

Даница М. Јеротијевић Тишма
Универзитет у Крагујевцу
Филолошко-уметнички факултет
Катедра за англистику

УДК 004.738.5:[316.77+81'27
DOI 10.46793/Uzdanica21.3.141JT
Оригинални научни рад
Примљен: 3. јул 2024.
Прихваћен: 20. децембар 2024.

УТИЦАЈ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА СВАКОДНЕВНУ КОМУНИКАЦИЈУ И УПОТРЕБУ ЈЕЗИКА: СТАВОВИ ГОВОРНИКА СРПСКОГ ЈЕЗИКА

Айстѝраќѝ: Са појавом друштвених мрежа на интернету дошло је до извесних промена у погледу ставова и уверења говорника у домену образовања, трговине, а нарочито комуникације. Пред друштвене, али и језичке заједнице, убрзаним напретком технологије постављен је велики изазов да се ускладе са сталним променама како на микро, тако и на макро плану. У раду се испитују социолингвистички фактори, попут пола, година старости и нивоа образовања, који могу обликовати ставове говорника српског језика према утицају друштвених мрежа на свакодневну комуникацију и језик. Основни инструмент за прикупљање података о ставовима била је анкета из три дела, ако изузмемо уводни део о демографским подацима: први је био везан за утицај друштвених мрежа на друштво уопште, други се односио на општи утицај друштвених мрежа на комуникацију и говорну интеракцију, а трећи је био везан за конкретни утицај друштвених мрежа на језик појединца, у овом случају српски. Резултати су показали да су године старости статистички значајан предиктор варијабилности ставова и у погледу утицаја друштвених мрежа на друштво и културу и на конкретну употребу језика. Пол је статистички значајан фактор само када су у питању разлике у ставовима о утицају друштвених мрежа на друштво и културу, док је ниво образовања статистички значајна варијабла за ставове о утицају друштвених мрежа на конкретну употребу српског језика код појединачних говорника. Добијени резултати потврђају значај анализе ставова говорника и језичких идеологија с обзиром на њихов потенцијални утицај на конкретно језичко понашање и евентуалне промене до којих временом може доћи, не само у свакодневном говору већ и у стандардним варијететима.

Кључне речи: ставови говорника, пол, године старости, ниво образовања, друштвене мреже.

1. УВОД: ЈЕЗИК У ДОБА ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА

Како се напредна технологија малтене интегрисала у људско постојање, а интернет постао готово неизоставни део свакодневице, с повећаном

популарношћу друштвених мрежа многе речи и конструкције настале на интернету прошириле су се на свакодневни говор. Промене у језику резултат су процеса иновације и дифузије (Блајд, Крофт 2012), а пошто је енглески доминантни језик комуникације на интернету, његов утицај је све присутнији како у лексици, тако и у морфолошким и граматичким моделима. Имајући у виду да није увек у питању стандардни енглески језик, тако ни конструкције које су се прошириле на свакодневну комуникацију нису увек у складу са језичким нормирањем. Многи су разлози популарности комуникације на интернету, попут привида једнакости, одсуства одговорности и конструисања личности која не мора одговарати стварности. Својом мултифункционалношћу и мултилингвализмом, као и чињеницом да су разни социјални фактори покретачи језичких промена и варијација (Вардо 2006), интернет представља идеално подручје за појаву измењених или потпуно нових језичких варијетета помоћу који ће људи изразити своју жељу за припадношћу и друштвеном прихваћеношћу.

Као што је и њихово основно значење у социолингвистици, друштвене мреже на интернету имају за циљ социјално или пословно повезивање пријатеља, рођака, купаца или клијената различитих профила (Асур, Хаберман 2010). Почетак друштвених мрежа какве данас познајемо представља платформа *Friendster* из 2002. године. Данас их има небројано много, а најпознатије су нпр. *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *TikTok*, *Snapchat*, *Pinterest*, *Reddit* итд. Важна карактеристика друштвених мрежа је да, поред тога што на њима могу наћи информације, корисници могу да их и деле са другима. Сматра се да друштвене мреже специфичним психолошким карактеристикама и дискурсом имају важне друштвено-историјске импликације, нарочито у погледу комуникације (Стаковијак 2020). Такође је интересантно да су, услед доступности и својеврсне флексибилности, на интернету присутни људи различитог старосног доба, али и различитог социјалног, професионалног, културног и образовног статуса (Кашија 2014).

Иако је комуникација у дигитално доба често убрзана, понекад може бити отежана услед неразумевања нпр. скраћених облика нарочито код различитих генерација говорника (Натсир 2020). Такође, интернет комуникација помера друштвене стандардне и културолошке норме, посебно када је у питању учтивост и начин обраћања који су у појединим културама од изузетног значаја (Марстон 2023). Слободни начин изражавања и наглашено агресивни дискурс који неретко срећемо на интернету мења постојеће норме језичког понашања. Нова значења се уводе и мењају веома брзо, а понекад се и стара значења, на неки начин, рециклирају и постају изнова релевантна. Таква динамика у служби је олакшавања интеракције у транслингвалној средини какве су друштвене мреже (Довчин 2020).

