

Mestna občina Celje
Komisija mladi za celje

VPELJAVA NOVIH BESED V JEZIK Z UPORABO MEMETIKE

RAZISKOVALNA NALOGA

AVTOR:

Matevž Bervar

MENTORJA:

Valerija Zorko, prof., in Urban Jug

Celje, april 2021

Gimnazija Celje - Center

Splošna gimnazija

VPELJAVA NOVIH BESED V JEZIK Z UPORABO MEMETIKE

RAZISKOVALNA NALOGA

AVTOR:

Matevž Bervar

MENTORJA:

Valerija Zorko, prof., in Urban Jug

Mestna občina Celje, Mladi za Celje

Celje, 2021

Zahvala

Zahvaljujem se svojim mentorjema, Valeriji Zorko in Urbanu Jugu, da sta trpela »mojo neurejenost« in pomagala z nasveti ter smernicami. Prof. Valeriji Zorko se še posebej zahvaljujem za lekturo naloge.

Zahvaljujem se ravnatelju šole, prof. Gregorju Deleji, za pomoč pri izvedbi natečaja za najboljšo novotvorjenko, po katerem sem osnoval eksperiment; velikodušno je tudi dovolil, da se zmagovalne besede uporabljajo na šolskih prireditvah. Zahvaljujem se mu tudi za pomoč pri deljenju anket.

Zahvaljujem se tudi vsem, ki so si vzeli čas, da so sodelovali na natečaju in anketi s predlogi in glasovanjem.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Kazalo vsebine

1	Uvod	2
1.1	Predstavitev raziskovalnega problema	2
1.2	Hipoteze	3
1.3	Metodologija	4
1.4	Raziskovalne metode	4
2	Splošna razlaga memetike	6
2.1	Memetski življenjski cikel	6
2.2	Beseda kot mem	7
2.3	Splošna definicija besede	8
2.4	Ali je beseda mem?	8
2.5	Besedni življenjski cikel	9
2.6	Merila besednega izbora	10
3	Analiza rezultatov prvega dela ankete	13
3.1	O »povodnji tujk«	13
4	Analiza rezultatov drugega dela ankete	21
4.1	Kako ustvariti uspešno novotvorjenko?	21
4.2	Natečaj za najnovotvorjenko GCC	21
4.3	Prikaz rezultatov eksperimenta	24
4.4	Primerjava podatkov prvega in drugega dela ankete	28
5	Zaključek	30
5.1	Pomanjkljivosti v raziskovanju	30
5.2	Odgovori na raziskovalna vprašanja	30
5.3	Raziskovalni izzivi	31

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

6	Viri in literatura	32
7	Priloge	33

Kazalo grafov

Graf 1: Pogostost uporabe določene besede	15
Graf 2: Vzroki za izbiro domačih oz. tujih besed	17
Graf 3: Število glasov za posamezno novotvorjenko	23
Graf 4: Mnenje dijakov o besedi gececentracija	25
Graf 5: Mnenje anketirancev o besedi spoblisk	27
Graf 6: Delež govorcev posamezne novotvorjenke	29

Povzetek

Želel sem ugotoviti, ali je mogoče nove besede predstaviti tako, da jih bodo ljudje, ki so do novih izrazov ponavadi skeptični, sprejeli in namesto tujk začeli uporabljati. Uporabil sem knjižne in spletne vire s področja memetike, da bi ugotovil, kaj vpliva na širjenje besed. S poskusom sem ugotavljal uspešnost dveh novih besed pri dijakih šole. Z anketo sem potrdil rezultate poskusa in se pozanimal o govornih navadah dijakov.

Ugotovil sem, da je zaradi velike razširjenosti mnogim ljubša uporaba angleških tujk, ne zmenijo se za slovenske izraze, četudi jih kdo predlaga. A vendar je mogoče, da jih začno uporabljati, če jih aktivneje vključimo v proces sestavljanja besed in če poskrbimo, da zanje izve dovolj ljudi. Če se bomo bolj zanimali za svoj jezik in njegovo besedišče, lahko uspešno premagamo vpliv tujk.

Uvod

Predstavitev raziskovalnega problema

Pri prijateljih in znancih sem opazil, da v svoje izražanje pogosto vpletejo kakšno angleško besedo ali izraz, mogoče kratko frazo, saj imajo občutek, da enakega pomena v slovenščini ni. Globlji premislek me je pripeljal do zaključka, da gre tukaj za odraz širšega problema – uporabniki spleta, ki so dnevno izpostavljeni številnim tujim besedam (predvsem angleškim), začnejo te kaj hitro uporabljati tudi drugod in sčasoma preidejo v splošno rabo. V svojem raziskovalnem delu bi se rad osredotočil predvsem na te besede, ki si iz t. i. spletnega žargona (izrazja uporabnikov spleta) vztrajno vtirajo pot v naše vsakdanje izrazje. Zanimajo me vzroki za njihovo hitro širjenje, predvsem pa bi rad poiskal način, kako bi ga lahko čim uspešneje zatrli.

Mnogo tujk nima slovenskih ustreznic, ker so relativno nove ali pa do sedaj nismo čutili potrebe, da bi govorili o predmetnosti, ki jo označujejo. Lahko bi se izognili mnogim zagatam, ki jih prinašajo tujke v jezik, če bi našli manjkajoče ustreznice. Poskusi tvorbe novih besed obstajajo, a le redko padejo na plodna tla. Zakaj? Razlogov je več: bodisi je premalo zavedanja o pomenu rabe slovenskih ustreznic bodisi premalo ljudi uporablja ali izkazuje zanimanje za njihovo uporabo. Verjamem, da bi se lahko ob primerni raziskavi in analizi dokopali do natančnejšega odgovora. To bom skušal ugotoviti, rad bi odkril delujoči način uvajanja novotvorjenk, s katerim se bodo nove besede lahko lažje vgradile v jezikovni sistem.

