%
velmi mi vadí	1 0.22%	0.22%

⁵¹ Všechny odpovědi jsou ponechány v původní, nezměněné podobě.

17. Myslíte si, že "on-line" komunikace má vliv na Vaše vyjadřování v reálném životě?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.



4.3. Analýza výsledků dotazníkového šetření

Dotazníkového šetření se celkem zúčastnilo **457** lidí, z toho **307** žen a **150** mužů. Věková kategorie respondentů celkem odpovídá mým odhadům – převážná část respondentů (**68,27 %**) je ve věku **19-26** let, pak následuje věková kategorie **15-18** let (**20,35 %**), na třetím místě se umístili respondenti ve věku od **27 do 35** let (**7,66 %**) a na posledním pouze malá skupina lidí ve věku **36 a více** let (**3,72 %**).

Z výše uvedeného grafu vyplývá, že téměř **80 %** respondentů používá sociální síť denně nebo téměř denně, **12, 47 %** - několikrát týdně a pouze malá část (**cca 8 %**) se připojí na Facebook (popř. jinou sociální síť) několikrát měsíčně nebo jen příležitostně. Tyto výsledky nejsou žádným překvapením, protože jak již bylo uvedeno v této práci několikrát, Facebook a další sociální síť patří dnes skutečně k jedním z nejnavštěvovanějších stránek a dokonce nahrazují mladým lidem mobilní telefony nebo mail, veškeré schůzky a aktivity se totiž dnes většinou domlouvají na Facebooku.

Hned na začátku dotazníku jsem položila respondentům otázku, která měla ověřit můj předpoklad, že se v sociálních sítích používá převážně obecná čeština, která se případně dále může upravovat dle potřeb uživatelů. Výsledky jsou následující: jen o něco převažující většina odpovídajících (**38, 51 %**) potvrdila, že užívá v sociálních sítích převážně češtinu obecnou, další významná část dotazovaných (**36,98 %**) užívá jak češtinu obecnou, tak češtinu spisovnou. Převážně spisovnou češtinou užívá menšina - **24,51 %** respondentů. I přesto, že v odpovědích zvítězila čeština obecná, můžeme vidět, že čeština spisovná stále hraje při komunikaci v sociálních sítích důležitou roli. Tato situace je zcela pochopitelná - sociální sítě mládež totiž nevyužívá pouze pro „pokec“ s kamarády, ale i za dalšími účely – kromě neformální komunikace s kamarády se zde objevují nejrůznější diskuse ve skupinách, vedeme zde písemnou komunikaci i s lidmi se kterými se neznáme osobně atd. Užití spisovné češtiny v těchto případech je naprostou samozřejmostí. Navíc, mezi respondenty se možná našli lidé (nejspíš starší věkové kategorie), kteří na přenášeni obecné češtiny do písemné podoby nejsou zvyklí.

Pokud se přesuneme do oblasti používání cizích slov, zjistíme, že **45,73 %** respondentů je používá při komunikaci v sítích čas od času, často je používá **24,29 %** respondentů, ojediněle - **25,16 %**, vůbec nepoužívá výše uvedená slova pouhých **4,81 %**. Z výsledku je zřejmé, že doba nás všechny ovlivňuje a ani uživatelé, kteří angličtinu moc dobře neovládají se občas podobným slovům neubrání a co je zajímavé, uvědomují si to. Množství a frekvence užití těchto slov se pak liší od uživatele k uživateli a je závislá na jeho osobním stylu a zkušenostech.

U otázek týkajících se používání zkratk jsem došla k zajímavému zjištění - i přes to, že jsem se v průběhu výzkumu se zkratkami anglického původu setkávala poměrně často a věnovala jsem jim v této práci zvláštní kapitolu, ve velké oblibě mezi uživateli zřejmě nejsou. Zkratky cizího původu běžně používá poměrně malé procento uživatelů – **15,75 %** (nejspíš se jedná o uživatelé nejmladší věkové kategorie), občas zkratky tohoto typu použije **20,35 %** dotazovaných, ojediněle – **28,23 %**, nikdy je nepoužívají až **35,67 %** účastníků dotazníkového šetření.