Сврховитост друштвених мрежа као дигиталних платформи и њихов значај наглашава се пре свега у области образовања (Балакришнан, Ган

2016) и то посебно за време и након пандемије вируса ковид 19. Ученици су пред собом имали разне опције за прикупљање информација и дељење садржаја, што је интерактивност интернета ставило у први план. Поред интерактивности, ту је незаобилазна брзина и ефикасност размене, те концизност и мултимодалност порука (Тарлоу, Поф 2013). Кроз форму слике и текста корисници дају своје коментаре на друштвене и политичке догађаје често уз дозу хумора у облику тзв. „мимова”. Ограничењем карактера на појединим платформама, али и потребом за што краћим разменама, кроз иновативност и креативност корисници прибегавају новим језичким стратегијама, интегришући карактеристике писаног и говорног језика (Тајамонт 2012). Важно је напоменути да је можда најочљивији утицај друштвених мрежа и интернета уопште заправо померање границе приватног и јавног језика, као, уосталом, приватног и јавног живота (Кристал 2011).

2. СОЦИОЛИНГВИСТИЧКИ ФАКТОРИ У ДОСАДАШЊИМ ИСТРАЖИВАЊИМА

Коришћењем објективних метода, истраживањем ставова говорника заправо се добија увид у субјективне предикторе, односно сазнаје се о скривеним и експлицираним ставовима о дијалектима и језику (Ладегард 1998). Познато је да ставови говорника утичу на употребу језика, али могу донети и значајне промене у погледу очувања језика и језичке политике уопште (Киркер, Зип 2022). Ставови у себи имају три компоненте: *коњитивну*, која се односи на уверења о свету, *афективну*, која се односи на позитивна или негативна осећања према некој појави и *бихејвиоралну*, која указује на усмерење самог става (Кристијансен и др. 2005). Да ли ћемо језичку идеологију посматрати као систем ставова или ћемо терминологију недвосмислено разграничити зависити од одабраног методолошког оквира (Фулер 2018), али је несумњиво да се границе датих појмова преплићу и међусобно су повезане.

Традиционално се године старости као социолингвистички фактор анализирају двоструко, тј. као промене у језику током живота код појединца и као варијације језика различитих старосних група у једној говорној заједници. У истраживањима се прави разлика између биолошких година, односно физичког сазревања, и социјалних година старости, које су везане за породични и друштвени статус (Екерт 1997). Социјалне године старости су по другим ауторима заправо контекстуалне године старости (Капланд 1997). Занимљиво је да су студије показале да није лако раздвојити употребу језика коју одређена старосна група преферира и оне која је ексклузивно карактеристична за дату групу говорника (Андроцопулос 1998), што нарочито долази до изражаја у комуникацији на интернету.

У социолингвистичким истраживањима прецизно се истиче разлика између пола као биолошке категорије и рода као социјалног конструкта. Род се конструише социолошки и културолошки, те не мора нужно пратити пол (Батлер 2021). Било како било, свакако су још у ранијим истраживањима примећене разлике у употреби језика код мушкараца и жена, које се могу поделити на лексичке, фонолошке и граматичке, али и дискурсне (Лејкоф 1975). У обзир се приликом разликовања пре свега узима питање доминације у друштву, па ће се тако традиционално сматрати да су жене наклоњеније употреби стандардних језичких форми (Екерт, Меконел-Гине 2003). Поред пола и година старости, на варијације у употреби језика могу утицати и други друштвени фактори попут образовног нивоа, порекла, социјалног статуса итд. (Холмз 2011), али смо се за потребе овог рада пре свега фокусирали на ниво образовања, пол и године старости говорника.

Када су у питању истраживања у српском научном контексту, Спасић, Спасић и Даниловић Јеремић (2023) закључују да у комуникацији на друштвеним мрежама преовладава жаргонски и улични говор, посебно у аргументацијама, али су честе и псовке, опцене лексеме и увреде на рачун интелигенције. О фреквентној употреби вулгаризама на интернету су нешто раније говорили и Миличевић Петровић, Љубешић и Фишер (2017). У својој докторској дисертацији Вуковић (2022) налази да је утицај енглеског језика као доминантног на друштвеним мрежама видљив у правопису српског, али је евидентан и у свакодневном говору. Истражујући иновације у неформалној комуникацији на интернету, Редли (2018) упућује на удвајање предлога и префиксацију одређених глагола у својству попуњавања празнина у значењу, али сугерише на краткотрајност конструкције са постпозиционираним предлогом *без*. Нешто скорије, кршење норме у правопису примећује и Баџић (2023) у својој докторској дисертацији, и то пре свега код записивања речце *не* уз глаголе. У домену наставе на даљину и утицаја на употребу језика и комуникацију уопште, Савић (2021) указује на неопходност увођења иновативних стратегија од стране наставника, док Копас-Вукашиновић, Михајловић и Миљковић (2021) бележе добре професионалне компетенције наставника у периоду убрзане дигитализације наставног процеса. Ипак, Комненовић и Милановић (2021) код својих испитаника наилазе на став да квалитет и садржај наставе на даљину није задовољавајући, а Продановић и Гаврановић (2021) потенцијални узрок за незадовољство радом на даљину проналазе у преобимном материјалу.