Iščem torej način, kako uspešno poseči v naravno evolucijo jezika z dodajanjem besed; zaradi podobnosti spreminjanja jezika s spreminjanjem življa skozi evolucijo sem se pri raziskovanju odločil opreti na razvijajočo se vejo znanosti – memetiko. Ta preučuje razvoj kulturnih pojavov, kakršen je tudi besedni jezik, s pomočjo analogije na gene. Z memetiko bom lahko opisal dejavnike, ki vplivajo na besede, ko se širijo med ljudmi, in predvidel rezultate njihovega širjenja. Z raziskovanjem bi torej rad pojasnil tako uspešnost tujk v govorjenem jeziku kot ugotovil razloge za morebiten propad novotvorjenk.

Moje ugotovitve so prvotno namenjene vsem, ki bi želeli soustvarjati in oblikovati jezik. Janez Gradišnik jih v svojem delu *Še znamo slovensko* imenuje *gojitelji jezika*. Gre

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

torej za jezikoslovce, pa tudi prevajalce, pisatelje, novinarje, učitelje in pripadnike raznih strok – vsakega, ki s svojim delom vpliva na razvoj jezika. (Gradišnik, 1981) Najprej bi jim rad s svojim delom pomagal pri uvedbi novih besed; tako novinarji, pisatelji kot tudi raziskovalci so pogosto pred dilemo, ali besedo prevajati ali pustiti v izvorniku – spodbujam jih k možnosti, da raje ustvarijo novo besedo kot ponavljajo tujo. Moj namen je tudi, da bi spoznanja služila kot opomin, da moramo biti za jezikovne spremembe bolj odprti. Bržkone lahko moje delo koristi tudi ožjemu krogu jezikoslovcev, morda tudi sociologom in memetikom, ko razvijajo nove teorije o razvoju jezika.

Osrednji cilji mojega raziskovalnega dela so:

1. Z uporabo memetike opisati pojave v jeziku, predvsem v kontekstu širjenja novih besed – ugotoviti, kakšni dejavniki delujejo na angleške in slovenske besede ter opredeliti razlike med njimi.
2. Z empiričnim delom (eksperiment) odkriti pogloblitve pristope za uvajanje novih besed, da se bodo te lažje vključile jezikovni sistem.

Raziskovalna vprašanja so:

1. Kateri dejavniki delujejo na uporabo besed?
2. Katere so pogloblitve razlike med okoliščinami širjenja angleških tujk in novih slovenskih besed?
3. Pod katerimi pogoji se nova beseda ohrani? Ali je možno predstaviti novo besedo tako, da jo bo sprejelo čimveč govorcev?

Hipoteze

Postavil sem več hipotez, ki se nanašajo tako na prvo kot na drugo raziskovalno vprašanje.

H1: Slovenci še vedno raje uporabljajo tuje besede, čeprav so se za mnoge že pojavile slovenske ustreznice.

H2: Mladim so tujke privlačnejše od slovenskih ustreznic, ne glede na obliko in zven besede, saj jim zaradi njihovega izvora pripisujejo višjo vrednost.

H3: Tujke so po pomenu bolj dvoumne in se jih zato lažje uporablja.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

H4: Zaradi svoje pogostejše rabe tujke lažje preidejo v besedišče mladih kakor slovenske ustreznice.

H5: Za uspešno predstavitev novotvorjenke poskrbeti za dvoje:

- Doseči, da bo čim več ljudi čim hitreje izvedelo za predlagano besedo, saj bodo tako bolj uporabljali novo besedo.
- Približati tvorbo novih besed in njihovo uporabo ljudem, da se bodo novemu izrazju manj upirali.

Metodologija

Raziskovanje sem začel s pregledom literature: predvsem sem se osredotočil na preučevanje temeljev memetike, da bi si lahko pomagal pri vzpostavljanju razlage širjenja besed. Literaturo sem analiziral in izluščil pogloblitve teze, ki mi bodo pomagale pri mojem raziskovanju.

Raziskovanje je bilo zahtevno, saj je podatkov na to temo malo in so težko dostopni ter razpršeni, zaradi česar sem prilagodil teoretična izhodišča z namenom, da bi mi bolje služila pri izvedbi raziskovalne naloge. Večino teoretičnega dela sem oblikoval samostojno na podlagi memetike, pri tem pa sem se opiral na osnovno jezikoslovno gradivo s področja besedoslovja. Izvedel sem kratko analizo hipotez o širjenju tako tujih kot domačih besed, ki sem se jih želel potrditi v raziskovalnem delu.

Raziskovalne metode

Metoda raziskovanja, ki sem si jo izbral, je eksperiment. Na mojo pobudo se je od 27. 10. do 25. 11. 2019 na šoli izvajal *natečaj za najboljšo novotvorjenko na GCC*, pri katerem so dijaki lahko sodelovali s svojimi izvirnimi besedami, nato pa so lahko izglasovali tudi zmagovalno besedo, ki je bila razglašena 1. decembra in tudi uradno priznana beseda na šoli. Zanimalo me je, kako se bodo dijaki odzvali na predlagane besede. Želel sem izvedeti, ali bodo prešle v uporabo ali bodo utonile v pozabo.

