
DISKURZIVNE ZNAČILNOSTI SMS-OV

Članek je posvečen sms-om kot novodobni obliki komunikacije, ki jo po eni strani določajo globalni, tj. tehnični, tehnološki in družbeni vidiki uporabe mobilnih telefonov, po drugi strani pa se v njih izražajo tudi individualne značilnosti vsakega uporabnika. Namen prispevka je s pomočjo rezultatov ankete o jezikovni podobi sms-ov, ki se posveča predvsem razmerju do knjižnega jezika ter uporabi ločil, presledkov in krajšav pri pisanju sms-ov, prikazati, da je jezikovna podoba sms-a sicer odvisna od posameznikove izobrazbe in dojemanja tovrstne komunikacije, a je v večji meri kot z vprašanji uporabe t. i. knjižnega oz. pogovornega jezika povezana s posameznikovo ustvarjalnostjo pri izražanju, kar nakazuje dodatno razsežnost pisne kompetence posameznikov.

1 Uvod

Kratka sporočila ali sms-i kot ena od funkcij mobilnega telefona so precej razširjeno komunikacijsko sredstvo. Poleg t. i. globalnih značilnosti, povezanih s hitro izmenjavo informacij (hitra, priročna, diskretna in cenovno ugodna dostava sporočila iz enega mobilnega telefona na drugega oz. iz mobilnega telefona v predal elektronske pošte), ki vplivajo na popularnost tovrstne storitve (Ling, Yttri 2002: 150), se v sms-ih predvsem na jezikovni ravni odražajo tudi individualne značilnosti posameznega uporabnika, s čimer se sms-i (prek mobilnega telefona) vklopljajo v sodobno, postmoderno družbo, v kateri je poudarjen posameznik in njegova (vsaj navidezna) svoboda (Berger, Luckmann 1999: 30; Burgess 2004: 63; Ling, Yttri 2002: 139).

Pisanje sms-ov je odvisno od tehnoloških in prostorskih omejitev mobilnega telefona, kar pomeni, da ima tudi pri tovrstnih besedilih kontekst ključno vlogo¹ in predstavlja komponento, ki jo je treba upoštevati pred kakršnimikoli zaključki o samih jezikovnih značilnostih tovrstnih besedil. Zaradi tega se bo pričujoči članek najprej nekoliko posvetil kontekstu sms-ov, nato pa bodo predstavljeni rezultati dela

¹ Kontekst ima ključno vlogo pri produkciji in recepciji vseh besedil, način, na katerega kontekst vpliva na besedilo, pa se od besedila do besedila razlikuje.

ankete, namenjenega jezikovni podobi sms-ov,² in sicer po izobrazbenih skupinah z osnovno, srednjo, višjo in visoko izobrazbo.³ Anketna vprašanja v zvezi z jezikovno podobo sms-ov so bila večinoma odločevalna, in sicer so bila tri zaprtega tipa, tri pa odprtega tipa, kar pomeni, da so ta vprašanja dopuščala, da so anketiranci pod možnost »drugo« napisali še kakšen odgovor, ki v prejšnjih danih možnostih ni bil omenjen. Eno vprašanje je bilo poizvedovalno, dve pa sta bili kombinacija odločevalnega in poizvedovalnega vprašanja, kar pomeni, da so se anketiranci najprej morali odločiti za en odgovor, nato pa izbiri utemeljiti oz. napisati primer. Na splošno je izbira odprtih vprašanj dobra za bolj natančne rezultate, ki so bližje dejanskemu stanju, sama statistična obdelava podatkov pa je zaradi tega nekoliko zahtevnejša. Pojavi se namreč veliko dodatnih podatkov, ki drugače osvetlijo in »obogatijo« celotno procentualno sliko vprašanja. Podatke sem obdelovala s pomočjo računalniškega programa Excel. Po izločitvi nepopolno rešenih anket sem upoštevala 910 anket.⁴ Dobljene podatke sem vnesla v program, nato sem jih pripravila, kar pomeni, da sem odpravila zatipkane napake pri vnosu, poenotila neenotno vnesene odgovore ter na osnovi dobljenih tabelarnih podatkov naredila grafe. Ker so sms-i predvsem zasebne narave in zaradi omejenega pomnilnika mobilnih telefonov relativno neobstojni (Kasesniemi, Rautiainen 2002: 178), je težko zbrati za raziskovalne namene ustrezen korpus tovrstnih besedil, zato bodo v članku uporabljeni primeri sms-ov, ki so jih anketiranci napisali v anketo.

2 Kontekst sms-ov

Kontekst kot ključni dejavnik pri preučevanju kakršnegakoli besedila (Stabej 1994; Gorjanc 1998, 1999: 141, 2005: 20, 22–23) ni enoplastna, ampak večplastna pojavnost, posamezne plasti pa se največkrat med seboj prepletajo in druga drugo dopolnjujejo. Posamezni kontekstualni elementi, ki jih je treba upoštevati pri preučevanju sms-ov, bodo predstavljeni v teoretičnem okviru »kontekstualnih plasti« (Su 1994: 66–68) v povezavi s kriteriji besedilnosti Beaugranda in Dresslerja (1992: 10–19) kot eno od vplivnejših besediloslovnih teorij tako v slovenskem raziskovalnem prostoru kot po svetu. Najbolj neposreden kontekst tako obsega jezikovno okolje, ki obkroža besede, besedne zveze, stavke in besedilo v celoti, kar je glede na kriterije besedilnosti Beaugranda in Dresslerja mogoče povezati s kohezijo in koherenco (Beaugrande, Dressler 1992: 41–83).⁵ Če kot primer navedemo sms

² Celoten anketni vprašalnik je vseboval 15 vprašanj, pri čemer jih je bilo šest povezanih z družbenimi vidiki uporabe sms-ov, devet pa z jezikovno podobo sms-ov. Grafično bodo prikazani rezultati šestih vprašanj v zvezi z jezikovno podobo sms-ov, rezultati ostalih treh vprašanj pa bodo samo upoštevani pri interpretaciji rezultatov. Omejenosti predstavitve rezultatov so botrovale predvsem prostorske omejitve članka in vezanost na izbrano temo.

³ Za pomoč pri izvedbi ankete se najlepše zahvaljujem asistentom, mladim raziskovalcem, lektorjem in docentom z različnih oddelkov Filozofske fakultete Univerze v Ljubljani ter zaposlenim v bolnišnici Topolšica, podjetju Gorenje, podjetju Esotech Velenje, na Centru za socialno delo Velenje, v podjetju VLS-computers Velenje, na osnovni šoli Gustava Šiliha Velenje ter na Splošni in strokovni gimnaziji Velenje.

⁴ Vzorec populacije je natančneje opredeljen pri sami predstavitvi rezultatov ankete.

⁵ Brown in Yule (1983) po Hallidayju tovrsten kontekst imenujeta tudi kotekst.

(1) ej lejo, dej prit na msn, k ti morm neki povedat pa uno mi pošl ko sm ti zanc rekla.
ajde⁶

lahko ugotovimo, da gre za zapis, podoben govorjenemu jeziku, ki je koheziven (anaforično referenco besede *lejo* predstavljajo osebni zaimek »ti« ter velelniški glagolski obliki »prit« in »pošl«), koherenca pa je odvisna od sprejemnika, ki glede na informacijo o pošiljatelju sporočila, ki se pri prejemu sms-a izpiše na zaslonu mobilnega telefona, sklepa, na koga oz. kaj naj bi se nanašali besedi *uno* in *lejo*. Beseda *lejo* ima torej dvojno referenco, in sicer se površinsko nanaša na strukturo besedila, globinsko pa na pošiljatelja, kar pomeni, da hkrati vpliva tako na kohezijo kot na koherenco besedila. Uporaba govorjenega jezika se lahko na tej ravni (ni pa nujno) zaradi prostorske omejitve tovrstnih sporočil s strani medija kaže v t. i. prostorskem vidiku gospodarnega izražanja (Orel 2003: 416; Kranjc 2004: 73), saj zapisi *prit* namesto »pridi«, *k* namesto »ker«, *morm* namesto »moram«, *neki* namesto »nekaj«, *povedat* namesto »povedati«, *pošl* namesto »pošlji«, *sm* namesto »sem« in *zanc* namesto »zadnjič« zavzamejo manj prostora. Po drugi strani pa lahko vplivajo na količino energije, ki je potrebna pri sprejemanju besedila, zaradi česar je, kar se tiče kompleksnosti pri tem vpletenih kognitivnih procesov, koherenca kognitivno nekoliko težje dosegljiva. Podrejenost mediju, preko katerega se sms-i prenašajo, se torej lahko kaže že na ravni izbire posameznih besed in besednih zvez.