3. МЕТОДОЛОГИЈА

Циљеви и истраживачка питања. Рад има за циљ да истражи ставове говорника српског језика према утицају који друштвене мреже имају на

комуникацију и употребу језика, са посебним освртом на потенцијалне социолингвистичке факторе попут пола, година старости и нивоа образовања. Како бисмо одговорили на постављене циљеве, у анализи смо формулисали следећа истраживачка питања.

- Какви су ставови говорника српског језика према утицају друштвених мрежа на друштво данас?
- Какви су ставови говорника српског језика према утицају друштвених мрежа на комуникацију уопште?
- Какви су ставови говорника српског језика према утицају друштвених мрежа на говорни и писани језик појединца?
- Да ли се ставови говорника разликују у односу на њихов пол, године старости и ниво образовања?

Испитаници. У истраживању је учествовало укупно 48 испитаника, 22 (45,83%) мушког и 26 (54,17%) женског пола, равномерно распоређених у четири групе по годинама старости. Свака група имала је по 12 (25%) испитаника, а групе су биле 18–25 година, 26–40 година, 41–55 година и 56–70 година. Један од услова био је да сви учесници буду пунолетни како би потписали добровољни пристанак, а најважнији услов је био да користе друштвене мреже. Додатно су испитаници били подељени у три групе на основу нивоа образовања: основношколско образовање 8 (16,67%) испитаника, средњошколско 23 (47,92%), а високошколско образовање имало је 17 (35,42%) испитаника. Већина према географском пореклу припада шумадијско-војвођанском дијалекту 28 (58,33%), док 20 (41,67%) припада косовско-ресавском дијалекту (Крагујевац (58,33%) и Јагодина (41,67%)). Одабрана популација испитаника разнолика је и у погледу професионалне оријентације: 7 (14,58%) је студент, 12 (25%) запослених у области трговине, 11 (22,92%) у области економије, затим 9 (18,75%) у области права, 6 (12,5%) у области просвете и образовања, а 3 (6,25%) у области пољопривреде. Узорак је сачињен методом случајног узорка и техником *тругве снећа* (енгл. *the snowball sampling*), односно препоруком од стране испитаника (Екерт 1997; Холмс 2011).

На основу података из уводног дела анкете, 10 (20,83%) испитаника користи друштвене мреже до два сата дневно, 13 (27,08%) два до три сата дневно, 17 (35,42%) три до четири сата дневно и 8 (16,67%) преко четири сата дневно. Када је у питању примарна сврха коришћења друштвених мрежа (било је могуће одабрати више опција), сви испитаници (100%) користе друштвене мреже за повезивање с пријатељима и дељење фотографија, док њих 29 (60,42%) друштвене мреже користи да сазна вести, а 11 (22,92%) их користи у пословне сврхе.

Инструменти и процедура. За прикупљање података о ставовима испитаника користили смо анкету као примарни инструмент, а она се састојала из три дела. Први део садржао је десет изјава везаних за утицај друштвених мрежа на друштво и културу данас, док се други део односио на утицај друштвених мрежа на комуникацију уопште и такође је имао десет изјава. Трећи и најобимнији део анкете садржао је двадесет изјава везаних за утицај друштвених мрежа на свакодневну комуникацију појединачних испитаника и на употребу српског језика. Дакле, укупан број изјава у анкети био је четрдесет. Одговори су формирани у виду петостепене Ликертове скале при чему је 1 значило „у потпуности се слажем”, а 5 „уопште се не слажем”. У уводном делу анкете налазило се четири питања о демографским подацима и два питања о учесталости коришћења друштвених мрежа. Имајући у виду разноликост узорка, испитанике смо унапред упознали са циљевима истраживања и упутили у значење појединих изјава уколико је било проблема у разумевању термина. Анкете су дистрибуиране лично у периоду од почетка октобра 2023. до краја марта 2024. године.

За квантитативну обраду података добијених анкетом коришћен је статистички програм SPSS, верзија 20.0, уз коришћење адекватних статистичких тестова за поређење резултата у односу на испитиване факторе.

4. РЕЗУЛТАТИ И ДИСКУСИЈА

Резултате анкете представљамо у наредним табелама, где се најпре дају проценти за сваки ниво скале, а онда и вредност медијана и стандардне девијације. У Табели 1 најпре приказујемо резултате анкете везане за ставове испитаника о утицају друштвених мрежа на друштво и културу.