Nekaj mesecev po izvedbi natečaja in razglasitvi rezultatov sem na šoli izvedel anketo, ki je bila razdeljena na dva dela. Prvi del je preverjal prve tri hipoteze – dijake sem spraševal o njihovih govornih navadah in s primeri ugotavljal, ali uporabljajo več tujk ali domačih besed.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Drugi del ankete se je navezoval na eksperiment – anketiranci so ocenjevali, koliko uporabljajo besede, ki so zmagale na natečaju. S tem sem preveril zadnjo hipotezo raziskovanja. Anketo je opravilo 397 dijakov GCC, obeh spolov, med prvim in četrtem letnikom srednješolskega izobraževanja.

Splošna razlaga memetike

Pri svojem raziskovanju se bom opiral na memetiko. S pomočjo te vede bom lahko učinkoviteje opisal in razložil širjenje besed.

Memetika je veda, ki preučuje podvojevanje, širjenje in razvoj *memov*. (Heylighen, 2001) Pred opredelitvijo pojma *mem* bom predstavil zgodovino memetike. Beseda *mem* se je prvič pojavila v knjigi *Sebični gen* (izvorni naslov *Selfish gene*), ki jo je napisal Richard Dawkins in katere glavna tema je evolucionarna biologija. Dawkins je namreč evolucionarni biolog, ki preučuje gene – *biološke podvojevalnike*, kot jim imenuje sam. (Dawkins, 1976)

Od kod izvira takšno poimenovanje? Po splošni biološki definiciji je gen odsek DNA ali RNA, ki zapisuje neko molekulo, ta pa opravlja neko funkcijo. (Campbell, 2011) Kar dela gene drugačne od drugih zapisov za informacije, je njihova sposobnost, da se podvojujejo – ustvarjajo natančne kopije samega sebe. Da lahko te kopije preživijo in se podvojujejo naprej, si geni »zgradijo« t. i. *naprave za preživetje*, kot Dawkins (1976) imenuje vse organizme – od solate, hrošča, do človeka, ki vsi delujejo le kot zatočišče za svoje gene, da se lahko ti v miru spet delijo. Nekateri geni so v gradnji naprav uspešnejši od drugih – bodisi jih lahko zavarujejo za dlje časa bodisi jim omogočajo, da se podvojujejo hitreje ali pogosteje. To jim omogoča, da ustvarijo več natančnih kopij samega sebe in sčasoma »izrinejo« konkurenčne gene. Tako že milijone let poteka *biološka evolucija*. (Dawkins, 1976)

Dawkins predlaga, da geni niso edini možni podvojevalniki in da tako biološka evolucija ni edina možna oblika evolucije. Opre se na kulturno evolucijo, izraz, ki sicer obstaja že od 19. stoletja (vir: wikipedija). Predlaga, da mora imeti za biološko evolucijo tudi ta osnovni podvojevalnik, kakor je gen. Predlaga nov izraz, *mem* (Dawkins, 1976). Modernejša definicija opredeljuje *mem* kot miselni ali vedenjski vzorec, shranjen v posameznikovem spominu, ki se lahko kopira v spomin drugega posameznika (Heylighen, 1993). Tudi človekove misli se namreč lahko obnašajo kot podvojevalniki.

2.1 Memetski življenjski cikel

Če imam v glavi nek miselni vzorec, na primer preprosto melodijo, jo lahko prek požvižgavanja prenesem na druge ljudi. Ti jo slišijo ter si v spominu ustvarijo bolj ali manj natančno kopijo melodije. Gledano z vidika memetike se je *mem* melodije pravkar

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

podvojil. Oseba, ki za melodijo prej sploh ni vedela, pa zdaj v sebi nosi njeno kopijo. Dokler jo bo ohranila v spominu, bo ostala *nosilec* mema (Dawkins, 1976) oziroma *gostitelj*, kot jih imenujejo mnogi, ki meme primerjajo s kužnimi boleznimi in paraziti. (Heylighen, 1993)

Prvi dejavnik, ki je nujen, da oseba postane gostitelj, je, da mem sploh opazi. Ko zazna izražanje nekega memovega gostitelja, na primer osebe, ki si žvižga melodijo, si v mislih ustvari memovo kopijo. Pomembno je tudi, da ji mem ostane v spominu – to je enostavnejše, če je mem preprost za razumevanje ali zanimiv. Če je oseba mem zaznala, si bo v mislih ustvarila njegovo kopijo, ki bo tam ostala »živa« tako dolgo, dokler je oseba ne bo opustila zaradi kakšnega zanimivejšega mema.

Gostitelj za mem pomeni zelo malo, dokler ga ta ne izraža – ne le, da s tem ponavlja vzorec, s čimer si ga še bolj vtisne v spomin (kar pomeni manjšo možnost, da se mem pozabi in izgubi status gostitelja), ampak ga tudi izpostavlja novim potencialnim gostiteljem, ki bi jih lahko okužil, kar pa omogoča njegovo širjenje. Od gostitelja do potencialnega gostitelja poteče prenos mema – nova oseba zasliši melodijo – in memetski cikel se začne znova. (Heylinghen, 1998)

Uspešnost posameznega mema – število gostiteljev, ki jih pridobi – je odvisna od njegovih lastnosti, ki mu pomagajo na različnih stopnjah življenjskega cikla. Pri širjenju je pomembna njegova edinstvenost in vidnost, pri pomnjenju pa na primer njegova preprostost in zanimivost. Mem mora biti takšne oblike, da ga bo imel gostitelj željo izražati.

Seveda je uspešnost mema odvisna tudi od drugih dejavnikov – od dovzetnosti gostitelja in njegovih preferenc, načina izražanja in možnih motenj pri prenosu, zunanjih dejavnikov, smrti gostiteljev ...

