

SOCIOLINGVISTIKA/ SOCIOLINGUISTICS**Naujųjų medijų kalbos komponentai, kontekstai ir vartotojai**
Vilmantė Liubinienėcrossref <http://dx.doi.org/10.5755/j01.sal.0.21.2728>

Anotacija. Skaitmeninė revoliucija arba interneto ir skaitmeninių medijų visuotino taikymo era atnešė daugybę pokyčių. Skaitmeniškumas, kodo lygmenyje suvienodinantis visų medijų – verbalinių ar vizualinių – prigimtį, sudarė sąlygas atskiroms medijoms jungtis į visumą. Be to, atsirado begalė naujų būdų gaminti, saugoti ir dalintis informacija, radikaliai keičiančių pačios informacijos pobūdį. Tradicinės medijos vis labiau skaitmenizuojamos ir didžiąja dalimi įsiliejo į naujųjų elektroninių medijų sferą. Iš esmės pasikeitė tarpusavio bendravimo modeliai, susikūrė ištisos bendruomenės, kurių virtualaus bendravimo poreikis ir būdas iš esmės pakeitė kalbą. Greta sakininės ir rašytinės atsirado elektroninė kalbos atmaina. Interneto sukeltos transformacijos daugelio yra įvardijamos kaip „skaitmeninių medijų“, sudarančių šių laikų „naujųjų medijų“ turinį, eros pradžia. Straipsnio tikslas – aptarti naujųjų medijų kalbos komponentus, jos kūrimo bei vartosenos pokyčių tendencijas, įvertinti el. medijų komunikacinį kontekstą ir pateikti naujųjų medijų kalbos kūrėjo / vartotojo portretą.

Atlikta analizė atskleidė, kad naujųjų medijų kalboje bendravimas rašytiniu tekstu yra tik vienas iš daugelio būdų minčiai reikšti. Vis dažniau vartotojai dalinasi neverbaline informacija, perduodama hiperteksto nuorodomis, bendrauja tarpusavyje keisdami vaizdo, muzikos įrašais, tekstinius komentarus keičia grafiniais ženklais. Plečiasi naujųjų medijų kalbos vartosenos sritys, ji plinta visuose mobiliuosiuose įrenginiuose. Paaugliai yra aktyviausi elektroninės kalbos atmainos kūrėjai ir šios naujosios el. medijos vartotojai, kurie ugdo savo skaitmeninį raštingumą „dvikalbystės“, t. y. norminės kalbos ir elektroninės kalbos atmainos sistemoje.

Reikšminiai žodžiai: naujųjų medijų kalba; elektroninė kalbos atmaina; tinklakalbė; skaitmeninis raštingumas; žinutinitimas; kalbinis kontekstas; naujųjų medijų kalbos vartotojai.

Įvadas

Įsitvirtinusios nūdienos gyvenime skaitmeninės technologijos lemia naują mąstymo, mokymosi ir bendravimo aplinką. Akademinėje literatūroje šis reiškinys įvardijamas *naujųjų medijų revoliucijos* terminu (Manovich, 2009). Akivaizdžiausia ir daugiausia diskusijų kelianti naujųjų medijų revoliucijos pasekmė – kalbos kaita, kuri savo mastu taip pat prilygsta revoliucijai (Crystal, 2001; Woolsey, 2005). Greta kalbos pokyčių skaitmeninės technologijos iš esmės keičia mąstymo, bendravimo, saviraiškos ir elgsenos modelius beveik nepalikdamos galimybės išlikti tradiciniams, nes ankstesnės medijos nyksta, jas visiškai integruoja naujosios – elektroninės medijos.

Levas Manovichius (2009) teigdamas, kad dabar esame naujųjų medijų revoliucijos įkarštyje, kai visa mums žinoma kultūra pereina prie kompiuteriu medijuojamų gamybos, platinimo ir komunikacijos formų, teigia, kad „kompiuterinių medijų revoliucija veikia visas komunikacijos stadijas, įskaitant manipuliavimą duomenimis, jų kaupimą, saugojimą ir platinimą. Be to, veikiamos ir pačios medijos – tekstas, t. y. kalba, nejudantys ir judantys vaizdai, garsas ir erdvinės konstrukcijos. Visoms kultūrinėms formoms tūpant kompiuterizuotoms, mes vis labiau „susisaisstome“ išskirtinai su kultūriniais duomenimis: tekstais, nuotraukomis, filmais, muzika, virtualiomis aplinkomis. Mes perkeliame dėmesį nuo paties kompiuterio į skaitmeninę formą užkoduotą kultūrą. Kadangi naujosios medijos kuriamos, platinamos, saugomos bei archyvuojamos kompiuteriuose, galima tikėtis nemažo poveikio, kurį kompiuterinė logika daro tradicinei kultūrinei medijų logi-

kai. Galime tikėtis, kad kompiuterinis sluoksnis darys įtaką kultūriniam sluoksniui, lems jo struktūrą, besikuriančius žanrus, jo turinį“ (Manovich, 2009).

Kaip suvokiamas vienas svarbiausių visuomenės išsivystymo rodiklių – raštingumas – naujųjų medijų revoliucijos laikmečiu? Kalbėjimas ir klausymas (oralumas) greta skaitymo ir rašymo, pasak K. Woolsey (2005), yra pagrindiniai „kalbinio raštingumo“ rodikliai, kuriais grindžiama visuomenės raštingumo sąvoka. Kitos medijų formos – statiškų atvaizdų kultūra, kinas, intermedialūs menai – paprastai nelaikomos būtina visuotino raštingumo sąlyga. Taigi šių įgūdžių lavinimui nėra kreipiama tiek daug dėmesio kiek tradicinėms medijoms.

D. Kalvaitienė ir A. Kalvaitis (2011) teigia, kad dažniausiai raštingumas apibūdinamas kaip žmonių gebėjimas skaityti ir rašyti (kiti mokslininkai dar prideda ir gebėjimą skaičiuoti). Pati raštingumo sąvoka atsirado XIX amžiuje, kai neraštingumas imtas suprasti kaip socialinė problema. Tada buvo pradėta plėtoti spauda, sparčiai vystėsi gamyba ir technika, todėl raštingumas tapo svarbia sąlyga, leidžiančia žmonėms išgyventi visuomenėje be kitų asmenų pagalbos.

XX amžiaus antroje pusėje, kai buvo pradėtos vystyti kompiuterinės technologijos, šalia gebėjimo skaityti, rašyti ir skaičiuoti, svarbą įgijo kompiuterinis raštingumas – gebėjimas apsieiti su kompiuterinėmis technologijomis.

Taigi, kaip pažymi D. Kalvaitienė ir A. Kalvaitis (2011), per kelerius metus kompiuterinio raštingumo sąvoka iš esmės evoliucionavo į skaitmeninio raštingumo sąvoką,

kuri yra labai svarbi visapusiškam dalyvavimui žinių visuomenėje ir modernios ekonomikos konkurencingumui.

Informacinės technologijos plačiai paplito žmonių buityje ir jų jau negalima sieti vien tik su kompiuteriais. Neužtenka išmanyti kompiuterio suteikiamas informacines ir komunikacines technologijas, gebėti taikyti kompiuterio techninę ir programinę įrangą vartotojo lygiu. Skaitmeninis raštingumas – *reikiamas darbo rinkoje ir buityje paplitusių informacinių ir komunikacinių technologijų išmanymas, mokėjimas ir gebėjimas taikyti darbo rinkoje ir buityje naudojamą techninę ir programinę įrangą vartotojo lygiu.*

Tačiau šis apibrėžimas visą dėmesį koncentruoja į gebėjimą įvaldyti technologijas, bet neįvertina gebėjimų kurti, pateikti informaciją ir ją dalintis, t. y. neįvertinama komunikacinio konteksto svarba. Antras trūkumas – neužsimeinama apie turinį, kuris platinamas pasitelkiant šias naujas skaitmenines technologijas bei apie to turinio gamybos ir sklaidos įrankį – kalbą, kuri turi daug panašumų su bendrine normine kalba, bet kuri iš esmės gali skirtis, priklausomai nuo komunikacinio konteksto. Taigi šio straipsnio **tikslas** – aptarti naujųjų medijų kalbos komponentus, jos kūrimo bei vartosenos pokyčių tendencijas, įvertinti el. medijų komunikacinį kontekstą ir pateikti naujųjų medijų kalbos kūrėjo/ vartotojo portretą.

Tyrimo objektas – naujųjų medijų kalba.

Tyrimo metodai – sisteminė mokslinės literatūros analizė, antrinė statistinių duomenų analizė ir aprašomasis lyginamasis metodas. Antrinei analizei pasitelkti „the Nielsen Company“ (2010), „Nielsenwire“ (2011) duomenys ir lietuviškų el. portalų „Informacinių technologijų naujienos“ (2011), *LABAS* (2012), „Mano dienas“ (2012) duomenys.