U zkratk českých je situace přímo opačná, jsou totiž mezi respondenty velmi oblíbené. Svědčí o tom následující statistiky: zcela běžně tyto zkratky používá až **40,48 %** dotazovaných, čas od času je použije **26,48 %**, zbylá procenta jen ojediněle nebo nikdy. Zřejmě v této situaci platí pořekadlo „*Co je české, to je hezké*“ - když už uživatel přistoupil

na „moderní“ způsob elektronické komunikace a je ochoten určitý druh zkratek akceptovat a používat, tak ať jsou to alespoň zkratky české. Navíc ne každý elektronickou podobu angličtiny v sociálních sítích ovládá dobře a ne každý přesný význam zkratek anglického původu zná. Ty jsou převážně „parketou“ pokročilejších a modernějších uživatelů sociálních sítí nebo uživatelů, kteří jsou v častém kontaktu s anglicky mluvícími uživateli. U českých zkratek velkou výhodou to, že i v případě, že uživatel s určitou zkratkou dřív nikdy nesetkal, může její význam na základě její podoby a kontextu logicky vyvodit.

Pod otázkou „*Proč podle se pod Vás zkratky výše uvedeného typu používají?*“, respondenti si mohli vybrat jednu nebo více odpovědi. Až **359 z 457 (78,58 %)** lidí umístili na první místo důvod, že zkratky se užívají z důvodu šetření času, na druhém místě (**48,8 %**) se umístila varianta, že zkratky jsou přirozenou součástí on-line komunikace. O to, že zkratky jsou dnes zkratka módní hlasovalo **110** lidí, dalším **104** zkratky šetří i místo, našli se i jedinci (**29 lidí**), kterým se výše uvedený typ zkratek mimo jiné se zdá i vtipným.

Na základě výše uvedených výsledků lze říci, že hlavní předpoklad, že zkratky šetří hlavně čas, se zcela potvrdil. Proč zdlouhavě psát celá slova a výrazy, když i jejich zkrácená podoba je všem jasná, zvláště když se jedná o komunikaci neformální? Obzvláště se používání zkratek vyplatí, když komunikujeme na chatu s více uživateli najednou a očekává se od nás rychlá odpověď.

Důvod, že zkratky šetří místo, je sice pravdivý, ale překvapivě stojí až na předposledním čtvrtém místě. Můžeme to vysvětlit tím, že dnešní sociální sítě poskytují uživateli dostatek prostoru na psaní a uživatel tak na počet napsaných znaků nemusí vůbec dbát. Zkratku však může použít v delších textech, aby je takovým způsobem o něco zkrátil a zbytečně neunavoval čtenáře.

Zajímavým bylo i zjištění, že spousta respondentů (**223 lidí**) stejně jako já pocítují, že výše uvedené používání zkratek je přirozenou součástí „on-line“ komunikace. Pro dnešní mládež je používání zkratek natolik běžné, že si mnohdy ani nevšimne, že se vlastně o zkratku vůbec jedná. Příliš dlouhý text bez on-line „vychytaček“ může působit na ostatní uživatele příliš oficiální a strojeně. Jednou z příčin, proč na sítích vůbec komunikujeme, je odreagování od reálného světa, chceme se uvolnit a alespoň chvíli nemyslet na povinnosti a pravidla. Týká se to samozřejmě nejenom zkratek, ale i všech ostatních jevů, které v průběhu celé práce analyzují. Řada respondentů také uznává, že používat zkratky (zvláště anglického původu) je dnes záležitostí módy. Jak již v této práci bylo řečeno, veškeré západní tendence jsou dnes

velmi módní a způsob komunikace není výjimkou. Užitím zkratk cizího původu se mladý uživatel může vzbudit zájem a ukázat všem, jak dobře tyto moderní tendence ovládá. Přední světové blogeri a celebrity rovněž zkratky běžně užívají ve svých vzkazech a čím dál tím víc sugerují do podvědomí mládeže, že jejich užití je dnes prostě „cool“. Čím mladší je uživatel, tím víc mu jde právě o to být „cool“. Podobný styl psaní může „lézt na nervy“ uživatelům poněkud starším, o čemž jsme se mohli přesvědčit v odpovědích u tzv. otevřených otázek, kde uživatelé měli možnost zanechat svůj vlastní názor. A když se podíváme na poslední místo, vidíme, že se našlo několik málo jedinců, kteří si myslí, že zkratky mohou souviset s legrací a vtipem. Pokud se podíváme na příklady zkratk typu „jpp“ (jedna paní povídala) nebo „njtvl“ (no jo ty vole), zjistíme, že možná nejsou zas tak daleko od pravdy.