Če preučimo dejavnike, ki vplivajo na neko populacijo mema in njegove lastnosti, si lahko ustvarimo jasno sliko o njegovem širjenju in tekmovanju z drugimi memi. Tako lahko ugotovimo, kako bi lahko širjenje pospešili.

2.2 Beseda kot mem

Z osnovami memetike, ki sem jih opisal v poglavju 2 *Splošna razlaga memetike*, sem postavil pomemben temelj za preučevanje. Sistem, ki so ga vzpostavili Heylinghen ter drugi memetski pionirji, mi bo služil kot osnova za opisovanje spremenljivk pri širjenju

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

besed. Opisal sem ga le okvirno, saj ga bom za preučevanje besed, ki niso enake ostalim memom, nekoliko preoblikoval in prilagodil.

Praden se te naloge lotim, pa je bom vzpostavil novo definicijo: kaj je sploh beseda?

2.3 Splošna definicija besede

Ena od primarnih sposobnosti, ki človeka dela posebnega kot vrsto in ki deloma tudi omogoča pojav memov, je besedna komunikacija. Razvila se je zaradi potrebe ljudi, da se sporazumevajo natančneje, kot jim omogoča le nebesedna komunikacija. Dogovorili so se, da s posebnimi znamenji ali zvoki poimenujejo točno določene pojave ali odnose med pojavi – tako so nastale besede. (Križaj Ortar, 2001)

Beseda ima neko obliko, zvočno ali pisno, ki jo lahko posameznik zazna. To je tvarna stran besede. (Križaj Ortar, 2001) Zanj stoji pomen – to je nek pojav ali odnos med pojavi, na katerega se hoče navezati sporočevalec, ko prejemniku sporoči določeno besedo. (Križaj Ortar, 2001) Beseda je torej jezikovna enota, ki jo lahko zapišemo ali izgovorimo (po njeni tvarni strani) in ima določen pomen.

Besedo določata tvarna stran in pomen – dokler za neko besedo ostaneta nespremenjena, lahko govorimo, da gre dogovorjen pomen besede. Če pa se katera od teh dveh lastnosti spremeni, se spremeni tudi beseda. V memetskem smislu »mutira« – postane nov mem.

2.4 Ali je beseda mem?

Besede so podobne melodijam, ki si jih žvižgamo – imajo zvočno podobo, ki jo izrazimo z oglašanjem. Oseba, ki jo sliši, si jo lahko zapomni in uporablja znova. Že po tem vidimo, da so besede memi – so miselni vzorci, ki se lahko kopirajo v spomin drugih. Tvarna stran besede ima že po naravi zvočno ali pisno obliko, zaradi česar je potencialnemu gostitelju ni težko sprejeti (bodisi prek poslušanja ali branja), si je zapomniti in nazadnje izraziti (prek pisanja ali govora).

Besedo od drugih memov ločuje razlog za njen obstoj. Melodijo si žvižgamo spontano, pogostost in časovna razporejenost žvižgov pa je nepredvidljiva. V nasprotju z melodijami in drugimi zvočnimi ter pisnimi memi imajo besede jasno načrtan namen – izražanje pomena. Besede si ponavadi ne govorimo kar tako, temveč le takrat, ko bi radi z njeno tvarno stranjo izrazili njen pomen.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

To močno spremeni potek vseh stopenj memetskega izbora. Pogostost izražanja besednega mema ni več naključna (kakor je pri melodiji, ki si jo lahko žvižgaš skoraj kadarkoli), temveč se popolnoma sklada z gostiteljevo potrebo po sporočanju konkretnega pomena drugi osebi.

Ker se besede obnašajo precej drugače od večine ostalih memom, bi rad teoretični opis njihovega življenjskega cikla nekoliko prilagodil, da mi bo olajšal njihovo raziskovanje.

2.5 Besedni življenjski cikel

V poglavju 2.1 *Memetski življenjski cikel* sem že opisoval štiri stopnje memetskega življenjskega cikla. Pri besedah bi rad stopnje sprejemanja obravnaval nekoliko drugače, in sicer na način, ki omogoča lažjo analizo razvoja posameznih besed. Namesto da bi obravnaval posamezne stadije življenjskega cikla besed, bom obravnaval stopnje sprejemanja besede s strani gostitelja.

Oseba, pri kateri besedni mem ni na nobeni od stopenj življenjskega cikla, je *potencialni gostitelj*. Določeni besedi še nikoli ni bila izpostavljena. Ker pri razumevanju in sprejemanju besed načeloma ne pride do večjih težav (njihove zvočne oblike ni težko razumeti, prav tako je lahko pomen brez težav razberljiv iz konteksta), lahko predpostavljamo, da je vsak potencialni gostitelj, ki je bil besedi izpostavljen, prešel do stopnje retencije ali pomnjenja besede. Na tej točki je postal *seznanjeni gostitelj*.

Seznanjeni gostitelj je za besedo že slišal in jo razume ter jo tako ohranja v spominu. Kljub temu ob primerih, kadar želi izražati pomen dotične besede, raje uporabi drugo besedo. Besedo si je torej zapomnil, a je ni vključil v svoje *besedišče*. Ko gostitelj besedo začne aktivno uporabljati za izražanje njenega pomena, ta preide do stopnje *izražanja*, seznanjeni gostitelj pa postane *gostitelj prenašalec*, za katerega bi v odnosu do besed uporabljal kar izraz *govorec* (besede). Šele na tej točki lahko rečemo, da je beseda vstopila v njegovo besedišče. Za besede tako predlagam, da se njihova uspešnost ne meri prek števila seznanjenih gostiteljev (kakor bi veljalo za ostale meme) v določeni populaciji, temveč prek števila gostiteljev prenašalcev oz. govorcev določene besede.