Nauja komunikacinė terpė – „Facebook“ – internetas internete

„Facebook“ – beprecedentinis milijardą žmonių jungiantis tinklas, kuriame privatus gyvenimas nuolat viešinamas. Jei analizuosime istoriškai, iš pradžių buvo „Friendster“, greito flirto tinklalapis, vėliau visi perbėgo į „MySpace“, kol 2004 m. Marko Zuckerbergo sumanytas socialinis tinklas „Facebook“ iš Harvardo bendrabučio sparčiai išplito ne tik JAV, bet ir visame pasaulyje, tapdamas ne tik studentijos pamėgta „gyvenamąja vieta“ nepaisant lyties, etninės ar kultūrinės skirtybės, bet įtraukdamas ir vyresniąją kartą, kuri šią platformą išnaudoja ne tik bendravimo, bet ir verslo vystymo tikslais. „Facebook“, kaip pažymi Robertas Lane`as Greene`as (2012), padėjo surengti revoliucijas Artimuosiuose Rytuose. Kitiems socialiniams tinklams belieka įsitvirtinti vienoje iš nedaugelio nišų, kurių dar neužpildė šis milžinas. Taigi, anot Greene`o (2012), vienintelis „Facebook“ konkurentas yra likusi interneto dalis.

Internetas suteikia tris dalykus: prieigą prie turinio (vaizdo medžiagos, muzikos, skaitinių), saviraiškos erdvę (tinklaraščius, „Twitter“) ir galimybę bendrauti (el. pašta, pokalbius, „Skype“). „Facebook“ konkuruoja su internetu visose šiose srityse. „Facebook“ siekia pasiūlyti visą veiklą, kuria užsiimtumėte internete, tik su draugais. Taigi „Facebook“ yra internetas internete (Greene, 2012).

„Facebook“ aplinka (kultūra), be jokio kritinio santykio priimanti visas išraiškos formas, be abejonės keičia visų mūsų saviraišką ir elgesį. Ši aplinka puikiai iliustruoja Marshalo McLuhano mintį, kad šiuolaikinė visuomenė gyvena „globaliame kaime“ (McLuhan, 2003), kuriame visi vienas kitą pažįsta ir kuriame informacija plinta žaibišku greičiu.

Toks globalus „Facebook“ kaimas keičia netgi Vakarų kultūroje nusistovėjusias lyčių interesų sritis. Tradiciškai technologijos buvo laikomos vyriška sritimi. Tačiau dabartinių tyrimų duomenimis, žymiai aktyvesnės internetinių socialinių medijų vartotojos yra moterys – jos parašo 60 proc. visų komentarų ir įkelia 70 proc. visų nuotraukų. Kita vertus, šie duomenys gali būti nesusiję su domėjimusi technologijomis – moterys ir mergaitės labiau linkusios palaikyti socialinius ryšius nei vyrai ir berniukai (Greene, 2012). Šie sociologiniai duomenys atsispindi ir populiariojoje Vakarų kultūroje – būtent moterys rodomos kaip inicijuojančios gaudų, apkalbų tinklus, iki internetinės eros kurtų laiškais ar telefoniniais pokalbiais (Schantz, 2008).

Nors naujoji komunikacinė terpė, kurios principas būti paprastai ir suprantamai masiniam vartotojui, nepaisant jo amžiaus, lyties, išsilavinimo, etninių, klasinių ir kultūrinių skirtumų, yra pagrįsta dar XIX a. atsiradusiais ir išpopuliarėjusiais bendravimo būdais (sakykime, socialinis tinklas „Twitter“ kartais tyrinėtojų siejamas su seniau buvusia mada bendrauti pasiturinčių šeimų svečių knygose paliekant įvairius įrašus), tačiau elektroninė komunikacija šiems bendravimo praktikoms suteikė iki šiol neregėtą mastą ir populiarumą.

Todėl sakoma, jog „Facebook“ vienija pasaulį. Kaip teigia technologijų ekspertas Davidas Kirkpatrickas (2011), „Facebook“ tapo bendriausiu dalyku skirtingų kultūrų žmonėms visame pasaulyje. Virtualūs imigrantai (tinklo gyventojai) nėra ribojami amžiaus, geografijos, kalbų ar klasių. „Facebook“ jau veikia 75 kalbomis ir apie 80 proc. „Facebook“ vartotojų yra ne iš JAV. Jis keičia tai, kaip žmonės bendrauja. Taigi to visuotino bendravimo įrankis – naujųjų medijų kalba – ir yra šio straipsnio tyrimo objektas.

Naujųjų medijų kalbos komponentai

K. Woolsey (2005, p.2) kalbą internete įvardija kaip naująją el. mediją. Internetinė kalba, pasak autorės, tai naujoji el. medija, kuri yra ne pakitusi tradicinė kalba, o naujoji, visiškai kitokia bendravimo priemonė.

Daug mokslininkų, kurie tiria interneto poveikį kalbai, gyvensenai ir elgsenai, pažymi, kad kalba internetinėje erdvėje matomai suprastėja, tampa primityvesnė ir paprastesnė (Crystal, 2001; Johnova, 2004; Trubek, 2012; Soffer, 2012). Šį pokytį galima aiškinti pasitelkus socialinio tinklo „Facebook“ darbuotojos Tiffani Jones Brown, atsakingos už šio vartotojo sąsajos tekstą, žodžius. Ji teigia, kad tekstas privalo būti „paprastas, žmogiškas, aiškus ir nuoseklus“. Viskas šiame tinklalapyje turi būti parašyta taip, kad suprastų ir vienuolikmetis, be to, vartotoją „pasitinkantis“ kalbos tinklas turi būti įtraukiantis, o ne verčiantis jį save atpažinti kaip „svetimą“ bendruomenei, kurios nariu jis norėtų tapti. Tad ir vartotojo sąsajos kalba turi būti kiek įmanoma nesusijusi su jokia kultūriškai

atpažįstama tapatybe, o atitikti fiktyvią, utopiškai visiems tinkamą funkciją (An Interview with Tiffani Jones Brown, 2011). Akivaizdu, jog turima omenyje labiau dirbtinė, specialiai sukonstruota nauja kalba, o ne kurios nors gyvosios kalbos pritaikymas.

Kitas svarbus bruožas, į kurį atkreipia dėmesį Michele Zappavigna (2011), yra tas, kad kalbininkai vis dažniau plečia savo tyrimų ribas, įsitraukdami į vis platesnius komunikacinės terpės tyrimus, analizuodami, kokią reikšmę komunikacijos procesui turi vaizdas, kūno kalba ar muzika. Šiuos reiškinius galima analizuoti taikant išsistatytą „vaizdo dizaino“ gramatiką (Kress, Van Leeuwen, 2006) arba begalę kitų intermedialių komunikacinių sistemų tyrimo metodų (Mitchell, 2011). Tuo būdu nuotraukos, paveikslėliai, vaizdo įrašai, muzika ir kiti paralingvistiniai ženklai tampa naujųjų medijų kalbos dalimi, kurios negalime ignoruoti.

Anne Trubek (2012) akcentuoja dar vieną dalyką – naujoji komunikacija visus paverčia rašytojais. Jos teigimu, visi mes dabar skaitome ir rašome žymiai daugiau, nei praeityje. Prieš 20 ar 30 metų visi daugiau šnekėdavo nei rašydavo. Tuo metu imta rūpintis, kad plepėjimas telefonu ir besaikis televizoriaus žiūrėjimas (sąskaitinių medijų vartojimas) išstums raštą. Dabar gi, atvirkščiai, didžioji dalis bendravimo internete vyksta raštu. Mes šnekamės, dalinamės informacija, džiaugiamės, liūdime, bendraujame, fiksuojame savo būsenas, flirtuojame rašytine forma. Taigi rašome žymiai daugiau nei prieš dešimtmetį. Tai tarytum leistų daryti prielaidą, kad šitiek daug rašant, turėtų gerėti ir rašymo įgūdžiai, bet ar taip yra iš tikrųjų? Deja, ne. Nors ir stengiamasi išlaikyti kai kurių tinklaraščių kalbos taisyklingumą, bet tenka pripažinti, kad interneto kalba labai nutolo nuo standartinės norminės kalbos ir tai tapo išskirtiniu elektroninės kalbos bruožu.

Šis elektroninėje komunikacijoje visų „virtimas“ rašytojais turi dar vieną teorinę perspektyvą, susijusią su Rolando Barthes'o idėja apie dvi – skaitomo ir rašomo (pranc. *texte lisible/ texte scriptible*) – teksto rūšis (Barthes, 1975). R. Barthes'as skaitomą tekstą apibrėžė kaip neleidžiantį dalyvauti teksto kūrime, skaitytojui suteikiantį tik pasyvaus informacijos gavėjo statusą. Priešingai, rašomas tekstas yra toks, kuris įtraukia skaitytoją į savotišką bendrautorystę, dar daugiau, skaitymo ir rašymo praktikos tokiam tekste tarsi sutampa: skaitai ką rašai. Žiūrint iš šios perspektyvos, socialinių medijų vartotojai, iš esmės ir sukuriantys šių socialinių medijų turinį, yra rašytojai būtent ta dviguba R. Barthes'o šiai praktikai suteikta prasme, kai rašymas tuo pat metu yra ir skaitymas. Šie rašymo ir skaitymo praktikų pokyčiai labai svarbūs ir turėtini omenyje, kalbant apie jų – drauge ir kalbos – transformacijas elektroninėje terpėje.