Мишљења су готово равномерно подељена када је у питању утицај друштвених мрежа на друштво, културу и образовање, са благом предношћу ка позитивном утицају. Такође су ставови скоро равномерно подељени када је у питању мишљење да је доступност информација позитивна карактеристика друштвених мрежа, са нешто већим процентом оних који се слажу са изјавом. Међутим, ефикасност комуникације је доминантно позитивна карактеристика друштвених мрежа за наше испитанике са око 60% оних који се слажу. Око 43% испитаника се не слаже да друштвене мреже негативно утичу на емоционално стање појединца, али се зато око 55% слаже да оне негативно утичу на ментално здравље, што је помало изненађујући и до некле опречни резултат. Додатно, око 55% се слаже да друштвене мреже имају негативан утицај на самопоуздање, а око 56% сматра да оне подстичу насиље и говор мржње. Отприлике 62% мисли да је рекламирање производа најважнији циљ друштвених мрежа, што указује на развијену свест наших испитаника. Око 65% сматра да друштвене мреже промовишу поређење с

Табела 1. Резултати анкете: утицај друштвених мрежа на друштво и културу

Изјаве	Одговори (%)					М с.д.
	1	2	3	4	5	
Друштвене мреже имају позитиван утицај на развој друштва, образовања и културе.	16,7	31,3	6,3	16,7	29,2	3 1,53
Позитивна карактеристика друштвених мрежа је доступност информација.	16,7	31,3	12,5	16,7	22,9	3 1,45
Позитивна карактеристика друштвених мрежа је ефикасност комуникације.	33,3	27,1	20,8	12,5	6,3	2 1,24
Друштвене мреже негативно утичу на емоционално стање појединца.	2,1	14,6	39,6	22,9	20,8	3 1,05
Друштвене мреже негативно утичу на ментално здравље.	29,2	35,4	18,8	10,4	6,3	2 1,18
Друштвене мреже негативно утичу на самопоуздање.	14,6	39,6	18,8	14,6	12,5	2 1,25
Друштвене мреже подстичу насиље и говор мржње.	16,7	35,4	16,7	18,8	12,5	2 1,29
Најважнији циљ друштвених мрежа је рекламирање производа.	29,2	33,3	12,5	12,5	1,25	2 1,37
Друштвене мреже промовишу поређење са другим људима.	27,1	37,5	20,8	10,4	4,2	2 1,11
Друштвене мреже позитивно утичу на међуљудске односе.	10,4	33,3	27,1	14,6	14,6	3 1,22

другим људима, а само 44% да друштвене мреже позитивно утичу на међуљудске односе.

У Табели 2 налазе се резултати дела анкете који се тичао утицаја друштвених мрежа на комуникацију уопште.

Већина (79%) испитаника слаже се да су друштвене мреже промениле начин комуникације у 21. веку. Ипак, само 20% сматра да оне повећавају иновативност и креативност српског језика, док је већина (43,8%) негде на средини скале што се тиче овог питања. Разлог се може потражити у томе да испитаници нису били филолошког профила, те њихова размишљања о језичкој креативности нису тако детаљна каква би била да су испитаници нпр. студенти филологије. Половина испитаника не слаже се да мултимодалност доступна на друштвеним мрежама побољшава комуникацију, а око 60% се слаже да оне бришу границу између јавног и личног језика. Да је комуникација на социјалним мрежама површна сматра 66% испитаника, а нешто нижи проценат (39%) сматра да је неискрена. Скоро 40% мисли да друштвене мреже утичу на самопоуздање у комуникацији уживо, што је важно за питање односа комуникације онлајн и непосредне комуникације. Половина испитаника се не слаже да социјалне мреже имају позитиван утицај на по-

Табела 2. Резултати анкете: утицај друштвених мрежа на комуникацију

Изјаве	Одговори (%)					М с.д.
	1	2	3	4	5	
Друштвене мреже су промениле начин комуникације у 21. веку.	37,5	41,7	12,5	6,3	2,1	2 0,98
Сматрам да друштвене мреже повећавају иновативност и креативност српског језика.	8,3	12,5	43,8	18,8	16,7	3 1,13
Мултимодалност друштвених мрежа позитивно утиче на побољшање комуникације.	12,5	14,58	20,8	39,58	12,5	4 1,25
Сматрам да друштвене мреже бришу границу између јавног и приватног језика.	27,1	33,3	33,3	4,2	2,1	2 0,97
Сматрам да је комуникација на друштвеним мрежама површна.	16,7	39,6	25,0	6,3	12,5	2 1,22
Сматрам да је комуникација на друштвеним мрежама неискрена.	27,1	12,5	12,5	29,2	18,8	3 1,52
Мислим да друштвене мреже утичу на самопоуздање у комуникацији уживо.	22,9	16,7	31,3	12,5	16,7	3 1,37
Друштвене мреже имају позитиван утицај на поштовање културних и социјалних разлика.	10,4	20,8	18,8	29,2	20,8	3,5 1,30
Комуникација на друштвеним мрежама почива на етичким принципима.	10,4	14,6	27,1	25,0	22,9	3 1,27
Друштвене мреже су појачале утицај енглеског на српски језик.	37,5	29,2	14,6	12,5	6,3	2 1,25