Beseda, ki izgubi vse gostitelje, tako seznanjene gostitelje kot govorce, preide v pozabo in izumre (če ne ostane del »starih zapisov ali zvočnih posnetkov). Beseda, ki

izgubi vse govorce, a ohrani določeno število seznanjenih gostiteljev, izgubi aktualnost v jeziku in postane arhaizem.

Uspešnost besede v neki skupnosti bi lahko merili prek razmerja med gostitelji prenašalci in seznanjenimi ali potencialnimi gostitelji. V memetiki memov *fitness* izraža število preživelih iteracij mema v določenem času. (Heylinghen, 2001) Predpostavljam, da je delež govorcev veliko boljši pokazatelj, koliko potencialnih gostiteljev je beseda že usvojila, zaradi česar bom uporabljal to merilo pod izrazom *uspešnost besede*. Uspešnost besede se večja, ko ta pridobiva nove govorce, in zmanjšuje, če jo obstoječi govorce opustijo ali prenehajo uporabljati zaradi drugih razlogov. Pomembno je omeniti tudi *poznanost besede*, izraz, ki označuje delež seznanjenih gostiteljev v določeni populaciji.

2.6 Merila besednega izbora

Pridobivanje in izgubljanje gostiteljev prenašalcev, ki sta vezana na preživetje besednega mema skozi različne stopnje življenjskega cikla, je odvisno od meril memetskega izbora, ki sem jih že razložil v prejšnjih poglavjih. Glede na njih se možnost, da bo seznanjeni gostitelj besedo prevzel, večja ali manjša. To možnost sem se poimenoval *privlačnost besede* in je skupen rezultat vseh posameznih meril memetskega izbora.

Glede na to, na katerega udeleženca cikla se nanašajo, jih Heylighen razdeli na štiri skupine. Subjektna merila se nanašajo na lastnosti gostitelja oz. potencialnega gostitelja, intersubjektna na odnose med potencialnimi gostitelji, memova na lastnosti mema, zunanja (objektna) pa na dejavnike izven vpliva tako mema kot gostitelja. (Heylighen, 1994) Memovo preživetje je od teh meril odvisno na vseh stopnjah njegovega življenjskega cikla. V svojem članku Heylighen opiše več primerov posameznih kriterijev, ki pa se mi v kontekstu besed ne zdijo pomembni. Zanje bi tako omenil sledeče kriterije, ki jih bom oredstavil v nadaljevanju.

Najpomembnejše zunanje merilo je *pomenska aktualnost*. Bolj kot je pomen neke besede pomemben, večja je potreba po njegovem izražanju. Večkrat, kot morajo posamezniki izraziti nek pomen, večkrat bodo s tem tudi širili besedo, ki ji je ta pomen pripisan. Nekateri pomeni so tako aktualni, da sprožijo nastanek podpomenov in s tem številne nove besede, spet drugi pa sčasoma postanejo tako nepogosti, da zanje

sploh več ni treba besede in jih raje izrazimo kar s stavkom. Kot primer aktualnega pomena bi izpostavil psa (biološko *Canis lupus familiaris*), s katerim se srečujemo tako pogosto, da obstajajo izrazi za podpomene prisrčnega psa (kuža, kužek) in nadležnega, nevarnega psa (cucek, mrcina). Neaktualen pomen bi bil pomen besede *helebarda*, srednjeveškega orožja, ki ga je izpodrinilo strelsko orožje (SSKJ besedi doda kvalifikator »*nekdaj*«).

Aktualnost besednega pomena močno vpliva na nastanek novih in ohranitev starih gostiteljev prenašalcev. A vendar deluje bolj kot predpogoj za uspešno širjenje besede in, dokler je stabilen, nima znatnega vpliva na njeno uspešnost. Kadar je pomen besede stabilen, je za ugotavljanje uspešnosti besede treba opazovati tekmovanje med različnimi besedami s tem pomenom – gre za dejavnik *konkurenčnih besed*. V primeru, da je v obtoku več besed, ki opisujejo enak pomen, bodo te tekmovala za »prostor« v besedišču gostitelja prenašalca. Ta bo vključil vanj le tiste besede, ki bo imela zanj največjo privlačnost (pogosto je to le ena izmed besed, lahko pa jih je tudi več).

Ostala zunanja merila vključujejo prisotnost *zunanjih pritiskov*, da posameznik izbere eno izmed besed. Lahko gre za socialni (tako so lahko besede ponekod označene za neprimerne ali žaljive) ali uradni pritisk (ki je, splošno gledano, precej redek).

Memova merila predstavljajo lastnosti mema; pri besedah je v glavnem treba omeniti *privlačnost tvarne strani*: načeloma velja, da je krajša in preprostejša beseda tudi privlačnejša, saj si jo posameznik lažje zapomni. Tako je imel npr. okrajšan izraz CD v angleško govorečih državah prednost pred izvornim »compact disc«. Besedo si je lažje zapomniti tudi, če je njena tvarna stran vezana na pomen; to sproži asociacije na določen pomen – v tem je imela beseda »compact disc«, ki opiše predmet kot disk, na katerega se zgosti podatke – prednost pred izrazom CD.