Neposrednemu kontekstu sledi kontekst komunikacijskega dejanja, ki je nekoliko bolj »oddaljen« od samega besedila in vključuje situacijske dejavnike ter fizično in socialno okolje določenega besedila. Glede na kriterije besedilnosti mu ustrezajo kriteriji situacijskosti, namernosti in informativnosti (Beaugrande, Dressler 1992: 116–127, 84–94, 101–115).

Uporabnik mobilnega telefona ima svoj telefon praktično ves čas pri sebi, zato lahko kadarkoli, ko ima čas, napiše sms ali odgovori na prejeti sms. Tehnologija omogoča skoraj 100% zanesljivost dostave sms-ov, tudi v primerih, ko je prejemnikov mobilni telefon izključen. Takšno sporočilo lahko čaka nekaj dni in je dostavljeno, ko je mobilna naprava zopet aktivna.⁷ Uporabniki lahko simultano pošljejo in sprejmejo sms, stroški pošiljanja pa so relativno nizki.⁸ To po eni strani prispeva k popularnosti uporabe tovrstnih storitev, saj je ob današnjem hitrem tempu življenja velikokrat lažje na poti domov znancu ali prijatelju napisati sporočilo, kot pa ga poklicati po prihodu domov. Dostava in diskretnost sta zagotovljeni, prejemnik pa ima možnost, da se na sporočilo odzove glede na lastne časovne zmožnosti. Po drugi strani pa ravno zaradi teh lastnosti sms-i predstavljajo precejšen vir zaslužka za ponudnike tovrstnih storitev. Uporaba sms-ov naj bi namreč imela dva glavna namena. Prvi je komunikacija z uporabniki, v okviru katere se sms-i pošiljajo z namero klepetanja s prijatelji, dogovorov za sestanke oz. srečanja, obvestil, vabil, voščil itd. Drugi pa

⁶ Vsi primeri navedenih sms-ov so avtentični, torej taki, kakor so jih anketiranci napisali v anketne vprašalnike.

⁷ Gl. <<http://msdn.microsoft.com/library/en-us/mobilesdk5/html/mob5conShortMessageServiceSMSAPI.asp>>; <http://searchnetworking.techtarget.com/sDefinition/0,,sid7_gci213660,00.html>; <http://www.iec.org/online/tutorials/wire_sms>.

⁸ Gl. <http://english.people.com.cn/200404/08/eng20040408_139827.shtml>.

je povečanje proračuna ponudnikov tovrstnih storitev, ki vključuje plačljive storitve preko interneta (omogoča jih storitev WAP), kamor sodijo npr. pošiljanje informacij o vremenu, športnih dogodkih, finančnih informacij, naročanje mobilnih melodij, sodelovanje v nagradnih igrah, dostop do računalniških iger, plačevanje preko sms-ov, verižni sms-i itd.⁹ Vsi ti globalni družbeni dejavniki, povezani z uporabo sms-ov, so ključnega pomena za vsakoletno naraščanje popularnosti sms-ov.

Zaslone mobilnega telefona neposredno vpliva na velikost sms-ov. V latiničnih pisavah in v omrežju GSM (*Global System for Mobile Communication*), kar pomeni predvsem v Evropi,¹⁰ je en sms običajno omejen na 160 znakov, v nelatiničnih, kot npr. arabščina, ruščina, bolgarščina, srbsščina, kitajščina, korejščina, japonsščina ipd. pa na 70 znakov. Tipke na mobilnem telefonu vplivajo na način pisanja in posledično določajo vizualno podobo sms-ov, kot prikazujeta spodnja primera:

(2) JU3priemDOMU.seCUJEMOzaKOFE.fajnBODI!lp

(3) Pridem+jutri+gremo+ven+v+sob+grem+s+tabo+v+LJ

Uporabnik torej izbira črke, velikost črk in ločila, ki jih bo uporabil v sms-u, glede na to, kateri znaki v mobilnem telefonu so mu lažje oz. hitreje dostopni za ločevanje posameznih besed v sporočilu.¹¹

Ker je obseg sms-ov povezan z omejitvami v kapaciteti mobilnih telefonov, je v 160 znakih enega sms-a pogosto nanizanih veliko informacij, saj si uporabniki največkrat s pomočjo različnih načinov gospodarnega izražanja prizadevajo sporočiti glede na namen sporočila bistveno informacijo.

(4) Wtf!?! Ke's stari? Aus prsu al naus? Zvrnc k bos kle! :) rtm

(5) hei! kk si kj? a gres ju3 u sql? fsm... papa ***

(6) Cau! Kok si? ka pocnes? Dolg se ze nisma dobre pa sn misla, ce mas cas za kako kavo? Papa

Zgornji primeri sms-ov prikazujejo različne načine gospodarnega izražanja (*wtf, sql, dolg, fsm, rtm* itd.), na podlagi katerih je mogoče sklepati, da gospodarno izražanje ni odvisno izključno od prostorskih omejitev mobilnega telefona (*ju3, fsm, rtm*), ampak predvsem od posameznika in njegovega ustvarjalnega izražanja ter govornega okolja, iz katerega prihaja (*wtf, ke's, aus, naus, prsu, kle, zvrnc; kk, kj; kok, ka, dolg, misla, sql* itd.).

Kontekstu komunikacijskega dejanja sledi kontekst, ki je še nekoliko bolj oddaljen od samega besedila in vključuje širše okoliščine, kot npr. avtorstvo, kulturo, tradicijo,

⁹ Gl. tudi <http://en.wikipedia.org/wiki/short_message_service>.

¹⁰ Gl. <http://searchnetworking.techtarget.com/sDefinition/0,,sid7_gci213660,00.html>.

¹¹ Mobilni telefoni lahko imajo vgrajen tudi slovarček besed, na podlagi katerega program ugiba besede. Tako se lahko zmanjša uporaba krajšav in skrajša čas pisanja sms-a. Po drugi strani pa so takšna sporočila daljša in posledično tudi dražja.

različne zgodovinske dejavnike itd. To bi lahko glede na kriterije besedilnosti Beaugranda in Dresslerja ustrezalo kriterijem medbesedilnosti, pa tudi sprejemljivosti, namernosti in informativnosti (Beaugrande, Dressler 1992: 128–145, 84–100, 101–115). Pridevnik »kratek« kot del besedne zveze »kratka sporočila« ni povezan samo s sporočili, ampak tudi z njihovo zgodovino in tradicijo. V Evropi se je namreč ideja o uporabi sms-ov kot opozorilo na prihajajoči zvočni klic začela širiti na začetku leta 1980, sms pa naj bi izumil Finec Matti Makkonen leta 1982.¹² Prvi komercialni sms je bil poslan 3. 12. 1992 v Veliki Britaniji, in sicer iz osebnega računalnika na Vodafone GSM omrežje.¹³ S tem se je v bistvu naključno odprla ogromna tržna niša za ponudnike tovrstnih storitev, saj se je uporaba sms-ov zaradi cenovne ugodnosti kot pozitivne okoliščine praktičnosti mobilnih telefonov hitro razširila po Evropi in predvsem po azijskih deželah.¹⁴

Vsi zgoraj predstavljeni dejavniki kot del konteksta komunikacijskega dejanja (medij, ustvarjalnost izražanja, družbena situacija uporabe sms-ov, popularnost sms-ov) in konteksta širših okoliščin (zgodovina in namen nastanka sms-ov) naj bi se upoštevali pred samo jezikovno analizo sms-ov. Prispevajo namreč dodatne informacije o zgodovinsko-družbenem okolju ustvarjanja sms-ov ter o vzrokih za popularnost in jezikovno raznolikost sms-ov, na podlagi katerih je, kot je bilo nakazano, mogoče razložiti marsikateri jezikovni pojav v sms-ih.