Jednou z nejzajímavějších částí dotazníku a nedílnou součástí on-line komunikace jsou emotikony. Neobejde se dnes bez nich téměř žádná komunikace na internetu – svědčí o tom zcela shodné názory respondentů – **77,69 %** používá smajlíky často, **19,26 %** občas, **2,19 %** ojediněle a pouhé **4** lidí (necelé 1 %) z **457** nikdy. Člověk je bytost emocionální a výsledky svědčí o tom, že i elektronická komunikace není pouze suchým textem. V psaném projevu je totiž velmi těžké emoce vyjádřit – máme na výběr v podstatě dvě možnosti – zdlohavě popisovat co vlastně cítíme, anebo jednoduše použít smajlík. Navíc smajlík pomáhá naznačit uživateli, že se jedná o ironii, zda něco myslíme vážně nebo ne. Samozřejmě má i spoustu dalších funkcí, které byly podrobně popsány v příslušné kapitole. Pokud se podíváme na názory uživatelů v následujících otázkách, zjistíme, že spousta uživatelů považuje smajlíky za vůbec jeden z nejdůležitějších jevů celé e-komunikace.

V dalších dvou otázkách zůstáváme u problematiky vyjadřování emocí v písemné elektronické komunikaci. Jedná se o napodobování intonace pomocí reduplikace jednotlivých písmen nebo použití velkých písmen. Narozdíl od smajlíků nejsou tyto metody natolik populární, jsou náročnější na realizaci a ne vždy je můžeme pro vyjádření určitých emocí použít. Dle výsledků, čas od času reduplikaci používá **32,17 %** dotazovaných, ojediněle **28,88 %**, nikdy poměrně vysoké procento – **21,23 %** a často pouhých **17,72 %**. U velkých písmen nám naběhly následující procenta: **36,54 %** takovou možnost nikdy nevyužívá, **32,39 %** jen ojediněle, **22,98 %** jen občas, a pouhých **8,1 %** často. Nejčastěji však mládež všechny výše uvedené způsoby vyjadřování emocí hravě kombinuje.

Od vyjadřování emocí se blížíme k problematice používání diakritických znamének v češtině. Jedná se o téma, které vzbuzuje řadu sporu mezi lingvisty, z nichž mnozí jsou názoru, že

čeština bez diakritiky existovat nemůže. Jeden jediný háček může totiž změnit význam napsaného. Zcela překvapivým i pro mě byly výsledky dotazníku – více než polovina (**63,46 %**) respondentů si myslí, že se bez čárek a háčků lze obejít. Jen pro porovnání v číslech - jde o **290** lidí proti **167**. Dlouhodobé zkušenosti se psaním SMS, psaní na klávesnicích bez českých písmen, komunikace s cizinci, neovládajícími diakritický pravopis a řada dalších faktorů rozhodně zanechala po sobě stopu. Uživatelé dokáží vyvodit správný význam slova i v sporných okamžicích (srov. zkrátka x zkratka), a to za pomoci kontextu. Otevřenou a poměrně odvážnou otázkou zůstává, zda tento typ pravopisu dokáže dělat seriózní konkurenci pravopisu diakritickému a zda jednou nepřijde den, kdy háčky a čárky, které činí tolik potíží cizincům, nezaniknou vůbec.

Nejvíce zajímavých zjištění v mém výzkumu přinesla otázka č. 14 „*Jaká syntaktická pravidla občas porušujete?*“, u které si uživatel mohl zvolit jednu nebo více odpovědí. Z výsledků plyne, že právě v oblasti pravopisu a syntaxe dochází k největším posunům a porušování pravidel. Svědčí o tom níže uvedená procenta. Až **64,77 %** dotazovaných uvedlo, že nepoužívají interpunkci na konci věty nebo ukončují větu smajlíkem. Vidíme, že smajlíky mohou zastupovat mladým lidem tečky, vykřičníky nebo dokonce otazníky. Stejně procento respondentů (**64,55 %**) se přiznalo, že věty začínají malým písmenem. Nepoužívá ve větě interpunkční znaménka vůbec – **28,68 %** dotazovaných, dalších **24,07 %** pak vkládají do věty vykřičníky, otazníky nebo tečky na místa, kam nepatří. Vždy pravidla dodržuje pouhých **12,25 %**. Z výsledků plyne, že **90 %** respondentů tím či oním způsobem pravidla porušuje nebo dokonce nejrůznější odchylky od normy různým způsobem kombinuje. Jak je vidět, účastníci šetření si to sami uvědomují a nebojí se to přiznat. I toto je posun, který nejspíš výrazně ovlivní podobu našich budoucích textů.