Subjektna merila se že po definiciji spreminjajo od posameznika do posameznika, vendar lahko za določene skupine ljudi naredimo posplošitve, ki nam bodo pomagale razumeti, kako se bodo odzvali na določeno besedo. Kot splošno merilo bi določil *seznanjenost*: predvidevam, da je za posameznika določena beseda privlačnejša, večkrat, kot ji je izpostavljen v vsakdanjem življenju. Vsakič, ko jo sliši, mu postane bolj domača. Seznanjenost je izpostavljenost seznanjenega gostitelja besedi, večja se s številom stikov, ki jih ima z njo, zato je neposredno povezana s številom govorcev

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

besede v njegovi okolici in s številom knjig, filmov, člankov in drugih medijev, ki jih sprejema in vsebujejo prav to besedo.

Ker se seznanjenost besede za ljudi veča s številom njenih govorcev, je smiselno sklepati, da deluje sprejemanje besede po principu snežne kepe: več, kot ima govorcev, lažje pridobi nove, ki še povečajo njeno seznanjenost, kar širi njeno razširjenost. Konkurenčne besede z več govorcev imajo veliko prednost pred besedami z manj govorcev.

Za intersubjektna merila velja podobno kot za subjektna in jih težko posplošimo. Spreminjajo se ne le v odnosu seznanjenega gostitelja do besede, ampak glede na to, kdo ali kaj seznanjenega gostitelja z besedo. Posamezniku bo beseda verjetno privlačnejša, če jo bo slišal od znanca, sorodnika, prijatelja kot pa od uradne osebe (npr. učitelja).

Če ponazorim zgoraj napisane podatke s formulo:

$$\begin{aligned} & \textit{Privlačnost} && \textit{(besede)} && = \\ & \textit{aktualnost pomena} + \textit{privlačnost tvarne strani} + \textit{seznanjenost +/- (zunANJI} \\ & \textit{pritiski, subjektna, inter-subjektna merila)} \\ & \textit{– v primerjavi s privlačnostjo (konkurenčnih besed)}. \end{aligned}$$

Če pogledamo na besede z vidika memetike, vidimo, da lahko njihovo širjenje in uporabo preučujemo ter razumemo na višji ravni kot sicer. S teoretično podlago, ki sem jo pridobil in oblikoval, bom lahko mnogo učinkoviteje obdelal in predstavil podatke, pridobljene v ankete.

3 Analiza rezultatov prvega dela ankete

3.1 O »povodnji tujk«

Besedni življenjski cikel se odvija znova in znova. Mnogo besed izgublja govorce, spet druge jih hitro pridobivajo. V slovarju Oxford English Dictionary, na primer, je bilo le v obdobju od marca do junija tega leta vključenih več kot 1400 novih besed (vir: <https://public.oed.com/updates/>). Mnogo novotvorjenk oz. neologizmov, besed, ki v jeziku še niso splošno uveljavljene in nastajajo na svetovnem spletu, najde pot v besedišče Slovencev.

Bojan Gradišnik je ob dnevu maternega jezika za Delo napisal sledeče: »Sedanje stanje slovenščine me navdaja z žalostjo, ker naredimo premalo novih besed in raje uvažamo tuje celo tja, kjer že imamo svoje. Tako, recimo, vplivneža nadomešča 'influencer'. Ker se le malokomu še ljubi kaj prevesti, se razblinja uveljavljeno domače izrazje. [...]« (Gradišnik, 2019)

Vprašanje tujk v slovenščini ni nič novega. Janez Gradišnik se proti t. i. povodnji tujk opredeli v knjižici *Še znamo slovensko?*, kjer tudi obrazloži mnogo argumentov za in proti ustavljanju takšne povodnje, do katerih se ne mislim opredeljevati (Gradišnik, 1981). Mnogo jezikoslovcev torej opaža, da v slovenščino prehaja mnogo tujk, ki prevzamejo govorce domačih besed. Kadar gre za relativno nove pomene, pridobivajo govorce hitreje kot nove slovenske ustreznice.

3.2 Uspešnost besed t. i. internetnega žargona

V tem poglavju bi rad odgovoril na vprašanje, zakaj so tujke tako uspešne. V odgovor na to vprašanje sem že v uvodnem delu omenil tri glavne hipoteze:

H1: Slovenci še vedno raje uporabljajo tuje besede, čeprav so se za mnoge že pojavile slovenske ustreznice.

H2: Mladim so tujke privlačnejše od slovenskih ustreznic, ne glede na obliko in zven besede, saj jim zaradi njihovega izvora pripisujejo višjo vrednost.

H3: Tujke so po pomenu bolj dvoumne in se jih zato lažje uporablja.

H4: Zaradi svoje pogostejše rabe tujke lažje preidejo v besedišče mladih kakor slovenske ustreznice.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Na anonimni spletni anketi, ki jo je rešilo 397 dijakov od prvega do četrtega letnika, sem s prvim vprašanjem poskusil potrditi prvo hipotezo, da imajo med mladimi angleške besede precej več govorcev kot slovenske ustreznice.