3 Jezik in sms-i

V anketi sem s pomočjo šestih vprašanj, ki so bila posvečena jezikovni podobi sms-ov, odnosu do sms-ov ter uporabi ločil, zaključnega podpisa, presledkov in krajšav pri pisanju sms-ov, preverila hipotezo, ki sem si jo postavila na osnovi zgoraj predstavljenih kontekstualnih dejavnikov sms-ov, da zaradi omejenosti s prostorom pri pisanju sms-ov knjižni jezik nima bistvenega vpliva, ampak je v ospredju ustvarjalnost pri izražanju, ki se kaže v krčenju in krajšanju besed. Predvidevala sem, da je način pisanja sms-ov v največji meri odvisen od izobrazbe, zato sem se, ob siceršnjem zavedanju neuravnoteženosti takšnega vzorca, odločila za prikaz rezultatov po posameznih izobrazbenih skupinah.

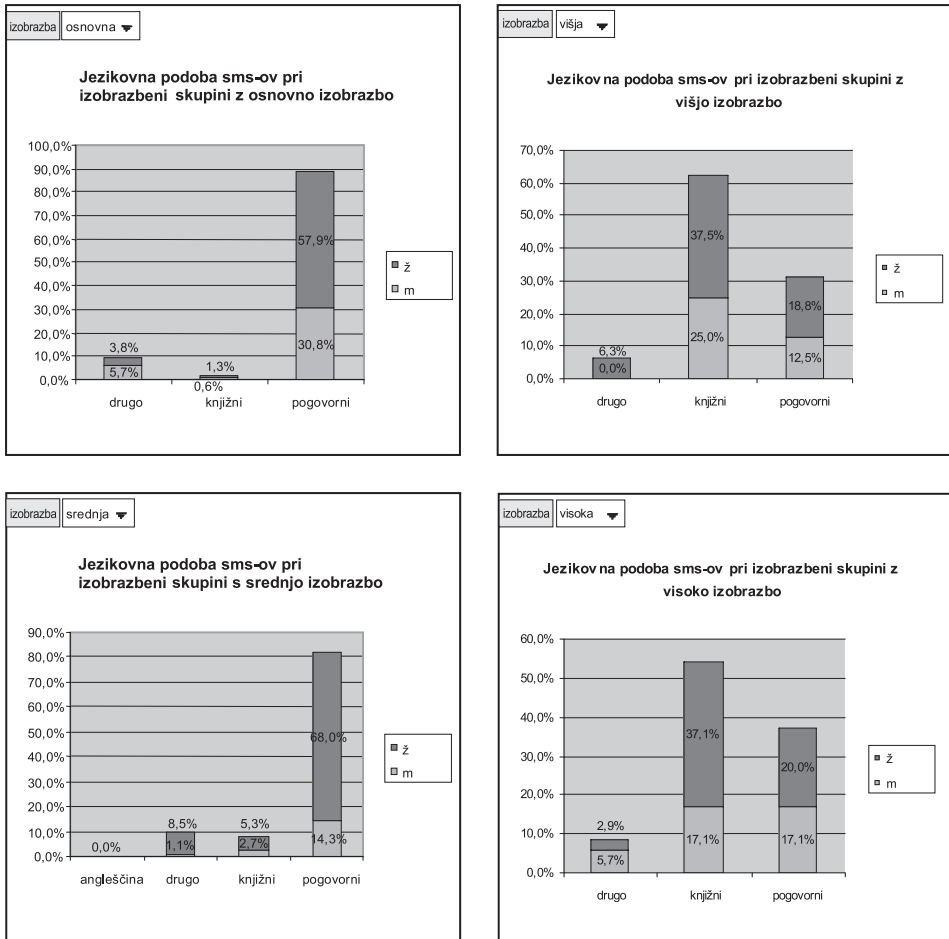
V raziskavi je sodelovalo 910 naključno izbranih anketirancev, in sicer 659 s srednjo izobrazbo, 182 z osnovno, 51 z visoko in 18 z višjo izobrazbo. Hipoteza se je v celoti potrdila pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo, pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo pa le deloma. Vse štiri izobrazbene skupine je sestavljalo 208 moških in 702 ženski, kar pomeni, da je bilo žensk 3,4-krat več kot moških. Tudi precejšnja razlika med spoloma je nastala kot posledica dejstva, da so bili anketiranci izbrani naključno, in onemogoča morebitno relevantnejše sklepanje o razlikah v jezikovni podobi sms-ov pri ženskah in moških. Pri analizi odgovorov na vprašanja so zato samo nakazani določeni segmenti, pri katerih bi se tovrstne razlike utegnile pokazati.

¹² Gl. <<http://ss.emergic.org/archives/2005/12/03/short-message-service-sms-completes-thirteen-long-years/>>.

¹³ Gl. <http://en.wikipedia.org/wiki/short_message_service>; <<http://short-message-service.biography.ms/>>.

¹⁴ Gl. npr. <http://www.smartmobs.com/archive/2006/01/26/3046_billion_s.html>.

Pri odgovoru na vprašanje *Kako pišete sms-e?* so anketiranci izbirali med možnostmi »v knjižni slovenščini«, »v pogovorni slovenščini«, »v angleščini« in »drugo«.

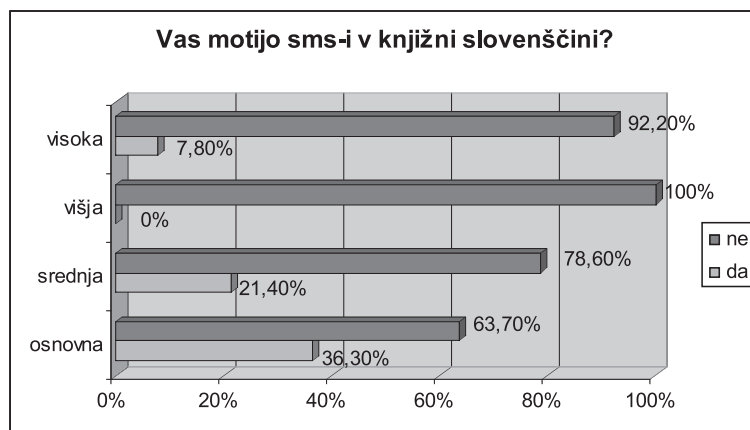


Graf 1: Jezikovna podoba sms-ov po posameznih izobrazbenih skupinah.

Iz grafov je razvidno, da izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo v veliki večini pišeta sms-e v pogovorni slovenščini, in sicer skupina z osnovno izobrazbo v 88,7 %, skupina s srednjo izobrazbo pa v 82,3 %. Nasprotno pa izobrazbeni skupini z višjo in visoko izobrazbo sms-e pišeta pretežno v knjižnem jeziku – skupina z višjo izobrazbo v 62,5 %, skupina z visoko izobrazbo pa v 54,3 % – se pa odstotek sms-ov v pogovornem jeziku bliža knjižnemu jeziku, in sicer pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo nekoliko bolj (37,1 %) kot pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo (31,3 %). Hipoteza, da knjižni jezik pri pisanju sms-ov nima bistvenega vpliva, torej velja samo za skupini z osnovno in srednjo izobrazbo. Pri skupinah z višjo in visoko izobrazbo pa knjižni jezik pri pisanju sms-ov še vedno prevladuje. Na podlagi tega

bi bilo mogoče sklepati, da izobrazbeni skupini z višjo in visoko izobrazbo sms-e večinoma dojemata kot običajno pisno komunikacijo, se pa prilagajata naslovnikom, kar nakazuje odstotek izbranih možnosti »v pogovornem jeziku«. Izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo pa glede na rezultate ankete sms-e večinoma dojemata kot govorjeno komunikacijo, ne glede na naslovnika oz. ker je naslovnik najverjetneje vrstnik. Ob navidezni »polarnosti« rezultatov ankete pa je treba upoštevati tudi dejstvo, da knjižni jezik v sms-ih ni knjižni jezik v jezikovnosistemskem smislu in da pogovornega jezika v sms-ih ni mogoče enačiti s pogovornim jezikom, ki ga lahko slišimo na ulicah. Izraza sta samo zasilni oznaki, dejanska jezikovna podoba sms-ov pa v bistvu nakazuje nekakšen svojevrstno specializiran diskurz, kar je razvidno tudi iz zgornjih primerov (1), (2), (3), (4), (5) in (6). Gre za mešanico prvih knjižnega in pogovornega jezika, nekakšno vmesno obliko med govorjeno in pisno komunikacijo, kar je značilnost vseh t. i. informacijsko-komunikacijskih tehnologij (Katz, Aakhus 2002: 18).

Pri vprašanju *Vas motijo sms-i v knjižni slovenščini?*¹⁵ so se anketiranci morali pozitivno ali negativno opredeliti in svoj odgovor utemeljiti.