Poslední čtyři otázky jsou zaměřeny na názory samotných uživatelů na současnou podobu jazyka mládeže v sítích. Samotní uživatelé byli ve vyjadřování svých názorů hodně kritičtí, i přes to, že většina z nich tím či oním způsobem výše uvedené jevy používá sama. V otázce týkající se názoru na frekvenci užití výše zmiňovaných jevů uznávají, že jsou dnes *nadužívané* (až **54,92 %** respondentů), za *přiměřeně užívané* je považuje **39,82 %**. Pouhých **10** lidí (**cca 2 %**) uvedlo, že se s výše uvedenými jevy se *téměř neseťkávají*. Mezi poslední patří nejspíš uživatelé staršího věku, kteří se do styku s mládeží v sociálních sítích dostávají jen málokdy. U této otázky se rovněž nabízela možnost vlastní odpovědi, kterou respondenti rádi využili, aby upřesnili, co přesně jim vadí. Upozorňovali hlavně na to, že na otázku nelze odpovědět jednoznačně, a že to celé záleží na věkové kategorii uživatelů, na webovém serveru

a také na jednotlivcích. Někomu vadí nadužívání pouze jednotlivých jevů – například hrubé chyby, porušování pravidel atd. Někdo ve svých odpovědích byl až vyhraněně negativní a sociální sítě by vůbec zakázal, někdo vyjádřil svůj (zřejmě negativní) názor jednoduše expresivním sprostým slovem.

Dále následovala otázka, zda si samotní uživatelé dokáží život v sociálních sítích bez výše uvedených jevů představit. Překvapivě **62,58 %** odpověděla, že ano, dalších **21,66 %** zvolilo odpověď „*ano, ale byla by to nuda*“, dalších **12,47 %** lidí uvedlo, že bez výše uvedených jevů si komunikaci v sociálních sítích nedokáží představit. Zase u této otázky můžeme diskutovat, zda **62,5 %** respondentů, kteří odpověděli na otázku kladně, se mohou za svou odpověď jednoznačně zaručit. Jedna věc je něco teoreticky odsouhlasit, něco jiného je to zkusit v praxi.

I u této otázky respondenti měli možnost napsat svůj názor. Někdo raději ještě jednou slovně potvrdil, že taková situace je možná, ale „*nebylo by to ono :-)*“, někdo na to vůbec nevěří a potvrzuje to slovy, někdo se modlí, aby tato doba konečně přešla. Respondenti upozorňovali i na to, že odlišují tzv. oficiální elektronickou komunikaci (maily) od komunikace neformální (v sociálních sítích), a že v každé situaci dokáží zvolit příslušnou podobu jazyka. Někdo by „*nemohl přežít*“ pouze bez některých jevů – např. bez smajlíků. Zajímavou odpovědí je, že jsme ovlivnění prostředím, a že musíme tím pádem používat to samé co ostatní.

Do dotazníku jsem vložila kontrolní otázku, která je ve své podstatě podobná otázce č. 14. Tentokrát zněla „*Jak na Vás výše uvedené jevy působí celkově*“. Pokud porovnáme odpovědi, zjistíme, že tentokrát byli respondenti méně kritičtí. I přes to, že v předchozí otázce většina z nich odpověděla, že považuje jevy za nadužívané, vadí tato skutečnost pouhým **5,69 %** dotazovaných. Dalším **23,85 %** uživatelů tyto jevy nevadí, dalších **27,13 %** je považují přirozenou součástí on-line komunikace a nakonec **40,92 %** vadí tyto jevy pouze v případě, jsou-li jednotlivými uživateli nadužívané.