Virtualioje erdvėje rašoma daugiau nei šnekama balsu. Susirašinėjama su kolegomis darbe, vykdoma dalykinė ir buitinė korespondencija, komentuojami straipsniai el. portaluose, nevaržomai reiškiami nuomonė visais įmanomais klausimais, bendraujama su draugais, vaikais, šeimos nariais – ir visa tai daroma raštu. Išsiskraustę į virtualią erdvę visi tampa rašytojais. Tik atsiranda naujos rašymo formos: blogai, tinklaraščiai, trumposios žinutės, komentarai. Atsiranda ir literatūros kūrinių, kurių fabula – internete patirti išgyvenimai. Antai Stanislava Nikolova-Čiurinskienė

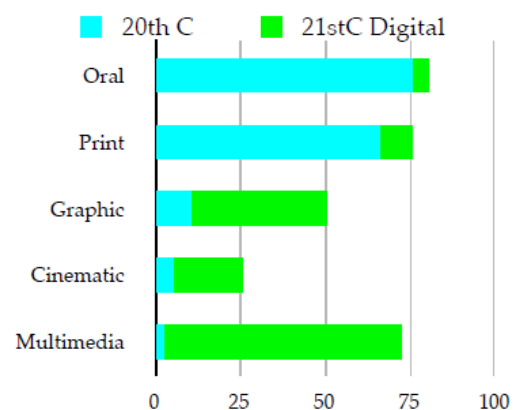
romane „Second life – gyvenimas tinkle“ rašo, kad be kitų išgyvenimų, patirtų tinkle, „tiek *offline*, tiek *online* vadinamoji mano tėvynė man per ankšta, ir jeigu retsykiais iš jos neišvažiuoju, stačiai pasiuntu“ (Nikolova-Čiurinskienė, 2012, p.72). Tuo autorė tarytum teigia, kad virtualiame pasaulyje nelieta geografinių, valstybes skiriančių sienų, politinių, ekonominių ir kultūrinių skirtumų bei taisyklių, kurių privalu laikytis realiame gyvenime. Virtualioje aplinkoje klesti idėjų raiškos demokratija, nors neapseinama čia ir be įžeidžiančio turinio žinučių, žargonų ir keiksmažodžių bei užgauliojimų, patyčių kultūros.

Tačiau virtualioje aplinkoje taip gausiai rašomi tekstai, anaipol ne visada atitinka norminės kalbos standartus. Todėl, norint siekti karjeros realiame gyvenime, tenka mokytis skirti dvi kalbos rūšis – norminę ir elektroninę kalbą. Nepriklausomai nuo milžiniško kiekio parašomų tekstų virtualioje erdvėje ne visi tampa pripažintais rašytojais, o didžioji dalis virtualių emigrantų toliau sėkmingai „tobulina“ naują elektroninę kalbos atmainą.

Žodžiai gali būti bereikšmiai, jeigu jie neperteikia **turinio**. Steve'as Jobsas viename savo interviu teigė: „Mes tikime, kad kai technologija susituokia su humanitariniais mokslais, sulaukiame rezultatų, verčiančių mūsų širdis dainuoti“ (Isaacson, 2012, p.533). Tai reiškia, kad turinio kūrimui tenka nepaprastai svarbus vaidmuo, tad labai svarbu išmanyti, kokios yra to turinio kūrimo priemonės, arba kokie komponentai sudaro naujųjų medijų kalbą.

Virtualioje erdvėje be teksto vis ryškiau dominuoja kitos medijų rūšys – grafiniai ženklai, skirti reikšti įvairioms emocijoms ir būsenoms, vaizdai, nuotraukos, filmuota medžiaga, garsai, muzika. Visa tai tampa neatskiriama naujųjų medijų kalbos dalimi, naudojama turiniui reikšti.

Kaip iliustruoja 1 paveikslas, naujųjų medijų komunikacijoje keičiasi dominuojančių medijų sistemos sudėtis: tradicinė oralumo bei rašto (spaudos) sistema yra papildoma ar net nustelbiama vizualiųjų komunikacijos priemonių. Net turint omenyje ir taip vadinamąjį „antrojo“ oralumo (Ong, 2007) efektą, pasireiškiantį sąskaitinės kalbinės komunikacijos elementais rašytinės ar vizualios komunikacijos formose net raštą įvaldžiusiose visuomenėse, akivaizdu, jog spausdintinis – skaitmenizuotas tekstas nebėra toks svarbus kaip grafiniai, kino ir multimedijos elementai.



1 pav. Naujųjų medijų kalbos komponentų analizė. XX a. ir XXI a. kalbinės medijos raiškos palyginimas (pagal Woolsey, (2005)).

Multimedija – tai bendras įvairialypės informacijos, įvairialypės įrangos ir įvairialypės terpės pavadinimas (Dagienė, Grigas, Jevsikova, 2009). Lietuvoje bandoma multimedijos terminą keisti į daugialypę/ įvairialypę terpę. Tai tik vienas aspektas, nes multimedija yra daugiau nei vien tik terpė... Multimedija (angl. „multimedia“) – tai informacinė technologija, kai pasitelkus tekstą, garsą, vaizdą, animaciją ir vaizdo informaciją kuriama efektyvesnė, didesnius informacijos srautus ir sudėtingesnę tikrovę galinti aprėpti komunikacija. Ši, šiandien dažniausiai kompiuterinėmis priemonėmis realizuojama komunikacinė technika, taip pat nėra būdinga tik interneto erai – apie ją pirmasis ėmė kalbėti vienas ryškiausių britiškojo romantizmo atstovų Samuel Taylor Coleridge (Schröter, 2011). Tačiau tik visuotinės skaitmenizacijos epochoje intemedialumas įgijo tokį mastą, jog „grynųjų“ medijų beveik nebeliko.

Tuo būdu grafiniai ir vaizdo informacijos elementai tampa neatsiejama naujų medijų kalbos komponentais, ir virtualaus pasaulio gyventojai puikiai išmano šią kalbą ne vien kaip vartotojai, bet ir kaip turinio kūrėjai. Šios naujos priemonės tampa neatsiejama internetinio bendravimo arba naujų medijų kalbos dalimi.

Tą pačią mintį savo knygoje „Naujų medijų kalba“ gvildena ir Levas Manovichius, teigdamas, kad

„dauguma naujas medijas ir kiberkultūrą tytinėjančių veikalų koncentruojasi į sociologinius, ekonominius, ir politinius jų aspektus, taigi svarbu vartoti žodį „kalba“ tam, kad išryškėtų naujai atsiradusios konvencijos, periodiškai pasikartojantys dizaino šablonai ir pagrindinės naujų medijų formos“ (2009, p.79).

Taigi bendravimas virtualioje erdvėje tampa intermedialus – ko neįmanoma išreikšti bendraujant tekstu – tą padaro nuotraukos, vaizdo bei muzikos įrašai. Vaizdine bei garsine informacija dalinamasi per hipertekstą. Hipertekstas gali būti apibūdinamas kaip hibridinis teksto darinys (Januškevičiūtė, 2004). Informacijos talpinimui internete tapus žymiai paprastesniam (pvz.: vaizdo ar muzikos įrašų talpinimas „YouTube“) pagausėjo ir informacijos dalinimasis per hipertekstą. Pokalbiuose šis teksto darinys jungia skirtingo turinio bei tipo informaciją. Tokiu būdu virtualus pokalbis tampa artimesnis gyvam, nes atsiranda galimybė emocijas reikšti ne tik savo paties rašytu tekstu, bet ir vaizdu, garsu ar kito autoriaus rašytu tekstu, tai pateikiant kaip citatą ar pagrindą išsakyti minčiai. Vis dažniau pokalbio metu pašnekovai naudoja ne grafinius veidelius, bet hipertekstines nuorodas, nukreipiančias į vaizdą, garsą ar kitą tekstą, kuris suteikia daugiau informacijos apie reakciją ar emociją. Pašnekovams bendraujant didesnio informacijos kiekio nereikia aprašinėti patiems, vietoj to į pokalbio langą įkeliami nuoroda su platesne informacija. Nuorodomis pateikiama detalesnė informacija apie kurią pašnekovai nori diskutuoti. Toks nuorodų dalinimasis leidžia internetiniam bendravimui informacijos perdavimo efektyvumu pralenkti gyvą bendravimą, nes visa informacija prieinama ir pateikiama žymiai greičiau bei yra detalesnė, negu pašnekovai galėtų nupasakoti (plg. prancūzų rašytojo Marcelio Prousto idėją apie rašymą kaip apie efektyvesnę komunikaciją, nes tai tarsi dialogas, tik išvalytas nuo komunikacinių šiukšlių (Proust, 1999). Ben-

draujant virtualioje erdvėje interneto vartotojai hiperteksto nuorodomis siekia pagyvinti pokalbį. Pateikiamos nuorodos į vaizdo įrašus, kurie pašnekovams leidžia geriau suprasti kito pašnekovo emocijas ir perduodamą neverbalinę informaciją. Hiperteksto pagalba pokalbiai tampa gyvesni bei dinamiškesni, bendravimas neapribojamas vien teksto rašymu bei skaitymu, į virtualų bendravimą įsilieja kitos medijos – vaizdas bei garsas.

Didžioji dalis informacijos socialiniuose tinkluose plinta talpinant nuorodas ar citatas. „Facebook“ socialinis tinklas tam naudoja „laiko juostą“ – vietą, kur žmonės talpina nuotraukas, savo istorijas bei patirtis. „Facebook“ „laiko juostoje“ susijungia visi pagrindiniai bendravimo būdai. Pats paprasčiausias ir populiariausias bendravimo būdas – tai „Like“ (*patinka, prilyginamas pakeltam nykščiu*) mygtukas. Šio mygtuko paspaudimu vartotojai parodo susidomėjimą „sienoje“ paskelbta naujiena jos nekomentuodami, nepriklausomai ar tai rašytinis tekstas, nuotraukos, vaizdo įrašai ar asmeninės informacijos atnaujinimas. Ši paprasta funkcija priartina bendravimą socialiniame tinkle prie gyvo bendravimo, kai pozityviai reaguojama netariant nė žodžio (Greene, 2012).