штовање културних и социјалних разлика, чак ни да комуникација на друштвеним мрежама почива на етичким принципима (скоро 48%). Међутим, 67% одлучно је у ставу да су друштвене мреже појачале утицај енглеског на српски језик.

Најважнији део анкете тицао се ставова говорника о утицају друштвених мрежа на језик појединца, тако да се резултати овог дела анкете налазе у Табели 3.

Помало забрињава чињеница да само 68% испитаника преферира комуникацију уживо у односу на онлајн. Иако је у питању већина, изненађује чињеница да се сви испитаници нису изјаснили за комуникацију уживо, што говори о променама које је донела технологија и дигитални свет. Такође је занимљиво да 50% наших испитаника користи исти језик уживо и онлајн. Само око 22% испитаника каже да на друштвеним мрежама користи стандардни српски језик. Иако то може указати на чињеницу да је доста испитаника који припадају нестандардном варијетету српског језика у нашем узорку, додатно може потцртати специфичност језика који се користи онлајн. Само 12% испитаника на друштвеним мрежама се изражава учтивије него у свакодневном говору, а само трећина осећа потребу да пази на граматику и правопис када пише на друштвеним мрежама. Такви подаци сагласни су са

Табела 3. Резултати анкете: утицај друштвених мрежа на индивидуалну употребу језика

Изјаве	Одговори (%)					М с.д.
	1	2	3	4	5	
Више волим да комуницирам онлајн у односу на ситуације уживо.	8,3	12,5	10,4	29,2	39,6	4 1,32
Језик који користим на друштвеним мрежама исти је као мој свакодневни језик.	22,9	27,1	8,3	22,9	18,8	2,5 1,48
На друштвеним мрежама користим стандардни српски језик.	8,3	14,6	4,2	41,7	31,3	4 1,28
На друштвеним мрежама се изражавам учтивije него у свакодневном говору.	6,3	6,3	22,9	35,4	29,2	4 1,13
Осећам потребу да пазим на граматику и правопис на друштвеним мрежама.	20,8	10,4	39,6	16,7	12,5	3 1,28
На друштвеним мрежама се слободније и лакше изразим него уживо.	20,8	29,2	12,5	16,7	20,8	2,5 1,47
Користим псовке на друштвеним мрежама чешће него у свакодневном говору.	16,7	12,5	20,8	27,1	22,9	3,5 1,39
Користим сленг на друштвеним мрежама чешће него у свакодневном говору.	10,4	14,6	12,5	29,2	33,3	4 1,36
Неке од израза са друштвених мрежа користим у свакодневном говору.	37,5	27,1	12,5	12,5	10,4	2 1,37
У писаним порукама користим скраћенице типичне за интернет комуникацију.	50,0	14,6	/	18,8	16,7	1,5 1,63
Друштвене мреже позитивно утичу на мој начин писања и правопис у смислу да су ближи стандардном српском језику.	/	/	18,8	35,5	43,8	4 0,76
Друштвене мреже позитивно утичу на мој вокабулар.	6,3	29,2	16,7	20,8	27,1	3 1,33
Друштвене мреже позитивно утичу на граматику коју користим у смислу да је она ближа стандардном српском језику.	/	2,1	39,6	27,1	31,3	4 0,89
У свакодневном говору ми недостају емотикони да бих јасније изразио емоције.	10,4	18,8	22,9	22,9	25,0	3 1,33
Друштвене мреже су ми повећале свест о језику и култури изражавања.	/	6,3	27,1	22,9	43,8	4 0,99
Од кад сам на друштвеним мрежама више ценим стандардни српски језик.	6,3	41,7	25,0	25,0	2,1	3 0,98
Од кад сам на друштвеним мрежама више ценим разноврсност дијалеката српског језика.	18,8	37,5	18,8	12,5	12,5	2 1,28
Интеракција на друштвеним мрежама у мени изазива негативна осећања у погледу употребе језика.	14,6	14,6	18,8	27,1	25,0	4 1,39
Интеракција на друштвеним мрежама ме инспирише да побољшам културу говора и писменост.	/	25,0	31,3	29,2	14,6	3 1,02
Верујем информацијама о правилима употребе српског језика које видим на друштвеним мрежама.	12,5	33,3	31,3	6,3	16,7	3 1,25

претходним истраживањима на конкретним примерима употребе (Вуковић 2022; Баџић 2023). Половина наших испитаника се лакше изражава онлајн