Graf 2: Odnos do sms-ov v knjižni slovenščini po izobrazbenih skupinah.

Večina anketirancev v izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo se je glede na to, da pišejo sms-e pretežno v »knjižnem« jeziku, po pričakovanjih opredelila, da jih sms-i v knjižni slovenščini ne motijo. V utemeljitvah so se sklicevali predvsem na »pravilnost«, »berljivost«, »lepoto« tovrstnih sms-ov. Ker sms-e dojemajo kot pisno komunikacijo, so se jim zdela pomembna tudi »slovnicihna pravila za pisanje« ter »pismenost posameznika«. Redki posamezniki iz teh dveh izobrazbenih skupin, ki so se opredelili, da jih sms-i v »knjižni« slovenščini motijo, pa so se sklicevali na lastno »neobvladanje« knjižne slovenščine, na »preveliko število znakov« ter na »nepripravnost« tovrstne komunikacije. Tudi pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo se je večina anketirancev opredelila, da jih sms-i v »knjižni« slovenščini ne motijo, vendar so v utemeljitvah poudarjali dejstvo, da se takšni

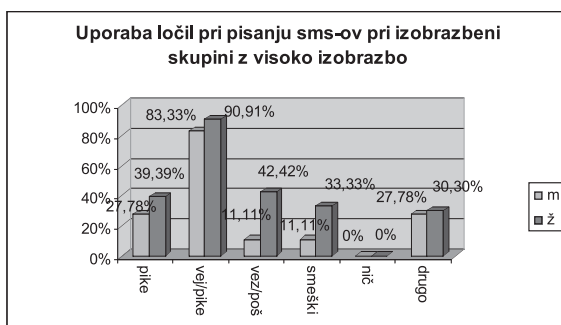
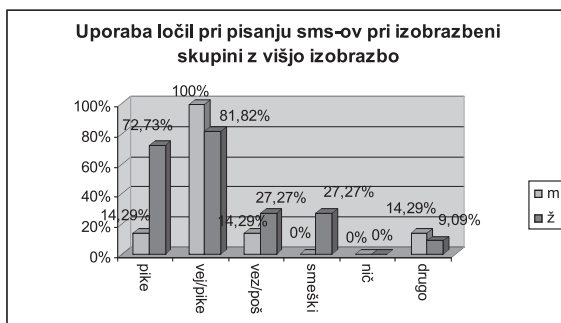
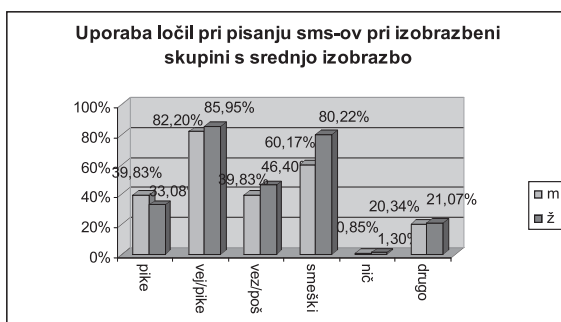
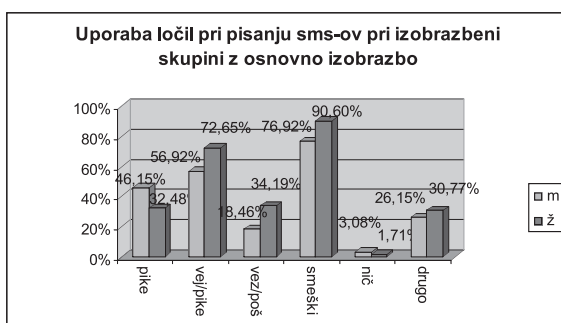
¹⁵ Usmerjevalnost vprašanja je posledica zasnove ankete.

sms-i »redko uporabljajo«, da jih niso navajeni, da so »nenavadni«. Po drugi strani so se jim zdeli sms-i v »knjižni« slovenščini »lažje berljivi«, »izraz spoštovanja«, bolj »kulturni«, »estetski«, predstavljali so jim »možnost komuniciranja z vsemi starostnimi skupinami«. Navajali so tudi, da je »važna vsebina, ne kako kdo piše«, da so knjižni sms-i »bolj razumljivi od narečij«, »nedvoumni«, »bolj jasni«, s čimer omogočajo »lažjo komunikacijo«. Zavedali so se tudi, da lahko »vsak piše, kot želi«, ter da so t. i. knjižni sms-i »primernejši za uradne zadeve in komunikacijo s tujci«. Iz utemeljitev je razvidno, da uporabniki z osnovno in srednjo izobrazbo nimajo negativnega odnosa do knjižnega jezika, jim pa sms-i pomenijo svojevrstno obliko diskurza, pri kateri se najpogosteje uporablja »pogovorni« jezik, »knjižni« jezik pa ima manjšo vlogo. Ker obe izobrazbeni skupini sms-e pišeta pretežno v »pogovornem« jeziku, je razumljiv tudi nekoliko večji odstotek za odgovor »da« pri obeh skupinah. Kot glavne razloge so navajali, da so takšni sms-i predolgi, da zavzamejo preveč časa in prostora, da so »preveč uradni«, »formalni«, »neosebni«, »izumetničeni«, »neprištni«, »okorni«, »nenaravni«, »nespontani«, »izražajo distanco«, »šablonski«, »neiskreni«, »prisiljeni«, »smešni«, »osladni«, »zakomplicirani« in »vzvišeni«. Anketiranci, ki so se odločili za to možnost, tudi sms dojemajo kot »pogovor, ki ne poteka v knjižnem jeziku«. Takšni sms-i so se jim zdeli tudi »nerazumljivi« in »težje berljivi«, predvsem zaradi tega, ker jih »nihče ne uporablja in jih niso vajeni«.

Odnos anketirancev do knjižnih sms-ov torej še dodatno potrjuje dejstvo, da je jezikovna podoba sms-ov odvisna od načina dojemanja tovrstne komunikacije. Sms-i v »knjižnem« jeziku anketirancev iz teh dveh izobrazbenih skupin načeloma ne motijo, kar lahko nakazuje njihovo zmožnost prilagajanja različnim govornim položajem.

Pri vprašanju o uporabi ločil v sms-ih so anketiranci izbirali med naslednjimi možnostmi: »pike«, »vejice in pike (vej/pike)«, »vezaji in poševnice (vez/poš)«, »smeški«, »nič« in možnostjo »drugo«, kamor so lahko zapisali ločila, ki niso bila navedena, pa jih sami uporabljajo.

Iz grafov je razvidno, da so ločila sestavni del pri pisanju velike večine sms-ov pri vseh izobrazbenih skupinah, kar kaže nizek odstotek izbranih odgovorov »nič«. Sicer pa je nekoliko večjo raznovrstnost pri uporabi ločil mogoče opaziti pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo. Pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo je po pričakovanjih na prvem mestu uporaba vejic in pik, za kar se je odločilo 85,3 % vseh anketirancev, sledi pa uporaba smeškov (76,6 %). Malo manj kot polovica (45,2 %) anketirancev izobrazbene skupine s srednjo izobrazbo pa se je opredelila, da pri pisanju sms-ov uporablja tudi vezaje in poševnice ter pike (34,3 %). Smeški kot semantično obogatena raba ločil, katere funkcija je predvsem pisno izražanje čustev ter dodajanje pomenskih odtenkov zaradi prostorskih omejitev mobilnega telefona neposredno izraženi vsebini sms-a, so, kar se tiče uporabe, na prvem mestu pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo (85,7 %). To nakazuje, da njihovi sms-i predstavljajo pretežno neformalno komunikacijo, ki se od formalne razlikuje predvsem v prisotnosti čustvene komponente. Na drugem mestu so, enako kot pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo, vejice in pike (67,0 %), sledijo pa pike (37,4 %) ter vezaji in poševnice (28,6 %). Na podlagi tega je mogoče sklepati, da obe izobrazbeni skupini družijo neformalna raba sms-ov, ki se kaže v visokem odstotku



Graf 3: Uporaba ločil v sms-ih po posameznih izobrazbenih skupinah.

uporabe smeškov, ter pogosta uporaba vejic in pik, ki opredeljuje tudi izobrazbeni skupini z višjo (88,9 %) in visoko (88,2 %) izobrazbo. To nakazuje, da so vejice in pike t. i. osnovno in univerzalno ločilo pri pisanju sms-ov, kar je logična posledica siceršnje uporabe ločil v vsakodnevni pisni komunikaciji. Nekoliko manj raznovrstna uporaba ločil pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo (izjema je uporaba pik pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo, kar pa je verjetno posledica tega, da je ta skupina zastopana z najmanjšim številom anketirancev), predvsem pa glede na izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo izrazito manjša uporaba smeškov, in sicer pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo 16,7 %, pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo pa 25,5 %, dodatno potrjujeta drugačen značaj sms-ov pri teh dveh izobrazbenih skupinah, ki je pogojen z že nakazanim dejstvom, da ti dve izobrazbeni skupini sms-e dojemata kot pisno komunikacijo in da jih večinoma pišeta v »knjižnem« jeziku.