Elektroninės kalbos atmainos apibrėžtys

Aptarus naujų medijų kalbos ypatybes ir komponentus, atidžiau paanalizuokime pagrindinę jos sudedamąją dalį – elektroninės kalbos atmainą, kuri pastaruoju metu kelia daug diskusijų ir yra tyrinėjama daugelio pasaulio šalių mokslininkų, taip pat ir Lietuvoje.

Davidas Crystalas, analizuodamas internetinę kalbą, be dviejų įprastų kalbinių veikų – rašytinės ir sakytinės kalbos – išskyrė trečią terpę/ mediją („third medium“) – internetinę kalbą, kurią vadina „Netspeak“ – *tinklakalbe*. (2001). Jo nuomone, ši naujoji medija turi labai daug bendro su grafiti (2001, p.48). Crystalas taip pat prognozuoja internetinės lingvistikos („Internet linguistics“), kaip atskiros lingvistikos šakos, atsiradimą (2001, p.9).

Tačiau terminas „netspeak“ pradėtas vartoti žymiai anksčiau – praeito šimtmečio devintajame dešimtmetyje kartu su interneto medijos atsiradimu ir plėtra. „Netspeak“ buvo apibūdinamas kaip unikalus „žargonas“, „dialektas“ ar net „kalba“. Pradžioje „netspeak“ buvo įvardijama tik vidinė interneto vartotojų susirašinėjimo kalba. Vėliau, plečiantis internetui ir aktyvių vartotojų būriui, šis terminas imtas vartoti akronimų, trumpinių, emocijas reiškiančių grafinių ženklų ir fonetinės rašybos atvejų įvardijimui. Visi šie kalbiniai pakitimai buvo suvokiami kaip elektroninio bendravimo padariniai, atsiradę dėl noro kuo greičiau ir glausčiau perteikti mintį.

Jonssonas (1997) teigia, kad „netspeak“ nėra toks visuotinai priimtinas terminas kaip elektroninis diskursas („electronic discourse“), ar bendravimas per kompiuterį („computer-mediated communication“).

Be šių terminų, Crystalas pateikia ir begalę kitų internetinę kalbą apibūdinančių terminų: „Netlish“, „Weblish“ – žodžio web/ net (tinklas) ir „English“ galūnės junginys, „Electronic language“, „Interactive written discourse“, „Ciberspeak“, „Webspeak“ (Crystal, 2006, p.19). Prie jų galima dar pridėti „Short messaging“, „Short mail“,

„SMSing“, „person-to-person messaging“, „mobile messaging“, „wireless messaging“, „text messaging“, „texting“, „txtng“ (Crystal, 2008).

Kai kuriuos iš čia išvardintų terminų galima būtų bandyti versti į lietuvių kalbą, tačiau didžioji jų dalis yra neišverčiami naujadarai, svetimi lietuviškai žodžių darybos tradicijai. Anglų kalba turi dar nuo Orwello laikų susiklosčiusią tradiciją kalbos atmainas lengvai įvardinti tam tikrais naujadarais, kaip „naujalkabė“ (newspeak) – „senkalbė“ (old-speak) romane 1984-iejį, vėliau atsiradę terminai „double-speak“, „seaspeak“ ir žiniasklaidos atstovų sukurti naujadarai „royalspeak“, „blairspeak“ (Crystal, 2006, p.19) (plg., kitokiai naujadarų darybinei tradicijai – anglų/ rusų – priklausančių „nadsat“ terminą žinomo poligloto Anthony Burgess'o romane „A Clockwork Orange“ (1986), kuriuo nusakyta personažų naujalkabė). Sekant šia tradicija, „netspeak“ esmę lietuvių kalboje geriausiai nusakytų terminas *tinklakalbė*.

Paradoksalu, bet Orwello (2007, p.256) pranašystės apie naujalkabę, kuri galutinai pakeis senkalbę (norminę anglų kalbą) apie 2050 metus, iš dalies pildosi. Bent jau kalbos ekonomijos principas šiame romane tiksliai nusakytas kaip vienas iš pagrindinių naujalkabės bruožų.

„Naujalkabės žodynas buvo nedidelis, be to, nuolat išradinėta būdų kaip jį toliau mažinti. Naujalkabė kaip tik tuo ir skyrėsi nuo daugelio kitų kalbų, kad jos žodynas, užuot plėtėsis, kasmet mažėjo. Ir kiekvienas sumažėjimas buvo laikomas laimėjimu, nes kuo mažesnis pasirinkimas, tuo mažesnė pagunda imti galvoti“ (Orwell, 2007, p.261).

Nesinorėtų ieškoti pernelyg daug panašumų tarp Orwell naujalkabės ir nūdienos medialektų, nes visų pirma sąlygas elektroninei kalbos atmainai atsirasti lėmė technologijų plėtra. Be abejonės, anglų kalba yra imli technologinėms naujovėms, todėl, be minėtų Orwello naujalkabės eksperimentų, galima sukurti ne tik išstisus leksinius darinius, bet „žaisti su kalba“, kaip šį veiksmažodį įvardija Crystalas (1996; 2008; 2011), visuose kituose lygmenyse – fonetikos ir fonologijos, morfologijos ir sintaksės, diskurso, semantikos ir pragmatikos. Davidas Crystalas knygoje „Txtng The Gr8 Db8“ (2008) žodžių trumpinimą, formų keitimą, naujų žodžių kūrimą, fonetinį rašymą vadina „kalbos žaidimu“ (anlg. *language play*). Šį reiškinį jis vadina natūralia bei neišvengiama bendravimo dalimi. Jis teigia, kad kalbos žaidimą žmonės pradeda dar vaikystėje, mokydamiesi kalbėti. Todėl galima teigti, jog kalbos keitimas virtualioje erdvėje yra visiškai natūralus dalykas, kuris taip pat palengvina bendravimą. Šią mintį plėtoja ir Sofferis (2012).

Elektroninė kalbos atmaina skiriasi nuo norminės anglų kalbos tuo, kad leksiniai vienetai modifikuojami taikant kalbos ekonomijos principą. Kalbos ekonomijos principas veikia visus kalbos lygmenis: fonetinį, morfologinį, leksinį ir sintaksinį. Jis yra svarbus principas naujiems terminams sudaryti. Vargu ar prigis kelių žodžių darinys įvardinti reiškiniui, kuris kitoje kalboje pavadintas vienu trumpu žodžiu. Dėl šios priežasties ir atsiranda kalboje svetimybės, neteiktini skolininiai: (plg., *čatas – pokalbis pokalbių svetainėje, imeilas – elektroninis paštas*). Kita vertus, dažnai ivairios žodžių santraukos greitai paplinta kaip mados dalykas, ypač tarp jaunų žmonių (Cingel, Sundar, 2012).

Lauren Squires (2010), atlikusi išsamią elektroninės kalbos studiją vėliau, nei tai darė Crystalas, teigia, kad daugelyje kontekstų, žiūrint iš dabartinės perspektyvos, matome, kad yra nusistovėjęsi dviejų terminų „netspeak“ ir „chatspeak“ vartoseną.

Pagal vartojimo dažnį matome, kad terminas „netspeak“ aptinkamas šiek tiek dažniau nei „chatspeak“ (Google paieška <http://google.com> įvedus žodį „netspeak“ rodo apie 402.000 paieškos rezultatų, o įvedus „chatspeak“ atitinkamai apie 381.000 rezultatų (2012 m. rugpjūčio 21 d.). Palyginimui, 2009 liepos 19 d. duomenis, „netspeak“ buvo rasta apie 137,000 ir „chatspeak“ 107,000 įrašų.

Antrajame knygos „Language and the Internet“ papildytame leidime apibendrinamas daugelio autorių bandymus apibrėžti elektroninę kalbą, Crystalas apibūdina ją kaip „naują mediją, kuri jungia sakytinės, rašytinės kalbos ir elektroninės terpės bruožus“ (Crystal, 2006, p.52).

Crystalas (2006, p.20) apibrėžia „netspeak“/ *tinklakalbę* kaip kalbos tipą/ rūšį, pasižyminčią unikaliomis internetui būdingomis savybėmis, nulemtomis interneto aplinkos – elektroninės, globalios ir interaktyvios medijos. Medija lemia kalbines transformacijas. Charakteringos *tinklakalbės* savybės priklauso tik internetinei aplinkai. Tai žaismingas žargonas, neverbalinės kalbos naudojimas, įvairios santrumpos – daiktavardžių ir išstisų frazių akronimai, ortografiniai raidžių praleidimai, atskirų raidžių rebusai, raidžių keitimas skaičiais ar simboliais, neįprasta didžiųjų raidžių vartoseną, minimalus skyrybos ženklų naudojimas ir nestandartinė rašyba (Crystal, 2006, pp.86–98). Šios savybės atsirado dėl internetinės aplinkos laiko ir erdvės ypatumų, elektroninį raštą priartinančių prie šnekamosios kalbos. Svarbiausia šioje situacijoje vis dėlto yra tyrinėtojų akcentuojama „čia ir dabar“ laiko patirtis, lemianti komunikacijos spontaniškumą bei sukurianti „tarsi šnekamosios“ kalbėsenos iliuziją (Landow, 2006).