него уживо, скоро трећина (29%) користи псовке на друштвеним мрежама чешће него у свакодневном животу, док 25% испитаника користи сленг више него уживо, што може бити последица генерацијских разлика јер ће млађи испитаници свакако фреквентније користити сленг од старијих. Чак 65% испитаника користи типичне онлајн-изразе у свакодневном говору, нпр. *OMG*, *LOL*, *block*, *clickbait*, *hashtag* итд. Чак 64% користи скраћенице типичне за интернет комуникацију у писаним порукама. До сличних налаза долазило се и у ранијим истраживањима која су се бавила конкретном анализом језика на интернету (Редли 2018; Вуковић 2022). Нема испитаника који се слажу са тврдњом да друштвене мреже позитивно утичу на начин писања и правопис у смислу да су ближи стандардном српском језику, а неких 18% испитаника није сигурно да ли се слаже или не. Са тврдњом да друштвене мреже позитивно утичу на вокабулар не слаже се 35% испитаника, а око 58% се не слаже да друштвене мреже позитивно утичу на граматику коју користе у смислу да је она ближа стандардном српском језику; 29% испитаника сматра да им у свакодневној комуникацији недостају емотикони да би прецизније изразили осећања, док се око 66% не слаже да су им друштвене мреже повећале свест о језику и култури изражавања. Око 48% испитаника више цени стандардни српски језик од када је на друштвеним мрежама, а 56% више цени разноврсност дијалеката српског језика, што може бити последица веће доступности и прилике да чују говорнике из разних географских региона у Србији. Код 29% испитаника интеракција на друштвеним мрежама изазива негативна осећања у погледу употребе језика, а само четвртину говорника интеракција на друштвеним мрежама инспирише да побољшају културу говора и писменост. Овакви резултати упућују на налазе претходних студија о коришћењу увредљивог језика на интернету (Спасић и др. 2023). Када је у питању последња тврдња, 45% испитаника има поверење у информације о правилима употребе српског језика које види на друштвеним мрежама.

Што се тиче социолингвистичких фактора који би потенцијално указали на разлике у одговорима, напомињемо да смо поредили резултате све три анкете појединачно.

Пол као варијабла показао се као статистички значајни предиктор разлика у одговорима само за први део анкете о утицају друштвених мрежа на друштво и културу уопште ($t_{(47)} = 2,195$; $p = 0,039$). То значи да мушкарци и жене из нашег узорка имају другачије ставове о утицају друштвених мрежа на друштво и културу, при чему жене показују нешто већу наклоњеност ка позитивном мишљењу. За остале две анкете *iii-iiiесii* независних узорака показао је да нема статистички значајне разлике у одговорима испитаника у односу на пол јер је $p > 0,05$ (други део анкете: $t_{(47)} = 2,026$; $p = 0,055$; трећи део анкете $t_{(47)} = 1,759$; $p = 0,092$).

Када су у питању године старости, *анализа варијансе* указала је на статистички значајну разлику у одговорима за први и трећи део анкете (први:

$F_{(47)} = 8,732$; $p = 0,001$; трећи: $F_{(47)} = 30,522$; $p = 0,001$), али то није био случај за други део анкете јер је $p > 0,05$ ($F_{(47)} = 2,546$; $p = 0,068$). Овакви резултати упућују на закључак да су године старости важан фактор помоћу ког се могу предвидети варијације у ставовима говорника српског језика о утицају друштвених мрежа на друштво и културу, те на индивидуалну употребу језика. Генерална је тенденција да најмлађа група испитаника има позитивније мишљење о друштвеним мрежама (18–25 година), нарочито у односу на најстарију групу испитаника (56–70 година старости). Дати резултати не изненађују с обзиром на то да је већи проценат млађе генерације која активно користи друштвене мреже, те им се у складу са тим формирало и другачије мишљење.

Коначно, ниво образовања као предиктор варијабилности ставова показао се статистички значајан за трећи део анкете ($F_{(47)} = 4,071$; $p = 0,024$) међу сва три нивоа образовања. За први ($F_{(47)} = 0,758$; $p = 0,475$) и други ($F_{(47)} = 1,840$; $p = 0,171$) део анкете нисмо пронашли статистички значајну разлику у ставовима, што може указати на чињеницу да су мишљења уједначена у односу на ниво образовања. Са друге стране, начин на који друштвене мреже утичу на употребу језика може бити условљен нивоом образовања, у смислу да ће код високообразоване групе испитаника изражени утицај бити нешто мањи него код испитаника са нижим нивоом образовања.

5. ЗАКЉУЧАК

Циљ нашег рада био је истражити ставове говорника српског језика о потенцијалном утицају друштвених мрежа на друштво и културу уопште, начине комуникација и употребу језика код појединца.