Celý průzkum jsem uzavřela otázkou, která je ve své podstatě jedním z hlavních cílů této práce. Po respondentech se vyžadovalo zkusit se zamyslet, zda „on-line“ komunikace může mít vliv na jejich vyjadřování v reálném životě. Odpovědi mluví samy za sebe. Převážná většina si myslí, že *spíše ne* – **35,45 %**, zcela si jistých že *ne*, je už pouze **15,32 %**. Celá situace je zajímavá tím, že téměř **50 %** dotazovaných jsou následujícího názoru: nedokázalo jednoznačně na tuto otázku odpovědět – **10 %** lidí, a tak si zvolili možnost „*nevím*“, zbytek čestně uznal, že virtuální komunikace se odráží na vyjadřování reálném: *spíše ano* – **27,13 %**,

ano – 12,04 %. Můžeme sem připočítat i určité procento lidí, kteří odpověděli záporně jen proto, že si tohoto vlivu možná ani nevšímají. Důkazem je skutečnost, že i v samotných odpovědích respondentů, kteří na podobu jazyka mládeže v sítích reagovali kriticky, můžeme zachytit téměř všechny jevy, které tuto podobu utvářejí: absence diakritických znamének, použití smajlíků, absence interpunkčních znamének, věty psané s malým počátečních písmenem atd.

Otázkou je, zda jde skutečně o vliv, kterého si nevšímají anebo naopak celou situaci chápou, proto pojali tento dotazník jako „neformální“ a snažili se přizpůsobit jeho stylu. Další otázkou je, zda můžeme považovat komunikaci mládeže v sociálních sítích za jednu velkou „hru“ se slovy. Pokud ano, trochu mi připomíná období avantgardy, která spočívala v podstatě v tom, že si autoři pohrávali se slovy, spojovali nespojitelné, vynechávaly čárky a háčky, zapomínali na veškerá stylistická a syntaktická pravidla. Ve své době se považovali za šílence a nebyli přijímáni „zdravou“ společností. Tehdy otázka „Nejsi náhodou avantgardista?“ zněla dokonce urážlivě. Dnes však považujeme avantgardu za jedno z nejpłodnějších období v dějinách literatury. Co dělají mladí lidé se svým mateřským jazykem při komunikaci na internetu? V podstatě totéž, najdeme zde i hru se slovíčky, i absenci jakýkoliv interpunkčních znamének, a také spoustu zkratk a zkomolenin. Oblíbená jsou i slova cizího původu a jejich „počešťování“. Stejně jako v dobách avantgardy se styl uživatelů nelíbí určitým vrstvám společnosti a stejně jako avantgardisté se tomu jenom smějí a „myslí si své“.

I když na první pohled zde lze provést jakousi paralelu s výše uvedeným uměleckým stylem, je zde jeden zásadní rozdíl. Spočívá v tom, že písemná podoba jazyka dnešní mládeže není uměleckým směrem, ani dočasným slangem, který zanikne v momentu, když se zvednou ze školních lavic, ale masovým jevem, šířícím se s neskutečnou rychlostí. Jedná se o plnohodnotný prostředek vyjadřování – o jazyk mládeže, jazyk, který denně používá, jazyk, který existuje teď a tady a jehož existenci nemůžeme popírat, ať se to někomu líbí nebo ne. Jazyk totiž netvoří ani lingvisté, ani jiní vědečtí pracovníci, ani médium, nýbrž uživatelé samotní na základě možností, které jim doba nabízí.

Pokud výsledky celého výzkumu shrneme, nastíní se nám několik hlavních tendencí, kterými se mládež při užívání jazyka v sociálních sítích řídí. Jednou z nejvýznamnějších je přenos obecné češtiny do písemné podoby a její následná úprava dle potřeb uživatelů, obohacená o slova a zkratky cizího původu. Významnou tendencí je i snaha, text co nejvíce zjednodušit a s tím související užívání zkratk, vynechávání interpunkce, vynechávání diakritických

znamének, psaní vlastních jmen s malým počátečním písmenem atd. Další tendencí je snaha co nejvíc přiblížit text k mluvenému projevu a s tím úzce souvisí uvolněná větná stavba, grafické znázornění intonací, napodobení mimiky a duševních stavů za pomoci emotikonů, rage komiksů atd. Všechny tyto tendence jsou nakonec podřízeny jedné velké – hře. Hra je zas přirozenou součástí mládí a možná, že její určitá část s postupem času z komunikace uživatelů vymizí. Některé prvky si však dnešní mládež rozhodně odnese s sebou do dospělého „seriózního“ života.