Kalbą internete veikia ne vien elektroninė terpė. Kaip ir bet kuri kita kalbos rūšis, internetinė kalba skiriasi pagal tai, kokiam žanrui ji priklauso arba kokioje situacijoje yra vartojama. Todėl skirtinga kalba aptinkama pokalbių svetainėse, el. pašto aplinkoje, rašant momentines žinutes, bloguose, tinklalapiuose, trumposiose žinutėse, atmintukėse (Johnova, 2004; Squires, 2010). Kiekviena šių technologijų turi savus komunikacinius ypatumus, todėl galima kalbėti apie interneto kalbos „dialektus“, nulemtus konkrečių elektroninio turinio keitimosi technologijų. *Tinklakalbė* ir jos „dialektai“ yra technologijų padarinys.

Termino „chatspeak“ vartoseną pasklido vėliau, išpopuliarėjęs sinchroninio bendravimo aplinkoms pokalbių svetainėse. Pirmiausia tai užfiksuota 1998 m., kai „Dallas Morning News“ straipsnyje pasirodė žinutė, kad „chat is more real than RL — Real Life in chat-speak“. Nors „chatspeak“ pirmiausia paplito pokalbių svetainėse, vėliau ši kalbos atmaina tapo populiari momentiniuose pranešimuose.

Taigi skirtumas tarp šių terminų yra tas, kad „netspeak“ siejamas su naujų kalbinių savybių atsiradimu, o „chatspeak“ su kalbinėmis aplinkomis arba kalbiniais kontekstais, kuriuose ši kalbos atmaina funkcionuoja.

Markéta Johnova (2004) straipsnyje „The Language of Chat“ išskiria septynis momentinio bendravimo („Instant Messaging“) programomis bruožus. Tai gausus slapyvardžių vartojimas (dar kitaip vadinamų „nikais“), pasitaikantys kreipinių ir pasisveikinimo/ atsisveikinimo ypatumai, kalbėjimas pakaitomis, glaustos frazės, akronimai, grafiniai veiksmai ir emocijas reiškiantys ženklai, keiksmožodžiai ir žargoninė leksika.

„Netspeak“ terminas atsirado ankščiau, bet vėliau tapo vartojamas sinonimiškai su išpopuliarėjusiu „chatspeak“ terminu. „Netspeak“ apibūdinamos naujos, nestandartinės elektroninės kalbos ypatybės, o „chatspeak“ siejamas su kalbiniais kontekstais, kuriuose ši kalbos atmaina funkcionuoja.

Vėlesnis reiškinys, apibūdinamas sąvoka „texting“/ *žinutinimas* (Miliūnaitės sąvoka) atsirado jau XX amžiaus pabaigoje. Nors sukurtas tik techninėms mobiliojo ryšio reikmėms, jis paplito kaip savitas komunikacijos stilius, pilnas santrumpų ir netaisyklingų kalbos vartojimo formų. Jis žaibiškai įtraukė jaunąją kartą, kuri nekreipia dėmesio į norminės kalbos standartus. Iš kitos pusės, atsirado daug sunerimusių balsų, teigiančių, kad ši kalbos atmaina neišvengiamai veikia visuomenės raštingumą ir žlugdo kalbą.

Bet Crystalas (2008), priešingai nei daugelis kritikų, teigia, jog nereikia baimintis, kad *žinutinimas* žudo kalbą. Atvirkščiai, galime teigti, kad *žinutinimas* atveria naujas kalbos vartosenos erdves, o tai nėra blogas dalykas. Kartu su *žinutinimo* era pasipylė daugybė naujų terminų, bandančių šią kalbos rūšį apibūdinti. Vaizdumo dėlei pateikiu šiuos terminus originalo kalba: ši kalbos atmaina įvardijama – „textese“, „slanguage“, „a new hi-tech lingo“, „a hybrid shorthand“, „a digital virus“. Kartais ši kalbos atmaina įvardijama net kaip „užsienio/ svetimšalių/ keistuolių“ kalba ir ją vartojantys asmenys vadinami „dvikalbiais“ arba, anot Miliūnaitės, „dviraščiais“.

Lietuviškos terminijos problema

Kaip matyti iš atliktos apžvalgos, naujųjų medijų kalbos ir ypač elektroninės kalbos apibrėžtys dar nėra nusistovėjusios. Anglų kalba, imli visų rūšių naujadarams, siūlo begales įvairių terminų šiems reiškiniams įvardinti. Elektroninė kalbos forma ir įvairios elektroninio bendravimo kalbos atmainos, vadinamieji „medialektai“, lietuvių kalbininkų nėra pakankamai ištirti ir terminija nėra nusistovėjusi. R. Miliūnaitė, tyrinėjanti dabartinės lietuvių kalbos vartosenos variantus (2009), pastebi, kad viešojo laisvoji vartosenos daugiausia funkcionuoja sakytiniu pavidalu, o internetas atvėrė kelią viešajai laisvajai (t. y. niekieno nekontroliuojamai – tinklaraščių, diskusijų, interneto komentarų) rašytinei vartosenai. Šitokiais kiekiais niekada gyvenime dar nesame rašę žinučių, laiškų, komentarų, tinklaraščių. Elektroninėje terpėje gyvuoja, pasak autorės, „žargonizuota elektroninė kalba“. „Elektroninis žargonas“ yra aiškiai susijęs su apibrėžta socialine grupe – jaunimu, net vaikais, vos pažinusiais raides ir pramokusiais maigyti klaviatūrą, be perstojo pilančiais telefono žinutes ar plepančiais internete (Miliūnaitė, 2010).

„Elektroninis žargonas“, apibūdinamas kaip supaprastintas kalbos užrašymo būdas, dabar virtęs mada, kurią lemia

poreikis kuo greičiau raštu perteikti informaciją, kiek įmanoma vejančią realaus kalbėjimo greitį. Jis paplitęs visame elektroninio bendravimo pasaulyje. Tik kiekviena kalba ši žargoną savotiškai prisitaiko. Lietuvių elektroniniame žargone žodžiai trumpinami kartais paliekant tik priebalses, o sutartinai vartojami dažnesni žodžiai įgauna netradicinį, bet ilgainiui daugeliui tokių rašytojų lengvai atpažįtamą pavidalą: *nzn* „nežinau“, *db* „dabar“, *lb* „labai“, *kdl* „kodėl“. Kai kurių žodžių rašyba keičiama kitokiu būdu – ir artinama prie tarimo, ir paįmantrajama: *gereu*, *kejstas*, *wisi*, *texts*. Jausmai reiškiami įvairiausiais jausmaženkliais (šypsėnėlėmis ir pan.). Ir, žinoma, viskas atmiešta anglybėmis (*sorry*, *nice*, *respect*, *OK...*), gerokai rečiau rusybėmis (*mldc*).

Nors Miliūnaitė pateikia daug naujadarų elektroninei kalbai įvardinti (*žargonizuota elektroninė kalba*, *elektroninis žargonas*, *žinutinimas*, *medialektai*, *dviraštystė*), kiti lietuvių autoriai, analizuojantys elektroninę kalbą, daugiausia ją vadina vienu terminu – *elektroninis diskursas*. Ši tradicija, galimai, susiklostė sekant Astos Ryklienės (2000) tyrimais ir skelbtais darbais. Ryklienė *elektroninį diskursą* apibūdino, kaip „sakytinės ir rašytinės kalbos hibridą“ (Ryglienė, 2000). Bet Miliūnaitė (2008) teigia, kad *elektroniniu diskursu* paranku vadinti ne elektroninės terpės tekstų visumą, o tik tuos tekstus, kurie atlieka tiesioginio (interaktyvaus) bendravimo funkciją. Tad elektroninis diskursas (internetu svetainių pokalbiai, diskusijos, komentarai ir pan.) laikomas savotiška priešprieša tinklaraščių įrašų tekstams.

Todėl manyčiau, kad elektroninės terpės tekstų visumai įvardinti tiktų vartoti *tinklakalbės* terminą.

K. Župerka (2001), A. Leonavičienė (2006) vartoja terminą *šnekiškumas*, kuris nėra visuotinai prigijęs, bet kuris galėtų būti taikomas ir elektroninės kalbos esmės nusakymui. G. Čepaitienė ir K. Župerka (2008) elektroninį diskursą siūlo analizuoti kaip *funkcinio stiliaus variantą*. G. Rumšienė (2004) elektroninį diskursą įvardija kaip *tradicinės kalbos kodo supaprastinimą*, tačiau taip pat ir kitokį, naujovišką kalbos pateikimą.

Apibendrinant būtų galima teigti, kad lietuviškoje tradicijoje didelis kalbininkų dėmesys skiriamas elektroninės kalbos atmainai – *tinklakalbei* ir jos poveikiui norminei lietuvių kalbai, bet nėra analizuojama naujųjų medijų kalba kaip visuma, kurią be lingvistinio/ tekstinio sluoksnio sudaro dar keli labai svarbūs sluoksniai – grafiniai ženklai, skirti reikšti įvairioms emocijoms ir būsenoms, vaizdai, nuotraukos, filmuota medžiaga, garsai, muzika, hipertekstas. Visos šios priemonės tarnauja vienam tikslui – turinio raiškiai.