Поред разјашњења појединачних ставова, у анализи смо указали на статистички значајне разлике које постоје између говорника различитог пола, а нарочито по питању утицаја друштвених мрежа на језик појединца. Статистички значајна разлика у ставовима примећена је и за године старости, при чему се ставови испитаника разликују и по питању утицаја друштвених мрежа на друштво и културу, али и на конкретну употребу језика. Ниво образовања статистички је значајан предиктор варијабилности у ставовима гледе утицаја друштвених мрежа на употребу језика, док су за остале делове анкете одговори били равномерније распоређени.

Резултати су показали да постоји знатна варијабилност у ставовима по питању односа друштвених мрежа и језика у свакодневном животу, чиме се још једном потврђује важност истраживања ставова и језичких идеологија говорника поготову када се има у виду њихова повезаност са реалном употребом језика и потенцијалним променама до којих ће довести.

На послетку ваља истаћи неколико ограничења спроведеног истраживања, а она се пре свега односе на одабир испитаника, величину узорка и методолошки дизајн инструмента. Иако је узорак прилично разнолик када су у питању истраживане варијабле, у будућим истраживањима би било добро испитати већи број испитаника из различитијих професионалних домена, те можда и упоредити резултате са резултатима говорника чија је професионална оријентација заправо филолошка. Такође би било корисно испитати реално употребљен језик говорника, али и формулисати изјаве у анкети тако да се односе на конкретне примере језичке употребе.

ЛИТЕРАТУРА

Andropoulos (1998): J. Andropoulos, Forschungsperspektiven auf Jugendsprache: Ein integrativer Überblick, In: J. K. Andropoulos, A. Scholz (Eds.), *Jugendsprache*, Frankfurt am Main, 1–34.

Asur, Haberman (2010): S. Asur, B. Huberman, Predicting the future with social media, *2010 IEEE/WIC/ACM International Conference on Web Intelligence and Intelligent Agent Technology*, Toronto, ON, Canada, 492–499. <https://doi.org/10.1109/WIAT.2010.63>

Balakrišnan, Gan (2016): V. Balakrishnan, C. L. Gan, Students' learning style and their effects on the use of social media technology for learning, *Telematics and Informatics*, 23(1), 808–821. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.12.004>

Bacić (2023): C. Bacić, *Sintaksička varijativnost u diskursu društvenih mreža*, doktorska disertacija, Univerzitet u Beogradu, Filološki fakultet.

Blajd, Kroft (2012): R. Blythe, W. Croft, S-Curves and mechanisms of propagation in language change, *Language*, 88(2), 269–304.

Batler (2021): J. Butler, *Problemes de gènere. El feminisme i la subversió de la identitat* (B. Olid, trans.), Barcelona: Angle Editorial.

Kapland (1997): N. Coupland, Language, ageing and ageism: a project for applied linguistics?, *International Journal of Applied Linguistics*, 7(1), 26–48.

Kristal (2011): D. Crystal, *Internet Linguistics*, London: Routledge.

Dovčín (2020): S. Dovchin, *S. Language social media and ideologies: Translingual Englishes, Facebook and authenticities*, Cham, Switzerland: Springer.

Ekert (1997): P. Eckert, Age as a sociolinguistic variable, In: F. Coulmas (Ed.), *The Handbook of Sociolinguistics*, Oxford: Oxford University Press, 151–167.

Ekert, Mekonel-Gine (2003): P. Eckert, S. McConnell-Ginet, *Language and gender*, Cambridge: Cambridge University Press.

Fuler (2018): J. Fuller, Ideologies of language, bilingualism, and monolingualism, In: A. De Houwer, L. Ortega (Eds.), *The Cambridge handbook of bilingualism*, Cambridge: Cambridge University Press, 119–134.

Holmz (2001): J. Holmes, *An Introduction to Sociolinguistics*, 2nd Edition, UK: Pearson Education Limited.

Kašija (2014): H. Kachhia, Social Networking Sites (SNSs)-Shifting Paradigm of English Language Usage, *International Journal of English Language and Translation Studies*, Sebha, 132–137.

Kiršer, Zip (2022): R. Kircher, L. Zipp (Eds), *Research methods in language attitudes*, Cambridge: Cambridge University Press.

Kristijansen, Geret, Kapland (2005): T. Kristiansen, P. Garrett, N. Coupland, Introducing subjectivities in language variation and change, *Acta Linguist Hafniensia*, 27(1), 9–35. <https://doi.org/10.1080/03740463.2005.10416081>

Kommenović, Milanović (2021): M. Komnenović, N. Milanović. Mišljenje učenika osnovnih škola o kvalitetu onlajn-nastave tokom pandemije kovida 19, *Uzdanica*, 18(2), 51–66. <https://doi.org/10.46793/Uzdanica18.II.051K>

Kopas-Vukašinić, Mihajlović, Miljković (2021): E. Kopas-Vukašinić, A. Mihajlović, A. Miljković, Stavovi studenata o kvalitetu nastave na daljinu, *Uzdanica*, 18(2), 19–33. <https://doi.org/10.46793/Uzdanica18.II.019KV>

Ladegard (1998): H. J. Ladegaard, Assessing national stereotypes in language attitude studies: the case of class-consciousness in Denmark, *Journal of Multilingual and Multicultural Development*, 19(3), 182–198.