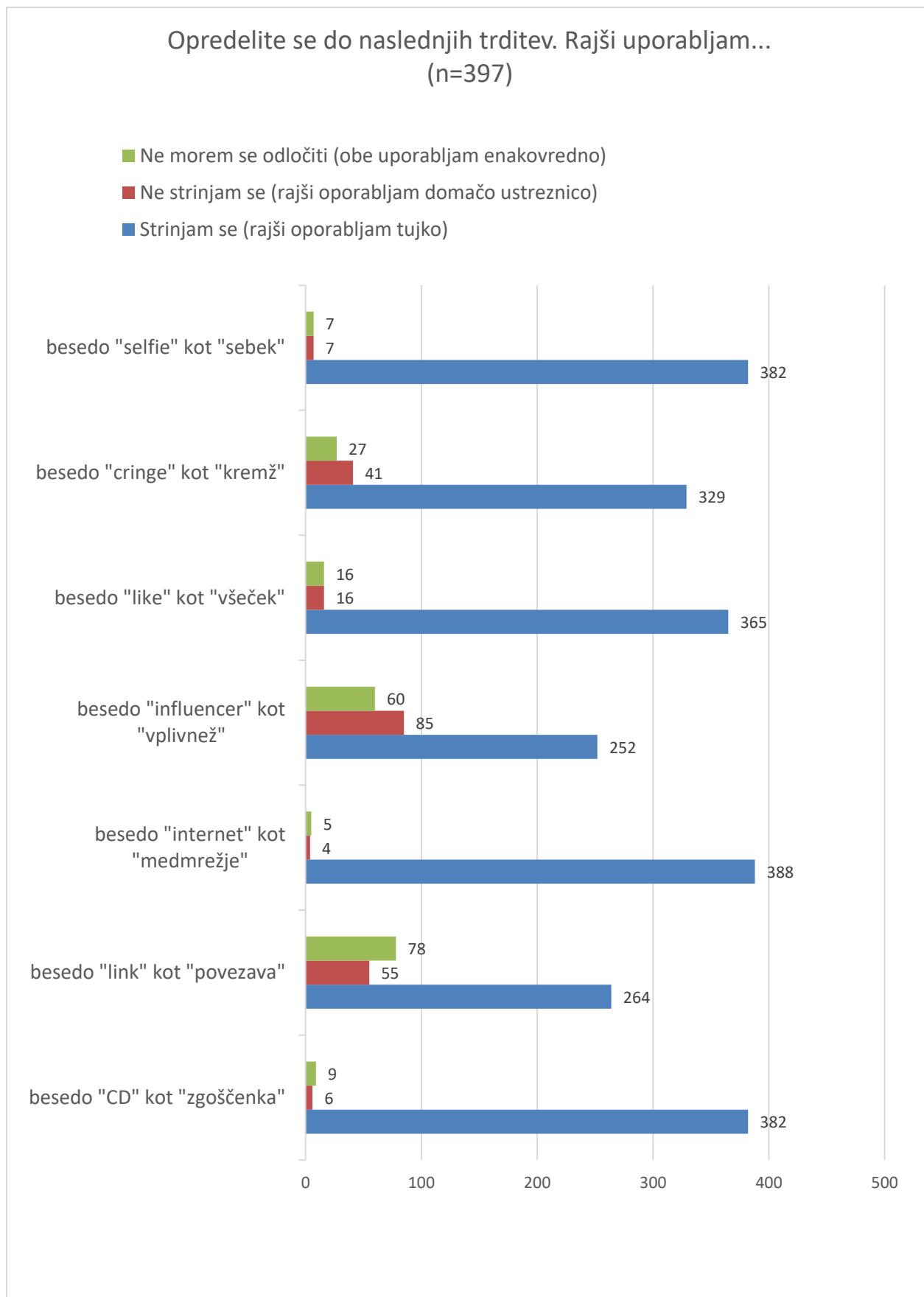
Pri prvem vprašanju sem dijakov predstavil pare besed – tujke in njene slovenske ustreznice. Izbrani pari so bili:

- *CD (compact disk)* in *zgoščanka*
- *link* in *povezava*
- *internet* in *medmrežje*
- *influencer* in *vplivnež*
- *like* in *všeček*
- *cringe* in *kremž*
- *selfie* in *sebek*

Dijaki so morali odgovoriti, katero besedo pogosteje uporabljajo.

Besede sem izbral previdno, vendar je v glavnem šlo za takšne, ki se pogosto uporabljajo na spletu. Namenoma sem izbral nabor besed, ki (po mojem mnenju) doživljajo različne mere sprejetosti v Sloveniji. Lahko bi jih razvrstili v tri sklope. Besede *všeček*, *medmrežje*, *zgoščanka* in *povezava* so vse besede, ki se uporabljajo že dlje časa, medtem ko sta *kremž* in *sebek* novejši. *Vplivnež* se razlikuje od ostalih besed po tem, da obstaja v jeziku že zelo dolgo, vendar je šele pred kratkim dobila ujemajoč pomen besedi »influencer«.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike