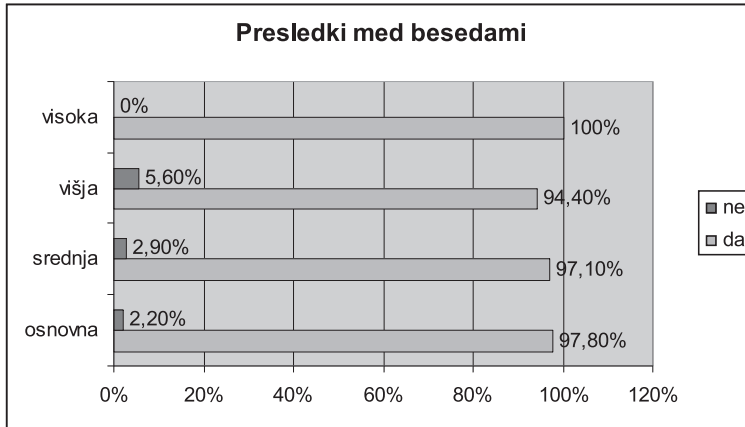
Razmeroma veliko anketirancev pri vseh izobrazbenih skupinah se je opredelilo tudi za možnost »drugo«, pod katero so navajali še druga ločila, ki jih uporabljajo pri pisanju sms-ov, kot so npr. oklepaji, zvezdice, podpičja, klicaji, narekovaji, vprašaji itd. Variantnost znotraj te možnosti je bila predvidljivo večja pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo. To po eni strani nakazuje, da so vsi uporabniki storitve pisanja in pošiljanja sms-ov seznanjeni z možnostmi za postavljanje ločil, ki so na voljo v mobilnem telefonu, po drugi strani pa, da je izbira ločil, uporabljenih v sms-u, največkrat stvar posameznika.

Uporaba ločil po spolu znotraj posameznih izobrazbenih skupin je pokazala razlike predvsem kar se tiče uporabe smeškov, in sicer znotraj vseh izobrazbenih skupin ženske v večji meri uporabljajo smeške kot moški, iz česar bi bilo mogoče sklepati, da ženske pripisujejo večji pomen čustveni komponenti v sms-ih kot moški. Znotraj izobrazbene skupine z osnovno izobrazbo se je poleg uporabe smeškov pokazalo tudi, da ženske bolj kot moški uporabljajo vejice in pike ter vezaje in poševnice, moški pa bolj kot ženske uporabljajo pike, iz česar bi bilo mogoče sklepati, da je uporaba ločil pri ženskah bolj raznovrstna kot pri moških. Enako velja tudi za izobrazbeni skupini z višjo in visoko izobrazbo. Znotraj izobrazbene skupine z višjo izobrazbo poleg smeškov ženske v večji meri kot moški uporabljajo pike ter vejice in pike, znotraj izobrazbene skupine z visoko izobrazbo pa poleg smeškov ženske v večji meri kot moški uporabljajo pike ter vezaje in poševnice. Navedena dejstva namigujejo na možnost, da gledano po spolu ženske uporabljajo bolj raznovrstna ločila kot moški ter da pripisujejo večji pomen čustveni komponenti v sms-ih kot moški, ki pa bi jo bilo treba preveriti na po spolu bolj uravnoteženem vzorcu.

Analiza uporabe ločil po posameznih izobrazbenih skupinah in znotraj posameznih izobrazbenih skupin je pokazala, da so ločila pri vseh izobrazbenih skupinah sestavni del pisanja sms-ov. Raznolikost uporabe ločil, ki se je kot nekoliko večja pokazala pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo in pri ženskah, je nakazala, da so anketiranci seznanjeni z vsemi možnostmi, ki so na voljo v mobilnem telefonu za postavljanje ločil, kar pomeni, da jim postavljanje ločil načeloma ne vzame veliko časa. Pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo so ločila predvsem odraz njihovega dojemanja sms-ov kot pisne komunikacije v knjižnem jeziku. Pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo, katerim sms-i predstavljajo

predvsem neformalno komunikacijo v pogovornem jeziku, pa pogosta in raznolika uporaba sms-ov tudi nakazuje, da se ti dve izobrazbeni skupini do neke mere zavedata, da lahko ločila prispevajo k večji razumljivosti sms-a ter da so lahko v pomoč pri krajšem zapisu sms-a.

Anketiranci so, kar se tiče jezikovne podobe sms-ov, odgovarjali tudi na vprašanje *Ali v sms-ih delate presledke med besedami?* Morali so se pozitivno ali negativno opredeliti.



Graf 4: *Uporaba presledkov med besedami po posameznih izobrazbenih skupinah.*

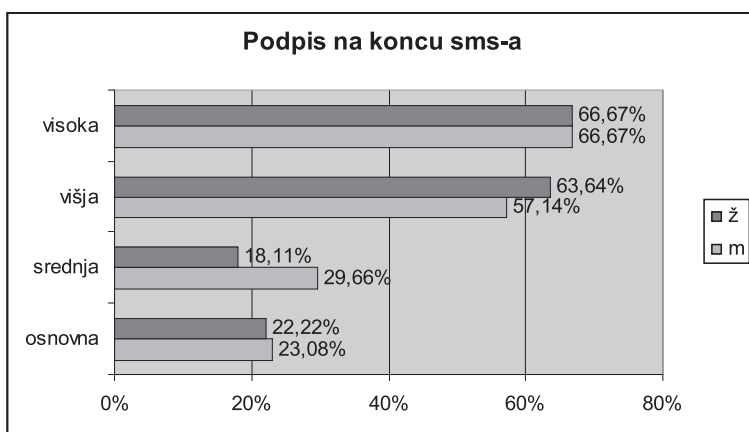
Iz grafa je razvidno, da vse izobrazbene skupine v veliki večini delajo presledke med besedami, iz česar je mogoče sklepati, da si glede na pretežno neuporabo šumevcev pri pisanju sms-ov,¹⁶ ki je velikokrat odvisna od opremljenosti mobilnega telefona, prizadevajo, da bi bil sms karseda razumljiv.

Anketiranci so imeli tudi možnost napisati, v katerih primerih ne delajo presledkov med besedami. Po predvidevanjih sta veliko več primerov prispevali izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo. Pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo je vsega skupaj le šest anketirancev navedlo, da pri pisanju sms-ov ne delajo presledkov, če varčujejo s prostorom (v tem primeru pri pisanju sms-a menjavajo velike in male začetnice), pri čustveno poudarjenih besedah (npr. *orkastelaca*) ter če se mudi (v tem primeru vse napišejo skupaj). Pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo pa je primer neuporabe presledkov napisalo 423 anketirancev, pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo pa 100, kar pomeni, da pri obeh izobrazbenih skupinah več kot polovica anketirancev, ki sicer načeloma dela presledke med besedami, tudi krajša sporočilo, kar dokazuje, da skušata obe izobrazbeni skupini po eni strani sms narediti čim bolj

¹⁶ Pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo se je 87,4 % anketirancev opredelilo, da pri pisanju sms-ov ne uporabljajo šumevcev. Pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo je bil odstotek nekoliko nižji, kar gre ponovno pripisati dejstvu, da ti sms-e pišejo pretežno v »knjižnem« jeziku, in sicer se je pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo za neuporabo šumevcev opredelilo 61,1 % anketirancev, pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo pa 64,7 % anketirancev.