Turinio raiškos priemonių elektroninėje erdvėje pasirinkimo tendencijos

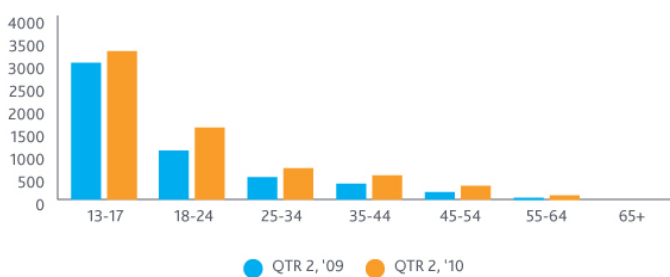
Amerikoje „Nielsen“ kompanijos atlikti tyrimai rodo, kad jaunoji internetinių imigrantų karta (13–17 metų paaugliai) vis rečiau vartoja balso skambučius. Vietoj to jie rašo teksto žinutes, t. y. *tekstinal žinutina* ir vis daugiau bendrauja dalindamiesi daugialypės terpės nuorodomis (Cingel, Sundar, 2012). Susidaro įspūdis, kad amerikiečiai paaugliai visą laiką rašo tekstines žinutes. Vidutiniškai per mėnesį

išsiunčiama ir gaunama 3 339 žinučių. Tai yra maždaug 6 žinutės per valandą, išskyrus laiką kai yra miegama. „Nielsen“ kompanija (žr. 2 pav.) antrąjį 2010 metų ketvirtį ištyrė 60 000 mobiliųjų telefonų vartotojų mėnesines sąskaitas ir apklausus 3 000 paauglių, nustatė, kad daugiausia tekstinių žinučių siunčia paaugliai (13–17 m.), ypač merginos, kurios per mėnesį vidutiniškai parašo ir gauna 4 050 SMS. Paaugliai vaikinai atitinkamai išsiunčia ir gauna 2 539 SMS per mėnesį. Vyresnėje amžiaus grupėje (18–24 m.) išsiunčiamų ir gaunamų žinučių skaičius per mėnesį siekia 1 630 („The Nielsen Company“, 2010).

Palyginimui, Lietuvoje planas LAISVAI mėnesiui siūlo 2000 SMS į visus Lietuvos tinklus, o vartotojai skundžiasi, kad „reikia daugiau SMS per mėnesį, nes 1000 vos ne per savaitę išrašau“ (komentarai iš el. portalo LABAS).

Text usage by Age

Q2 '09 - Q2 '10, Customer Value Metrics, National



Source: The Nielsen Company

2 pav. Tekstinių žinučių siuntimo apimtys pagal amžiaus grupes (2009–2010 metų duomenų palyginimas).

Linus Mitaitis (2012) straipsnyje „Internetinių žinučių karas prasideda“ pažymi, kad „šiuo metu pasiekėme SMS žinučių viršūnę, tad jau kitais metais išsiunčiamų SMS kiekis mažės – dėl atsiradusių alternatyvų. Apie paauglių tendenciją bendrauti trumposiomis žinutėmis pažymi ir portalas „Informacinių technologijų naujienos“, kuris, beje, pažymi, kad Amerikoje bendraujama atsižvelgiant į etninius rodiklius: afroamerikiečiai bei ispanai yra labiau linkę bendrauti trumposiomis žinutėmis. Taip pat kalbėtis gyvai nėra linkę asmenys, nebaigę vidurinės mokyklos, bei tie, kurių metinės šeimos pajamos nesiekia 30 000 dolerių.

Kaip parodė Vilniaus universiteto Medicinos fakulteto Visuomenės sveikatos instituto mokslininkų tyrimas, apie 46 proc. mokinių telefonus naudoja trumposiomis žinutėmis siųsti, o 26 proc. – pokalbiams ir trumposiomis žinutėmis. Merginų, nurodžiusių trumpųjų žinučių funkciją, buvo daugiau (52,73 proc.) nei vaikinų (39,63 proc.). Merginos per parą išsiunčia daugiau trumpųjų žinučių nei vaikinai (atitinkamai 46,45 proc. ir 28,99 proc.). Mobilioju telefonu muziką ir radiją klausančių vaikinų yra daugiau (10,11 proc.) nei merginų (4,64 proc.). Net 42,47 proc. respondentų (26,78 proc. merginų ir 15,69 proc. vaikinų) mobilioju telefonu naudojasi, kai pasijaučia vieniši ir nesantys tarp draugų (el. portalas: „Mano dienas“, 2012).

Trumpa pokalbių mobilioju telefonu (iki 10 min.) trukmė per parą būdingesnė vaikinams (54,79 proc.) nei merginoms (35,79 proc.). Tačiau pokalbių nuo 20 iki 40 min.

trukmė per parą buvo labiau populiarūs tarp merginų (21,86 proc.) nei tarp vaikinų (11,44 proc.). Kalbančiųjų daugiau nei 40 min. per parą taip pat buvo daugiau merginų (16,94 proc.) nei vaikinų (7,71 proc.). Paaugliai mažiau šneka telefonu – 515 minutės per mėnesį, o 18–24 metų jaunuoliai vidutiniškai prašneka 750 minučių per mėnesį. Tai gali būti susiję su vaikinų ir merginų būdo bruožų ypatumais. „Naujausi tyrimai rodo, kad moterys kasdienėje aplinkoje vartoja daugiau žodžių, tačiau teigti, kad moterys kalbesnės nei vyrai, nėra mokslinio pagrindo“, – Higienos instituto leidinyje „Visuomenės sveikata“ teigia tyrimo apžvalgos autoriai Vitalijus Gurskas, Genė Šurkienė, Andrius Kavaliūnas ir Rita Sketerskienė (el. portalas: „Mano dienas“, 2012).

Kita labai populiarūs bendravimo elektroninėje erdvėje (naujųjų medijų kalbos) dalis yra dalinimasis vaizdo medžiaga. Amerikoje „Nielsen“ kompanijos atlikti tyrimai rodo, kad 12–17 metų paaugliai yra didžiausia populiacijos dalis, žiūrinti vaizdo klipus mobilioju įrenginiu. 2010 m. ketvirto ketvirčio duomenimis, ši grupė tam skiria 7 val. 13 min. per mėnesį. Palyginus su bendra vidutine trukme (4 val. 20 min.), tenkančia visai populiacijai, matome, kad šis skaičius žymiai skiriasi („Nielsenwire“, 2011). Imlumas vaizdo pranešimams galimai lemia ir tai, kad paaugliai labiau reaguoja ir į reklamas mobiliojose telefonuose. Net 58 proc. apklaustųjų pripažino, kad jie visada arba kartais gaunamas reklamas žiūri.

Dabartinė 12–17 jaunuolių karta užaugo socialinių medijų tinklų suklestėjimo amžiuje, ir tai aiškiai matosi iš tyrimų duomenų. Nors ši grupė sudaro tik 7,4 proc. visos socialinių tinklų vartotojų populiacijos JAV, bet net 78,7 proc. šios grupės paauglių yra juose prisiregistravę ir jais naudojami.

Kita naujųjų medijų įsivyravimo pasekmė yra ta, kad paaugliai mažiausiai laiko praleidžia žiūrėdami televizorių. Amerikiečiai televizoriaus žiūrėjimui skiria vidutiniškai 34 val. 39 min. per savaitę, o JAV paaugliai – 23 val. 41 min. Išaugęs mobiliųjų įrenginių populiarumas lemia ir tai, kad paaugliai mažiau laiko skiria kompiuteriams. 18-mečiai vidutiniškai per mėnesį praleido 39 val. 50 min. prie kompiuterio namuose, iš kurių 5 val. 26 min. yra skiriamos vaizdo medžiagos peržiūrai.

Nauja tendencija, kurią išskiria „Nielsen“ kompanija („Nielsenwire“, 2011), yra vis didėjančios duomenų parsiuntimo ir vartojimo apimtys. Net 94 proc. paauglių save priskiria prie įgudusių duomenų vartotojų, kurie savo mobiliuosiais telefonais ir kitais mobiliais įrenginiais siunčia ne tik tekstinius pranešimus, bet naudojami internetu, daugialype terpe, žaidžia žaidimus, ir parsisiunčia begalę kitų duomenų. Tiesa, ši grupė dar nepasiekė duomenų parsiuntimo apimčių, kuriose lyderiauja vyresnė jaunimo grupė, bet per mažiau nei metus parsisiunčiamų duomenų kiekis išaugo keturgubai, nuo 14 MB iki 62 MB. Pagal lytį, lyderiauja vaikinai, kurių parsisiunčiamų duomenų kiekis išaugo nuo 17 MB iki 75 MB, o merginų nuo 11 MB iki 53 MB („Nielsenwire“, 2011). Paaugliai ne tik parsisiunčia daugiau duomenų, bet ir pasižymi platesniu siunčiamų programų pasirinkimu. Populiariausios siunčiamos programos „Facebook“, „Pandora“ ir „YouTube“. Taip pat siunčiami žaidimai, muzikiniai signalai, ir kt. duomenys.

Analogiškų tyrimų Lietuvoje nėra daug, todėl tikslių duomenų palyginimui nėra, bet galima būtų numanyti, kad panašūs naujųjų medijų vartosenos modeliai yra būdingi ir Lietuvos paaugliams.