Při psaní této práce jsem se snažila dodržovat všechna pravidla spisovné češtiny. Učinila jsem tak samozřejmě proto, že se jedná o seriózní a odbornou práci. Stejně jako ostatní studenti, jejichž jazyk jsem v průběhu celé práce popisovala, umím odlišit situace, ve kterých není vhodné výše uvedené jevy používat, a mohu dokonce prohlásit, že písemná podoba, kterou denně užívám v sociálních sítích, v žádném případě neovlivňuje můj jazyk v reálném životě. Jakmile se však ze školy vrátím a zapnu si Facebook, veškerá moje „serióznost“ ihned zmizí. Ano, budu používat zkratky, ano začnu svou větu malým písmenem a ukončím ji smajlíkem. Toto všechno v žádném případě neudělám kvůli tomu, abych schválně porušovala pravidla spisovné češtiny, rovněž ani šetření času není mým hlavním cílem. Udělám to proto, že tímto dodržím nekodifikované, ale přece jen existující normy jazyka v sociálních sítích, které se mně a mým přátelům jeví jako přirozené.

Pokusím se na závěr shrnout všechny poznatky, které jsem během komunikace v sítích a při přípravě na tuto diplomovou práci získala a dát je do jedné jediné věty. Pro lidi mého věku bude znít legračně, ale věřte mi, že generaci o 10 let mladší už možná ani nepřijde ani nějak zvláštní:

„OMG vypada to ze na tomhle moje tlaxani pro dnešek musí prestatt, thx a kuju vsem za pzrnst ;-) A jak JPP, pokud xcete b8 „in“, uzivejte normalni jazyk CC)))))) Vase T. 8)“.

Seznam použité literatury

Odborná literatura:

- BACHMANNOVÁ, J. *Encyklopedický slovník češtiny*. Praha : Lidové noviny, 2002.
- ČERMÁK, F. *Lexikon a sémantika*. Praha : Lidové noviny, 2010.
- ČMEJRKOVÁ, S. Čeština v síti: Psanost či mluvenost? (O stylu e-mailového dialogu). *Naše řeč*. 1997, 80, č. 5, s. 225-247.
- HOFFMANNOVÁ, J. Pařani a gamesy. *Naše řeč*. 1998, 81, s. 100-111.
- JANDOVÁ, E. Prožívání jazyka na internetu. *Užívání a prožívání jazyka*. Praha : Karolinum, 2010, s. 361-365.
- MARTINCOVÁ, O. *Nová slova v češtině 2 – Slovník neologizmů*. Praha : Academia, 2004.
- MARTINCOVÁ, O. *Problematika neologizmů v současné spisovné češtině*. Praha : Univerzita Karlova, 1983.
- NEWERKLA, S. Jazyk vybraných domovských stránek českých studentů a mladých absolventů vysokých škol v síti "World Wide Web". *Naše řeč*. 1999, 82, č. 3, s. 127-138.
- SGALL, P., HRONEK, J. *Čeština bez příkras*. Jinočany : H&H, 1992.
- SPARLING, D. *English or Czenglish?: jak se vyhnout čechismům v angličtině*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, 1991.
- SVOBODOVÁ, D. Anglická a hybridní kompozita v současné češtině a jejich adaptace. *Naše řeč*. 1999, 82, č.3, s. 122-126.
- SVOBODOVÁ, D. Užívání jazyka v moderních sociolektech. *Užívání a prožívání jazyka*. Praha : Karolinum, 2010, s. 161-165.
- ŠMAHEL, D. *Psychologie a internet*. Praha : Triton, 2003.
- ŠMAJSOVÁ BUCHTOVÁ, B. *Rétorika. Vážnost mluveného slova*. Vyd. 2. Praha : Grada Publishing a. s., 2010.
- VYBÍRAL, Z. *Psychologie a komunikace*. Praha : Portál, 2005.
- ZIMA, J. *Expresivita v současné češtině*. Praha: Nakladatelství Československé akademie věd, 1961.

Webové stránky:

<http://www.cs.wikipedia.org/>

<http://www.en.wikipedia.org/>

<http://www.checkfacebook.com/>

<http://www.labnol.org/internet/>

<http://www.memekomixy.cz/>

<http://www.ragethread.com/>

<http://www.socialnbsite.cz/>

<http://www.vyplnto.cz/>