razumljiv, po drugi pa pri tem porabiti čim manj znakov. Pri obeh izobrazbenih skupinah so najpogosteje navajali, da presledkov ne delajo, če se vsebina »ne izide« v eno sporočilo. Takrat naredijo tako, da vse spravijo v en sms, kar pomeni, da na koncu nekaj besed napišejo skupaj, in sicer tako, da jih ločijo z velikimi začetnicami (npr. *LahkoNoč*), ali pa da ne delajo presledkov za končnimi ločili, lahko pa tudi eno besedo napišejo z velikimi črkami, drugo pa z malimi. Sicer pa velikokrat ne delajo presledkov tudi pri smeških, med številko in črko (*1000SIT*), pred besedami z veliko začetnico,¹⁷ pred in za oklepaji, med vezniki (npr. *daje, neda*). Anketiranci so navedli tudi, da skupaj pišejo besede, ki se sicer ne napišejo skupaj, se pa tako izgovarjajo, se pravi besede, vezane na individualnega posameznika in na govorno okolje, iz katerega prihaja (npr. *krneki, nevemkaj, uredu, kapavem, kksi, papa, ljubimte* itd.). Sicer pa ne delajo presledkov med besedami tudi, če pišejo sms za šalo oz. »za razvozljat« (v tem primeru so vse besede napisane skupaj), če ni časa za pisanje sms-a oz. če pozabijo pritisniti znak za presledek. Iz tega je po predvidevanjih mogoče zaključiti, da je vizualna podoba sms-ov zlasti pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo izrazito odvisna od prostorskih omejitev enega sms-a na 160 znakov, zaradi česar vsak posameznik na različne bolj ali manj ustvarjalne načine krajša sms-e, da bi vsebino spravil v obseg 160 znakov. T. i. globalnost sms-a, ki je pogojena s tehnološkimi zmožnostmi mobilnega telefona, torej hkrati tudi vpliva in spodbuja posameznikovo individualnost, ki se kaže v sami jezikovni podobi sms-ov. Pri vprašanju *Se na koncu sms-a podpišete?* so anketiranci izbirali med pozitivno in negativno možnostjo odgovora.

Graf 5 prikazuje samo rezultate pozitivnih odgovorov na vprašanje, in sicer po spolu in po posameznih izobrazbenih skupinah. Pri populacijah z višjo in visoko izobrazbo je tako razvidno, da se večina anketirancev na koncu sms-a podpiše, in sicer je pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo to možnost izbralo skupno 61,6 % anketirancev,



Graf 5: Podpis na koncu sms-a po posameznih izobrazbenih skupinah.

¹⁷ To bi bilo mogoče povezati s semiotično ozaveščenostjo o nepotrebnosti dveh razločevalnih sredstev v prostorsko in časovno zaostrenih razmerah.

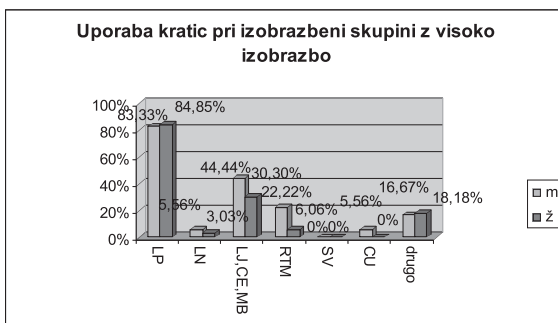
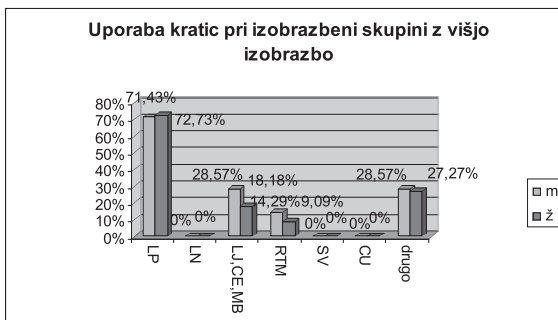
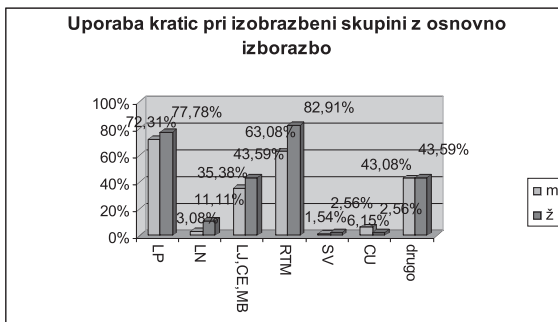
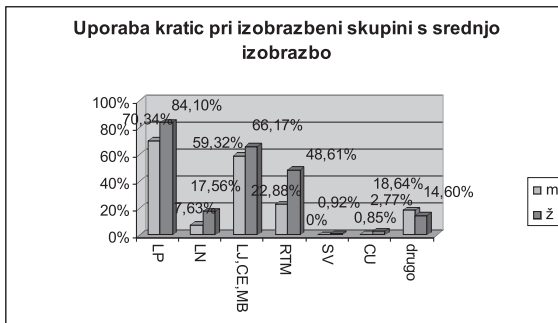
pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo pa skupno 66,7 % anketirancev, pri čemer se znotraj posameznih izobrazbenih skupin niso pokazale kakšne bistvene razlike med spoloma. Na podlagi tega je mogoče sklepati, da je tema dvema izobrazbenima skupinama formalnost sms-a pomembnejša od gospodarnega izražanja, kar je zopet pogojeno z dejstvom, da sms-e dojemajo kot pisno komunikacijo in jih pišejo pretežno v »knjižnem« jeziku. V nasprotju s tema dvema izobrazbenima skupinama pa se izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo na koncu sms-a večinoma ne podpišeta, kar je po eni strani ponovno rezultat dejstva, da sms-e večinoma dojemata kot neformalno, govorjeno komunikacijo, po drugi strani pa znak gospodarnega izražanja zaradi prostorske omejitve enega sms-a, saj se ime pošiljatelja po prebrnem sms-u izpiše na zaslonu mobilnega telefona. Pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo se tako skupno ne podpiše 77,5 % anketirancev, pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo pa 79,8 % anketirancev. Po spolu znotraj izobrazbene skupine z osnovno izobrazbo ni razlik, znotraj izobrazbene skupine s srednjo izobrazbo pa se na koncu podpiše nekoliko več moških kot žensk, še vedno pa je odstotek relativno nizek (29,66 %).

Jezikovna podoba sms-ov je bila preverjena tudi z vprašanjem o uporabi krajšav. Anketiranci so morali obkrožiti vse tiste krajšave, ki jih uporabljajo v sms-ih, in sicer so lahko izbirali med *LP* (lep pozdrav), *LN* (lahko noč), *LJ*, *CE*, *MB*¹⁸ itd., *RTM* (rad/-a te imam), *SV* (se vidiva) in *CU* (»see you«). Pod možnostjo »drugo« pa so lahko napisali krajšave, ki jih uporabljajo, pa niso bile navedene med danimi možnostmi za izbiranje.

Graf 6 (na naslednji strani) v splošnem kaže bolj raznoliko uporabo krajšav pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo kot pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo, kar glede na to, da izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo drugače dojemata sms-e kot izobrazbeni skupini z višjo in visoko izobrazbo, nakazuje, da uporaba krajšav ni odvisna samo od prostorskih omejitev mobilnega telefona, ampak predstavlja tudi način komunikacije. Iz grafov je razvidno, da izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo pri pisanju sms-ov v največji meri uporabljata krajšavo *LP* (anketiranci z osnovno izobrazbo v 75,8 %, anketiranci s srednjo izobrazbo pa v 81,6 %), oznake za mesta (*LJ*, *CE*, *MB*), in sicer anketiranci z osnovno izobrazbo v 40,7 %, anketiranci s srednjo izobrazbo pa v 64,9 %, ter krajšavo *RTM* (anketiranci z osnovno izobrazbo v 75,8 %, anketiranci s srednjo izobrazbo pa v 44,0 %), izobrazbeni skupini z višjo in visoko izobrazbo pa *LP* (anketiranci z višjo izobrazbo v 72,2 %, anketiranci z visoko izobrazbo pa v 84,3 %) ter oznake za mesta (anketiranci z višjo izobrazbo v 22,2 %, anketiranci z visoko izobrazbo pa v 35,3 %). To pomeni, da prevladuje raba že ustaljenih krajšav,¹⁹ pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo pa je nekako na poti k

¹⁸ Oznake za mesta so bile dane kot možnost zato, ker se že dalj časa uporabljajo kot oblika krajšega zapisa besede za mesto in sem, glede na to, da je prejemnik sms-a lahko kdorkoli od koderkoli, predvidevala, da se pogosto uporabljajo tudi pri pisanju sms-ov.