Lejkof (1975): R. Lakoff, *Language and women's place*, New York: Harper and Row.

Marston (2023): K. Marston, Young people's digitally-networked bodies: The changing possibilities of what a gendered body can be, do and become online, *Journal of Gender Studies*, 33(5), 1–15. <https://doi.org/10.1080/09589236.2023.2172555>

Miličević Petrović, Ljubešić, Fišer (2017): M. Miličević Petrović, N. Ljubešić, D. Fišer, Nestandardno zapisivanje srpskog jezika na Tviteru: mnogo buke oko malo odstupanja?, *Анали Филолошког факултета*, 29(2), 111–136. <https://doi.org/10.18485/analiff.2017.29.2.8>

Natsir (2020): N. Natsir, The compliment responses used by makassarese native speaker, *Journal of Advanced English Studies*, 3(2), 124–130. <https://doi.org/10.47354/jaes.v3i2.91>

Prodanović, Gavranović (2021): M. Prodanović, V. Gavranović, What Motivates Language Learners in Online Language Environment: A COVID-19-Affected Classroom Testimony, *Uzdanica*, 18(2), 131–143. <https://doi.org/10.46793/Uzdanica18.II.131P>

Redli (2018): J. Redli, Inovacije u jeziku mladih na društvenim mrežama, *Zbornik radova sa konferencije „Jezici i kulture u vremenu i prostoru”*, 7(2), 173–184.

Savić (2021): V. Savić, Strategies for Engaging and Challenging Young Language Learners in Online Learning Environments, *Uzdanica*, 18(2), 117–129. <https://doi.org/10.46793/Uzdanica18.II.117S>

Spasić, Spasić, Danilović Jeremić (2023): J. Spasić, N. Spasić, J. Danilović Jeremić, Leksička sredstva za iskazivanje neslaganja sa sagovornikom u društvenim medijima, *Uzdanica*, 20(1), 133–148.

Stakovijak (2020): J. Stachowiak, On the civilising of objectification. Language use, discursive patterns and the psychological expertise of work planning, *Language & Communication*, 74(1), 52–60. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2020.05.006>

Tajamont (2012): S. Tagliamonte, *Variationist sociolinguistics. Change, observation, interpretation*, UK: Wiley-Blackwell.

Tarlou, Pof (2013): C. Thurlow, M. Poff, 7. Text messaging, In: S. Herring, D. Di-eter Stein, T. Virtanen (Eds.), *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*, Berlin, Boston: De Gruyter Mouton, 163–190. <https://doi.org/10.1515/9783110214468.163>

Vuković (2022): M. Vuković. *Uticaј anglicizama sa društvenih mreža na srpski jezik i kulturu izražavanja*, doktorska disertacija, Univerzitet u Prištini sa privremenim sedištem u Kosovskoj Mitrovici, Filozofski fakultet.

Vardo (2006): R. Wardhaugh, *An introduction to sociolinguistics*, UK: Blackwell Publishing.

Danica M. Jerotijević Tišma

University of Kragujevac
Faculty of Philology and Arts
English Department

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ON DAILY COMMUNICATION AND LANGUAGE USE: SERBIAN SPEAKERS' ATTITUDES

Summary: With the advent of social media on the Internet, there have been certain changes in the attitudes and beliefs of speakers, especially in the domain of education, commerce, and communication. The accelerated advancement of technology posed a great challenge before social and linguistic communities to adapt to constant changes both on micro and macro levels. The present paper investigates sociolinguistic factors, such as gender, age and level of education, possibly affecting the attitudes of Serbian speakers towards the influence of social media on everyday communication and language. The main instrument for collecting data on attitudes was a survey consisting of three main parts, excluding the introductory part on demographic data. Namely, the first part was related to the impact of social media on society in general, the second was related to the general impact of social media on communication and human interaction, while the third part was related to the specific influence of social media on individual language use, in this case Serbian. The results demonstrated that age was a statistically significant predictor of the variability of attitudes regarding the impact of social media on society and culture and on specific language use. Gender was a statistically significant factor only when it comes to differences in attitudes about the influence of social media on society and culture, while the level of education was a statistically significant variable for attitudes about the influence of social media on the specific use of the Serbian language by individual speakers. The obtained results underline the importance of analyzing speakers' attitudes and language ideologies with regard to their potential impact on specific language behavior and changes that may occur over time, not only in everyday speech, but in standard varieties, as well.

Keywords: speakers' attitudes, gender, age, level of education, social media.