Elektroninės ir norminės kalbos funkcionavimo kontekstai

Kaip jau buvo minėta, tinklo gyventojai („netizens“ pagal Crystalą (2001)) vien pagal „Facebook“ socialinio tinklo paplitimo ribų statistiką, bendrauja 75 kalbomis, todėl, galime spėti, kad kiekviena norminė kalba turi savitą elektroninės kalbos atmainą, tačiau norint būti globaliu piliečiu, gyvenančiu „globaliame kaime“ dažnai tenka bendrauti anglų kalbos pagrindu sukurtais elektroninės komunikacijos „dialektais“. Sunku įvertinti kiek, koku mastu internetinė medija veikia kiekvienos šalies kalbą, bet daugelyje kalbų, kaip rodo Davido Crystalo pateiktas grafinių santrumpų žodynėlis vienuolikoje kalbų (Crystal, 2008), elektroninės kalbos atmainos vystymosi tendencijos yra panašios.

Kaip rodo tyrimai, kardinalių skirtumų tiek lietuviškasis, tiek ir kitų kalbų elektroninės kalbos variantas dar neišsiugdė. Skirtumai tarp kalbų greičiausiai kyla dėl pačių kalbų specifikos. Pvz., ne visos kalbos gali perimti taip populiarių skaitmenų įterpimą anglų kalboje, lietuvių ir čekų kalboms būdingas specifinio kalbos raidyno ignoravimas (rašoma be diakritinių ženklų), dažnai pasitaiko kalbai nebūdingų raidžių įterpimas, ypač bendraujant trumposiomis žinutėmis (pvz.: *labux, swx*), vartojami angliški žodžiai ir jų trumpiniai (pvz. *thx – ačiū*), naudojami grafiniai ženklai ir paveikslėliai, skirti išreikšti emocijoms.

Bet, kaip jau buvo minėta anksčiau, analizuojant „netspeak“ ir „chatspeak“ terminų skirtumus, elektroninė kalbos atmaina visų pirma yra glaudžiai sietina su kalbine aplinka arba kalbiniais kontekstais, kuriuose ši kalbos atmaina funkcionuoja. Problemiškiausia, matyt, būtų tai, kad paaugliai, kurių kalbinė kompetencija dar tik yra ugdoma dažnai maišo kalbinius kontekstus, arba jiems tie kalbiniai kontekstai pinasi ir todėl vis daugiau mokytojų skundžiasi paauglių „neraštingumu“. Kita vertus, skaitmeninis paauglių raštingumas yra žymiai didesnis nei vyresniosios kartos, kuri prie naujų technologijų siūlomų bendravimo aplinkų dar tik pratinasi. Atitinkamai skiriasi ir kalbiniai įgūdžiai bei gebėjimas atskirti kalbines aplinkas. Todėl norėtusi tik tikėtis, kad subrendusi jaunoji karta gebės skirti kalbinius kontekstus ir neturės sunkumų persijungti iš vienos kalbinės aplinkos į kitą.

„Globalaus kaimo“ gyventojų portretas

Atlikus apžvalgą, galima būtų bandyti išskirti, kas yra tie aktyviausi naujųjų medijų kalbos kūrėjai ir vartotojai? Koks būtų šios grupės portretas?

Aktyviausi naujųjų mobiliųjų įrenginių vartotojai, drauge ir naujosios el. medijos kūrėjai bei vartotojai yra paaugliai bei jaunimas. Vieni juos įvardija „My Space karta“ (MySpace generation) (Squires, 2010), kiti neraštingais paaugliais (Miliūnaitė, 2010), kurie tiesiog „žaidžia“ (Crystal, 2011) su kalba.

Šiame žaidime aktyvesnės yra mergaitės ir merginos. Taigi jos dominuoja šiame kūrybiniame žaidimo su kalba procese. Kadangi paaugliai sudaro dar tik besiformuojantį visuomenės segmentą, tai ir nėra ko tikėtis, jog ši grupė turėtų pakankamai patirties arba būtų įgijusi kokią specialų išsilavinimą bei turėtų teorinį pasirengimą, leidžiantį sistemškai kurti arba sąmoningai veikti naujos kalbinės atmainos kūrimo procesą. Tai iš tikrųjų labiau primena žaidimą, nes pasikeitus aplinkai/ kontekstui, dalis paauglių geba persijungti iš elektroninės kalbinės aplinkos į norminę, o kita dalis to gebėjimo dar neturi iki galo išsiugdę. Taigi dalis jaunosios kartos sėkmingai funkcionuoja *dvikalbėje* aplinkoje, o dalis dar tik mokosi, pasak Miliūnaitės (2010), reguliuoti savo „dvirašystę“: suvokti, kur kokia rašymo atmaina tinka.

Išvados

Išanalizavus naujųjų medijų kalbos ypatumus bei elektroninės kalbos aplinkas ir kontekstus, buvo pastebėta, kad el. medijų kalboje pamažu slopsta bendravimo vien tik tekstu populiarumas. Vis dažniau tiek momentinio susirašinėjimo pokalbiuose, tiek diskusijose („Facebook“ sienoje) ar būsenų atnaujinimuose („Facebook“ ir „Skype“) vartotojai dalinasi hiperteksto, vaizdo, muzikos įrašų nuorodomis, vis dažniau komentarą atstoja grafiniai elementai. Tiek anglų, tiek lietuvių kalbose dažnai mintis perteikiama ne tekstu, o grafiniais ženklais — veidelius ar veiksmus imituojančiomis piktogramomis. Hipertekstu perduodama tekstą papildanti neverbalinė informacija. Tokiu būdu tiesiog siekiama pagyvinti bendravimą, išreikšti požiūrį, reakciją, išlaikyti pašnekovo dėmesį. Dažnai pokalbis gali prasidėti arba pasibaigti vien pasikeičiant animuotais grafiniais elementais.

Plečiasi naujųjų medijų kalbos vartosenos sritys. Ši kalbos atmaina vis labiau populiarėja mobiliuosiuose įrenginiuose, kurie kartais keičia bendravimą per kompiuterį. Paaugliai, bendraudami tarpusavyje daugiausia *žinutina*, bet taipogi dažnai dalinasi hipertekstinėmis nuorodomis, vaizdo klipais, visa kita internete sukaupta informacija.

Apibendrinant elektroninės kalbos atmainos – *tinklakalbės* pagrindinius bruožus, galima teigti, kad pirmiausia reikėtų akcentuoti kalbos ekonomijos principą. *Tekstinimas/ žinutininimas/ bendravimas internetinėje erdvėje* vyksta trumpomis frazėmis, trumpais vientisiniais sakiniais ar jų fragmentais. Žodžiai trumpinami, kartais paliekant tik priebalses, kai kurių žodžių rašyba artinama prie tarimo. Jausmai reiškiami grafiniais ženklais. Žargoninėje leksikoje vyrauja anglybės ir kiek rečiau rusybės.

Paaugliai, augantys ir bręstantys socialinių tinklų aplinkoje puikiai išmano įvairių programų teikiamas galimybes ir jomis naudojasi. Drauge jie labai aktyviai kuria ir vartoja naująją el. mediją – elektroninę kalbos atmainą, kitaip tariant *tinklakalbę*. Elektroninė kalba neatsiejama nuo norminės kalbos ir šioje *dvikalbystės* sistemoje labai svarbu atskirti aplinkas, kuriose priimtina viena ar kita kalbos vartoseną. Be abejo, abi šios kalbinės aplinkos yra glaudžiai susijusios ir labai stipriai viena kitą veikia. Be to, nepaprastai didelė ir kitų užsienio kalbų įtaka tiek vienai tiek kitai kalbinei aplinkai. Taigi didžiąja dalimi naujųjų medijų kalbos specifiką lemia kontekstas. Gyvendami besiformuojančioje tinklaveikos visuomenėje, negalime

ignoruoti ir kalbinių transformacijų. Turime stebėti, analizuoti ir vertinti šios naujos el. medijos formavimąsi, vartosenos paplitimą ir aplinkas, padėti jaunajai *dvikalbei* kartai susišnekėti su nemenka *vienakalbe* visuomenės dalimi.