¹⁹ Po podatkih v reklamni brošuri z naslovom *Slovenski kratkopis*, ki jo je leta 2004 izdalo podjetje Mobitel (<<http://www.mobitel.si>>), je kratica *LP* največkrat uporabljena kratica v slovenskem kratkopisu. Oznake za imena mest pa se v sms-ih uporabljajo po vzoru registrskih tablic na avtomobilih.



Graf 6: Uporaba krajsjav po posameznih izobrazbenih skupinah.

ustalitvi tudi krajšava *RTM*, kar je mogoče povezati z neformalno naravo njihovih sms-ov, pri kateri ima zlasti pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo očitno pomembno vlogo tudi eksplicitno izražanje čustev. Pri ostalih krajšavah, ki so bile dane na izbiro (*LN*, *SV* ter *CU*), pa je bil odstotek pri vseh izobrazbenih skupinah zanemarljiv, kar pomeni, da gre v teh primerih bolj za »spontano« rabljene krajšave, značilne za določen ožji krog uporabnikov.

Analiza uporabe krajšav po spolih je pokazala, da pri uporabi krajšave *LP* načeloma ne prihaja do večjih razlik med spoloma, izjema je izobrazbena skupina s srednjo izobrazbo, pri kateri ženske nekoliko več uporabljajo to krajšavo (84,10 %) kot moški (70,34 %). Nekoliko drugačna situacija se nakazuje pri uporabi oznak za mesta. Znotraj izobrazbenih skupin z osnovno in srednjo izobrazbo ženske nekoliko več uporabljajo tovrstne oznake (pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo v 43,59 %, pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo pa v 66,17 %) kot moški (pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo v 35,38 %, pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo pa v 59,32 %), znotraj izobrazbenih skupin z višjo in visoko izobrazbo pa moški nekoliko več uporabljajo tovrstne oznake (pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo v 28,57 %, pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo pa v 44,44 %) kot ženske (pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo v 18,18 %, pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo pa v 30,30 %). To nakazuje večjo povezanost tovrstnih oznak s temo sms-a. Razlike po spolih so se pokazale tudi pri uporabi krajšave *RTM*. Pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo ženske v večji meri uporabljajo to krajšavo (pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo v 82,91 %, pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo pa v 48,61 %) kot moški (pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo v 63,08 %, pri izobrazbeni skupini s srednjo izobrazbo pa v 22,88 %), pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo pa moški v večji meri uporabljajo to krajšavo (pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo v 14,29 %, pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo pa v 22,22 %) kot ženske (pri izobrazbeni skupini z višjo izobrazbo v 9,09 %, pri izobrazbeni skupini z visoko izobrazbo pa v 6,06, %). S tem je nakazano, da pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo ženske nekoliko bolj ekspresivno zaključujejo sms-e, pri izobrazbenih skupinah z višjo in visoko izobrazbo pa moški, ženske pa pri teh dveh izobrazbenih skupinah (glede na zgoraj prikazane rezultate) za izražanje čustev v večji meri uporabljajo smeške, vsekakor pa bi bilo tudi to ugotovitev treba preveriti na po spolu bolj uravnoteženem vzorcu.

V vseh štirih izobrazbenih skupinah so anketiranci izbrali tudi možnost »drugo«, in sicer v največjem odstotku pri izobrazbeni skupini z osnovno izobrazbo (43,4 %), sledi izobrazbena skupina z višjo izobrazbo (27,8 %), iz česar je mogoče sklepati, da je, glede na to, da niso navedli nobenega svojega primera uporabe krajšav, razmeroma visok odstotek najverjetneje posledica dejstva, da je ta skupina anketirancev številčno najmanj zastopana, sledi izobrazbena skupina z visoko izobrazbo (17,7 %) ter izobrazbena skupina s srednjo izobrazbo (15,3 %). Zlasti na račun izobrazbenih skupin z osnovno in srednjo izobrazbo se je iz primerov, ki so jih anketiranci navedli pod možnost »drugo«, nabralo kar precejšnje število dodatnih krajšav, ki jih uporabljajo posamezni anketiranci. Krajšave, ki so bile največkrat navedene, so po izobrazbenih skupinah predstavljene v spodnji tabeli.

Krajšava	Osnovna izobrazba	Srednja izobrazba	Višja izobrazba	Visoka izobrazba
FSM (fajn se mej)	+	+	–	–
LOL (»laughing out loud«; »lots of love«)	+	+	–	–
ju3	+	+	–	–
OMG (»oh my God«)	+	+	–	–
CYA (»see ya«)	+	+	–	–
WTF (»what the fuck«)	+	+	–	–
LT (ljubim te)	+	+	–	–
BTW (»by the way«)	+	+	–	–
ROFL (»rolling on the floor laughing«)	+	+	–	–
LY (»love you«)	+	+	–	–
mwa (poljub)	+	+	–	+
BRB (»be right back«)	+	+	–	–
OK	+	+	–	+
LD (lep dan)	+	+	–	–
TNX (»thanks«)	+	+	–	–
QL (kul)	+	+	–	–
NP (ni problema)	+	–	–	–
LTM (»laughing to myself«)	+	–	–	–
BBL (»be back later«)	+	–	–	–
AFK (»away from the keyboard«)	+	–	–	–
FU (»fuck you«)	+	–	–	–

Tabela 1: Najpogosteje uporabljane krajšave.

Iz krajšav, ki so se največkrat pojavljale pod možnostjo »drugo«, je mogoče razbrati, da gre za mešanico slovenskih in angleških krajšav, pri čemer so angleške krajšave največkrat prevzete iz t. i. klepetalniškega jezika, ki se oblikuje na internetu (*LOL*, *OMG*, *ROFL*, *AFK*, *BRB*, *BBL*, *CYA*, *WTF*, *BTW*, *LY*, *TNX*, *LTM*). To ponovno dokazuje, da je raznolika uporaba krajšav pogojena predvsem z dojetjem sms-ov kot neformalne komunikacije, kar se je pokazalo kot značilnost predvsem izobrazbenih skupin z osnovno in srednjo izobrazbo. Variantnost krajšav je torej predvidljivo največja pri (čustveno obarvanem) zaključevanju sms-ov (*LP*, *RTM*, *FSM*, *CYA*, *LD*, *LT*, *LY*, *mwa*) ter pri izražanju razpoloženj in stališč (*OMG*, *LOL*, *WTF*, *ROFL*, *LTM*, *FU*; *QL*, *NP*, *OK*), kar dodatno potrjuje, da je uporaba krajšav povezana tudi z načinom komunikacije, ne samo s prostorskimi omejitvami mobilnega telefona, po drugi strani pa so s prostorskimi omejitvami enega sms-a pogojene predvsem krajšave za povezovanje besedila (*BTW*) in krajši zapis določenih besed v sms-u (*LJ*, *CE*, *MB*, *ju3*).

Analiza rezultatov v zvezi z uporabo krajšav po posameznih izobrazbenih skupinah je pokazala, da je za izobrazbeni skupini z osnovno in srednjo izobrazbo značilna raznolika uporaba krajšav, medtem ko izobrazbeni skupini z višjo in visoko izobrazbo

bolj prisegata na ustaljeno uporabo krajšav. To je ponovno pogojeno zlasti z drugačnim dojetjem sms-ov izobrazbenih skupin z osnovno in srednjo izobrazbo glede na izobrazbeni skupini z višjo in visoko izobrazbo. Krajšava *LP* ter oznake za mesta so se pri vseh izobrazbenih skupinah izkazale za še vedno pogosto uporabljane ustaljene krajšave, krajšava *RTM* pa je glede na frekventnost uporabe pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo na poti k ustalitvi. Primeri krajšav, ki so jih dodatno navedli anketiranci, potrjujejo v grafih nakazano dejstvo, da krajšave niso samo odraz gospodarnega izražanja, ki je pogojeno s prostorskimi omejitvami mobilnega telefona, ampak zlasti pri izobrazbenih skupinah z osnovno in srednjo izobrazbo predstavljajo tudi svojevrsten način komunikacije v smislu izražanja čustev, razpoloženj, stališč ipd.