Literatūra

1. An Interview with Tiffani Jones Brown, 2011. Prieiga per internetą: <http://contentmagazine.com/articles/an-interview-with-tiffani-jones-brown> [žiūrėta 2012-09-16].
2. Barthes, R., 1975. *S/Z*. London: Hill and Wang.
3. Burgess, A. 1986. *A Clockwork Orange*. New York: Norton & Company Ltd.
4. Cingel, D. P.; Sundar, S. S., 2012. Texting, Techspeak and Tweens: The Relationship Between Text Messaging and English Grammar Skills New Media Society published online 11 May 2012. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444812442927>
5. Crystal, D., 1996. Language Play and Linguistic Intervention. Prieiga per internetą: http://www.davidcrystal.com/DC_articles/Clinical5.pdf [žiūrėta 2012-08-10].
6. Crystal, D., 2001. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781139164771>
7. Crystal, D., 2006. *Language and the Internet*, 2nd edition, Cambridge: Cambridge University Press. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511487002>
8. Crystal, D., 2008. *Txtng. The Gr8 Db8*, Oxford: Oxford University Press.
9. Crystal, D., 2011. *A Little Book of Language*. New Haven/ London: Yale University Press.
10. Čepaitienė, G., Župerka, K., 2008. *Lietuvių kalba*. Kaunas: Šviesa.
11. Dagienė, V.; Grigas, G.; Jevsikova, T., 2009. Enciklopedinis kompiuterijos žodynas. Vilnius: Matematikos ir informatikos institutas. Prieiga per internetą: <http://www.likit.lt/term/enciklo.html> [žiūrėta 2012-08-15].
12. Isaacson, W., 2012. *Steve Jobs*. Oficiali biografija. Kaunas: Obuolys.
13. Greene, R. L., 2012. *Patinka? The Economist, Intelligent Life*. Nr. 2 (12), Vilnius: Intelligent Media, pp.76–81.
14. Januškevičiūtė, J., 2004. Adaptuojant naujas technologijas. Literatūra ir menas. Prieiga per internetą: http://www.culture.lt/imenas/?leid_id=3024&kas=straipsnis&st_id=5743 [žiūrėta 2012-08-15].
15. Johnova, M., 2004. *The Language of Chat*. Prieiga per internetą: <http://philologica.net/studia/2004011300003.htm> [žiūrėta 2012-08-10].
16. Jonsson, E., 1997. *Electronic Discourse on Speech and Writing*. Prieiga per internetą: <http://www.ludd.luth.se/~jonsson/D-essay/index.html> [žiūrėta 2012-08-17].
17. Kalvaitienė, D.; Kalvaitis, A., 2011. Lietuvos gyventojų kelias į skaitmeninę raštingumą: pamokos bibliotekininkams. *Šiandien aktu*, nr. 45, Vilnius: Nacionalinės Martyno Mažvydo bibliotekos Leidybos skyrius.
18. Kirkpatrick, D., 2011. *Facebook efektas*. *Steve Jobs*. Oficiali biografija, Kaunas: Obuolys.
19. Kress, G. R. and Van Leeuwen, T., 2006. *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd edn). London/ New York: Routledge.
20. Landow, G. P., 2006. *Hypertext 3.0: Critical Theory and New Media in an Era of Globalization*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
21. Leonavičienė, A., 2006. Tiesioginė šnekamojo stiliaus kalba – spaudos tekstų konversacionalumo požymis. Prieiga per internetą: http://vddb.library.lt/fedora/get/LT-eLABa-0001:J.04-2006-ISSN_1392-561X.N_11.PG_48-56/DS.002.0.01.ARTIC [žiūrėta 2012-08-18].
22. Manovich, L., 2009. *Naujųjų medijų kalba*. Vilnius: Mene.
23. McLuhan, M., 2003. *Kaip suprasti medijas: žmogaus tęsiniai*. Vilnius: Baltos lankos.
24. Miliūnaitė, R., 2008. Tinklaraščių kalbos vieta dabartinės lietuvių kalbos vartosenos schemeje. Prieiga per internetą: <http://www.lietuviukalba.lt/index.php?id=98&print=1> [žiūrėta 2012-09-10].
25. Miliūnaitė, R., 2009. Dabartinės lietuvių kalbos vartosenos variantai. Vilnius: Lietuvių kalbos institutas, p.248.
26. Miliūnaitė, R., 2010. Kokie būsim mes patys, tokia bus ir lietuvių kalba (I-II). Prieiga per internetą: <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2010-06-09-rita-miliunaite-kokie-busim-mes-patys-tokia-bus-ir-lietuviu-kalba-i/46031> [žiūrėta 2012-09-10].
27. Mitaitis, L., 2012. Internetinių žinučių karas prasideda. Prieiga per internetą: <http://www.verslas.in/internetiniu-zinuciu-karas-prasideda> [žiūrėta 2012-09-15].
28. Mitchell, C., 2012. *Doing Visual Research*. London: Sage.
29. Nikolova-Čiurinskienė, S., 2012. *Second Life – gyvenimas tinkle*. Vilnius: Baltos lankos.
30. Ong, W. J., 2007. *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*. London: Taylor & Francis.
31. Orwell, G., 2007. *1984-iejis*. Kaunas: Jotema.
32. Proust, M., 1999. *Apie skaitymą*. *Metai*, nr.8–9, Vilnius: Tekstai, pp.154–171.
33. Rykliienė, A., 2000. Bendravimas internetu: kalbėjimas rašant. *Darbai ir dienos*, nr. 24, Kaunas: VDU leidykla, pp.99–107.
34. Rumsienė, G., 2004. *Development of Internet English: Alternative Lexis, Syntax and Morphology*. *Kalbų studijos/ Studies about Languages*, Nr. 16, Kaunas: Technologija, pp.48–55.
35. Schantz, N., 2008. *Gossip, Letters, Phones. The Scandals of Female Networks in Film and Literature*. Oxford: Oxford University Press.
36. Schröter, J., 2011. *Discourses and Models of Intermediality. Comparative Literature and Culture* 13.3. Prieiga per internetą: <http://docs.lib.purdue.edu/clcweb/vol13/iss3/3/> [žiūrėta 2012-09-15].
37. Squires, L., 2010. *Enregistering Internet Language. Language in Society* 39, Cambridge: Cambridge University Press, pp.457–492. <http://dx.doi.org/10.1017/S0047404510000412>
38. Soffer, O., 2012. *Liquid Language? On the Personalization of Discourse in the Digital Era* New Media Society. London: Sage. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444812439550>
39. Trubek, A., 2012. *We Are All Writers Now. The Economist*. Prieiga per internetą: <http://moreintelligentlife.com/content/anne-trubek/we-are-all-writers-now> [žiūrėta 2012-08-15].
40. Woolsey, K., 2005. *New Media Literacies: A Language Revolution*. New Media Literacies Project. University of Chicago and MIT.
41. Zappavigna, M., 2011. *Ambient Affiliation: A Linguistic Perspective on Twitter*, 2011 13: 788 New Media Society, Sage. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444810385097>
42. Župerka, K., 2001. *Stilistika*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.

Elektroniniai duomenų šaltiniai

1. El. portalas: *Informacinių technologijų naujienos*, 2011. Trečdalis amerikiečių mieliau parašytų žinutę, nei kalbėtusi gyvai. Prieiga per internetą: <http://itnaujienos.lt/go.php/lit/Trečdalis-amerikieciu-mieliau-parasytu-zinute-nei-kalbetusi-gyvai/77> [žiūrėta: 2012-08-18].
2. El. portalas: LABAS akcijos ir tarifai, 2012. Prieiga per internetą: <http://www.labas.lt/akcijos-ir-tarifai/planai> [žiūrėta: 2012-08-18].
3. El. portalas: *Mano diemynas*, 2012. Mobilus telefonas siejamas su Lietuvos mokinių galvos skausmais, nerimu ir dilgčiojimu ausyse. Prieiga per internetą: https://www.manodienynas.lt/go.php/lit/Mobilus_telefonas_siejamas_su_Lietuvos_m/2352012-05-21 [žiūrėta 2012-09-15].
4. *Nielsenwire*, 2011. Kids Today: How the Class of 2011 Engages With Media. Prieiga per internetą: <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/kids-today-how-the-class-of-2011-engages-with-media> [žiūrėta 2012-08-15].
5. *The Nielsen Company*, 2010. U.S. Teen Mobile Report: Calling Yesterday, Texting Today, Using Apps Tomorrow. Prieiga per internetą: http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/u-s-teen-mobile-report-calling-yesterday-texting-today-using-apps-tomorrow [žiūrėta 2012-08-18].

Vilmantė Liubinienė

Elements, Contexts and Users of New Media Language

Summary

Digital technologies have created new contexts for communication. The new digital formats allow the combination of media types and the easy transition between them in everyday tasks. Many think of this as a *Media revolution* and describe the changes in media due to the Internet as *New media* or *Digital*

media. Digital technologies have fundamentally changed the way we think and behave. As the outcome of Digital revolution a New Media Language there was established, and is increasingly gaining its popularity between the *Netizens*. By the New Media Language we mean not only the development of new linguistic features, but the spread of different kind of paralinguistic means such as images, photos, hypertext, video, music, graphical signs to communicate the content. There are many different terms like *digital literacy*, *media literacy* that have been used alongside with New Media Language to describe the emergent phenomena of changing media use. Internet language, also called *netspeak/ chatspeak/ netlish/ weblish/ cyberspeak* as an element of New Media Language has become the part of digital discourse, which is composed simultaneously of elements of writing and speech. It has gained enormous popularity and has established itself alongside with the standard oral and print language forms.

The paper aims at analyzing the elements of New Media Language, discusses digital literacies, formation and usage of *netspeak*, texting, analyses the contexts in which it is being used and created as well as describes the typical users and creators of the Internet language.

The analysis has revealed that texting as the centerpiece of mobile teen behavior is not the only way of communication. Teenagers are the heaviest mobile video viewers, they talk less on the phone, but they turn to their cellphones for messaging, Internet, multimedia, gaming, and other activities like downloads. Teens are not only using more data, but they are also downloading a wider range of applications. The teenagers are the most active creators and users of *netspeak* and texting. They develop digital literacy and are in a way *bilingual* trying to combine both the standard and Internet forms of language for communication.

Straipsnis įteiktas 2012 10
Parengtas spaudai 2012 11

Apie autore

Vilmantė Liubiniėnė, dr., Kauno technologijos universiteto Humanitarinių mokslų fakulteto Užsienio kalbų centro profesorė.

Mokslinės veiklos sritys: sociolingvistika, vertimas ir lokalizacija, kalba ir kultūra, tarpkultūrinė komunikacija, medijų studijos.

Adresas: Kauno technologijos universitetas, Humanitarinių mokslų fakultetas, Užsienio kalbų centras, Gedimino g. 43, 44240 Kaunas

El. paštas: vilmante.liubiniene@ktu.lt