4 Sklep

Sms-i so bili v članku predstavljeni kot eno od novodobnih komunikacijskih sredstev, ki funkcionirajo na podlagi medsebojnega vplivanja dejavnikov, ki jih omogoča oz. dopušča tehnologija, in dejavnikov, ki jih uporabnik »doda« tehnologiji in s tem ohrani lastno individualnost, kar se v primeru sms-ov kaže predvsem na ravni ustvarjalne rabe jezika. Glede na to, da živimo v družbi, ki jo usmerjajo najrazličnejše komunikacijske tehnologije, ki so podvržene hitrim spremembam oz. prevzemanju novih vlog in zavzemanju novih področij uporabe, so dobljena spoznanja bolj tranzicijske in predvsem informativne narave. Zanimivo bi jih bilo dopolniti s kakšno jezikovnotehnološko in statistično podprto raziskavo jezika konkretnih primerov sms-ov.

Rezultati anketne raziskave o jezikovni podobi sms-ov so pokazali, da je ta odvisna od načina dojetanja sms-ov s strani uporabnikov. V slovenskem prostoru tako uporabniki z višjo in visoko izobrazbo sms-e večinoma dojemajo kot pisno komunikacijo, največkrat formalne narave, zaradi česar sms-e pišejo v »knjižni« slovensščini, kar se odraža tudi v uporabi ločil, zaključnem podpisu ter prevladujoči uporabi že ustaljenih krajšav. Uporabniki z osnovno in srednjo izobrazbo pa sms-e dojemajo predvsem kot neformalno komunikacijo, kar se kaže v uporabi »pogovornega« jezika, vezanega na uporabnikovo govorno okolje, raznoliki uporabi in namenih uporabe krajšav, raznoliki in dodatno semantizirani uporabi ločil (smeški, !!!???!! ipd.) ter večji meri ekspresivnega izražanja v primerjavi z izobrazbenima skupinama z višjo in visoko izobrazbo. Različno dojetanje sms-ov s strani različnih izobrazbenih skupin je verjetno tudi glavni povod za javno izražena mnenja, da jezik sms-ov vpliva na nižjo pisno kompetenco zlasti šolajočih se posameznikov. Rezultati ankete so nakazali, da se vsi uporabniki sms-ov zavedajo vrste in tehnoloških omejitev tovrstne komunikacije ter se znajo prilagajati naslovnikom. Poleg tega tudi dejstvo, da tovrstna komunikacija bolj vpliva na posameznikovo ustvarjalnost izražanja, nakazuje, da sms-i v bistvu predstavljajo dodatno razsežnost pisne kompetence posameznikov.

Rezultati ankete so tudi nakazali, da je uporaba sms-ov nekako razpeta med tehnično in tehnološko prostorsko omejenostjo na 160 znakov, razumljivostjo sms-a in ekspresivnim izražanjem. Težnja po razumljivosti sms-ov predstavlja svojevrstno

protiutež prostorski omejenosti sms-a in se je (na podlagi odgovorov anketirancev) pokazala predvsem v postavljanju (raznovrstnih) ločil ter presledkov med besedami. Prostorske omejitve sms-a pa so po drugi strani neposredno povezane s posameznikovo ustvarjalnostjo pri izražanju, ki je glede na rezultate ankete pogojena predvsem z neformalno komunikacijo v sms-ih. Ustvarjalnost v izražanju se je pokazala predvsem na ravni krčenja vsebine s pomočjo izpuščanja presledkov med številko in besedo, med dvobesednimi vezniki, s pisanjem skupaj besed, ki se pri govorjenju izgovarjajo skupaj, sicer pa se pišejo narazen (npr. *nevemkaj* itd.) ter z uporabo različnih tako ustaljenih kot spontanih krajšav. Ekspresivnost v izražanju kot dodaten kazalec neformalnosti tovrstne komunikacije pa se je glede na rezultate ankete pokazala predvsem prek uporabe smeškov in določenih krajšav. Hipoteza, da »zaradi omejenosti s prostorom pri pisanju sms-ov knjižni jezik nima bistvenega vpliva, ampak je v ospredju ustvarjalnost pri izražanju« kot imanentna sestavina vseh besedil, se je potrdila pri anketirancih z osnovno in srednjo izobrazbo in delno pri anketirancih z višjo in visoko izobrazbo ter bila relativizirana z dejstvom, da sms-i predstavljajo svojevrstno mešanico »knjižnega« in »pogovornega« jezika, ki je značilna za vse informacijsko-komunikacijske tehnologije.

Viri in literatura

Beaugrande, Robert Alain de in Dressler, Wolfgang Ulrich, 1992: *Uvod v besediloslovje*. Ljubljana: Park.

Berger, Peter L., Luckmann, Thomas, 1999: *Modernost, pluralizem in kriza smisla: orientacija modernega človeka*. Ljubljana: Nova revija.

Brown, Gillian, Yule, George, 1983: *Discourse analysis*. Cambridge – New York – Melbourne: Cambridge University Press.

Burgess, Adam, 2004: *Celular Phones, Public Fears, and a Culture of Precaution*. Cambridge: Cambridge University Press.

China sees over 300 millions short messages every day:

<http://english.people.com.cn/200404/08/eng20040408_139827.shtml>. (Dostopno: 8. 4. 2004.)

Epiphany, Shibuya, 2006: *304.6 billion short messages last year in China:*

<http://www.smartmobs.com/archive/2006/01/26/3046_billion_s.html>. (Dostopno 5. 6. 2007.)

Gorjanc, Vojko, 1998a: *Besediloslovni vidiki slovenskega znanstvenega jezika*. Magistrsko delo. Ljubljana: Oddelek za slovenistiko Filozofske fakultete.

Gorjanc, Vojko, 1999: Kohezivni vzorec matematičnih besedil. *Slavistična revija* 47/2. 139–159.

Gorjanc, Vojko, 2005: Diskurz slovenskih spletnih forumov – dokončen pokop strpnosti? Stabej, Marko (ur.): *Večkulturnost v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi. 41. seminar slovenskega jezika, literature in kulture*. Zbornik predavanj. Ljubljana: Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 20–30.

Katz, James E. in Aakhus, Mark, 2002 (ur.): *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.

Kasesniemi, Eija-Liisa in Rautiainen, Pirjo, 2002: Mobile culture of children and teenagers in Finland. Katz, J. E. in Aakhus, M. (ur.): *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press. 170–192.

Kranjc, Simona, 2004: Besedilo v sodobnih medijih in pouk slovenščine kot tujega jezika. Stabej, Marko (ur.): *Moderno v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi. 40. seminar slovenskega jezika, literature in kulture*. Zbornik predavanj. Ljubljana: Center za slovenščino kot drugi/tuji jezik pri Oddelku za slovenistiko Filozofske fakultete. 68–79.

Ling, Richard in Yttri, Brigitte, 2002: Hyper-coordination via mobila phones in Norway. Katz, James E. in Aakhus, Mark (ur.): *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press. 139–169.

Orel, Irena, 2005: Sporazumevanje nekoč in danes – od vzorcev pogovorov do mladostniških sms-ov. Kržišnik, Erika (ur.): *Obdobja 22: Aktualizacija jezikovnozvrstne teorije na Slovenskem*. Ljubljana: Filozofska fakulteta. 407–422.

Spletne strani podjetja Mobitel: <<http://www.mobitel.si>>. (Dostopno 16. 12. 2006.)

Stabej, Marko, 1994: *Slovenski pesniški jezik prve polovice 20. stoletja*. Magistrsko delo. Ljubljana: ZIFF.

Su, Soon Peng, 1994: *Lexical Ambiguity in Poetry*. Longman Group UK Limited.

Short message service: <http://en.wikipedia.org/wiki/short_message_service>. (Dostopno 20. 9. 2005.)

Short Message Service: <<http://short-message-service.biography.ms/>>. (Dostopno 20. 9. 2005.)

Short Message Service (SMS) API: <http://searchnetworking.techtarget.com/sDefinition/o,,sid7_gci213660,00.html>. (Dostopno 14. 9. 2005.)

Short Message Service (SMS) API: <<http://msdn.microsoft.com/library/en-us/mobilesdk5/html/mob5conShortMessageServiceSMSAPI.asp>>. (Dostopno 14. 9. 2005.)

Short Message Service (SMS) completes thirteen long years: <<http://ss.emergic.org/archives/2005/12/03/short-message-service-sms-completes-thirteen-long-years/>>. (Dostopno: 3. 12. 2005.)

Wireless Short Message Service (SMS): <http://www.iec.org/online/tutorials/wire_sms>. (Dostopno 21. 9. 2005.)