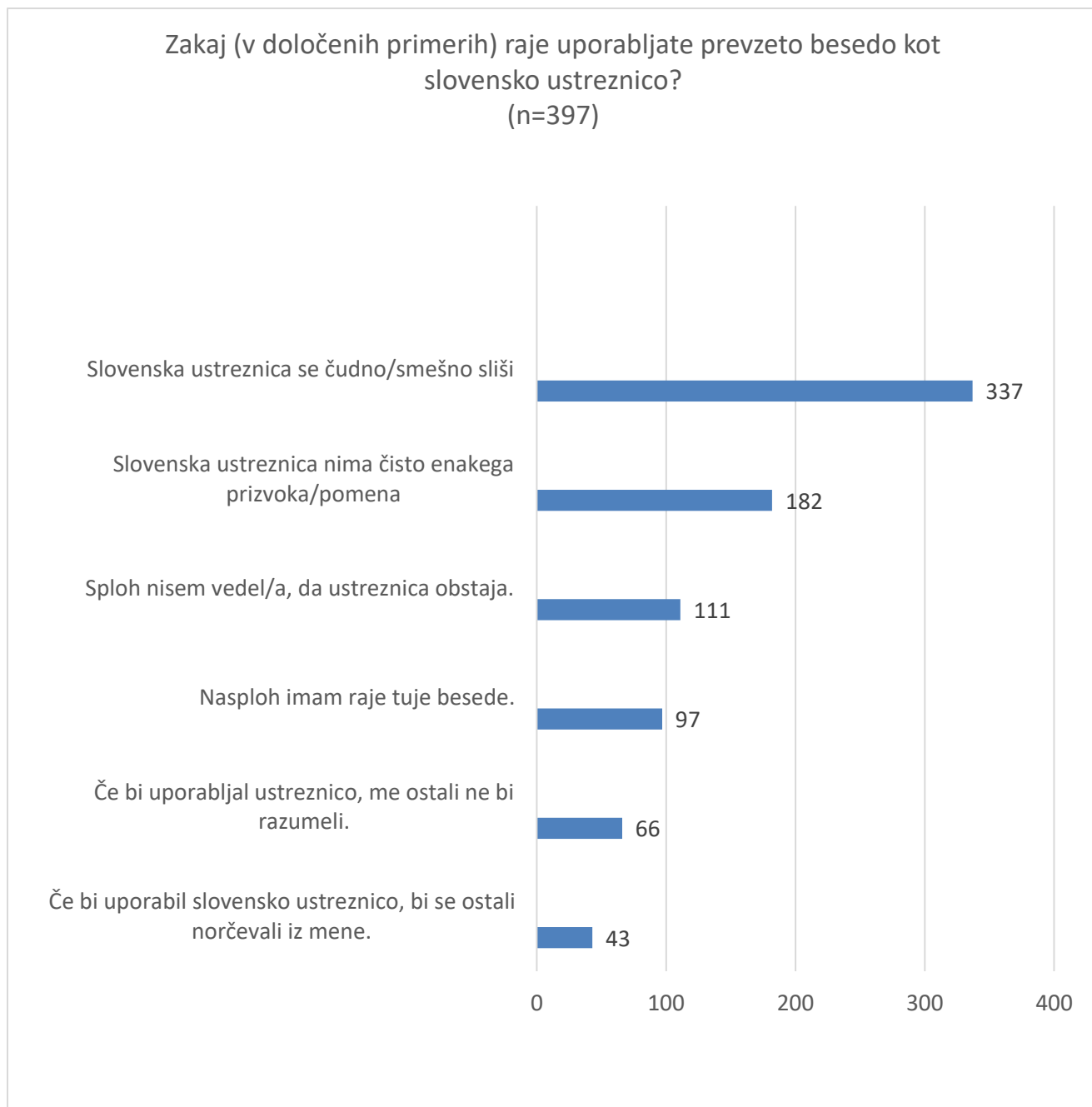
Graf 1: Pogostost uporabe določene besede

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Rezultati potrjujejo mojo prvo hipotezo, vsaj z vidika populacije šole. Pri vseh parih tujke krepko vodijo po številu govorcev. Njihova prednost pri uporabi v primerjavi s slovenskimi ustreznici niti pri enem primeru ni pod 60 %, pri štirih od sedmih pa celo presega 90 %. Največ govorcev imajo beseda povezava, vplivnež in kremž, medtem ko medmrežje, ki ima celo definicijo v Slovarju Slovenskega knjižnega jezika, uporablja manj kot tri odstotke bolj ali manj seznanjenih govorcev, vključno s tistimi, ki kolebajo med obema besedama.

Drugo anketno vprašanje se je nanašalo na prednosti tujk. Dijaki so izbrali enega od podanih odgovorov (ali pisali pod »drugo«, vendar je bila ta možnost redko izbrana) na vprašanje: *Zakaj (v določenih primerih) raje uporabljate prevzeto besedo kot slovensko ustreznico?*

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike



Graf 2: Vzroki za izbiro domačih oz. tujih besed

Poglejmo, do kakšne mere se odgovori na vprašanje ujemajo z mojimi hipotezami:

H2: Mladim so tujke privlačnejše od slovenskih ustreznic, ne glede na obliko in zven besede, saj jim zaradi njihovega izvora pripisujejo višjo vrednost.

Zanimiv je najpogostejši odgovor (izbralo ga je skoraj 85 % anketirancev), da se slovenska ustreznica *čudno sliši*. Ni nenavadno, da se nam v primerjavi s tujo besedo domača ustreznica zdi bolj neobičajna?

Mislím, da gre tukaj za pojav, ki ga Gradišnik poimenuje kot *snobizem*, torej občudovanje vsega tujega. (Gradišnik, 1981) Tuje besede naj bi imele za mnoge nek neoprijemljiv »čar« – določenim skupinam ljudi naj bi bile tuje besede všeč iz edinega in preprostega razloga, tj. zaradi njihove tujosti. Mnogi se ga zavedajo, spet drugi pa tudi ne. Skoraj četrtina anketirancev je pri utemeljevanju svojega besedišča izbrala možnost »nasploh imam raje tuje besede.«

O vzrokih za t. i. jezikovni snobizem lahko le ugibam, vendar ga povezal z izvorom tujih besed. Kakor tudi slengovske besede izhajajo tudi tujke iz virov, ki so mladim ljudem blizu – iz spleta, ki je mnogim kakor drugi dom. Domače besede so zato mnogo manj mikavne in imajo v svetu in življenju maldih tudi manjšo težo, še posebej zato, ker so njihovi izumitelji ponavadi ljudje, katerih prisotnost na spletu in v žvljenju mladih je nizka.

Snobizem tako zaenkrat definiram kot subjektivno merilo. (saj je vezano na posameznikov odnos do besede oz. njenega izvora – ki pa je večini razviden že iz tvarne strani)

H3: Tujke so po pomenu bolj dvoumne in se jih zato lažje uporablja.

Drugi najpogostejši odgovor – da slovenska ustreznica nima enakega prizvoka/pomena – prav tako odraža mojo hipotezo. Dejavnik imenujem *dvoumnost tujk*. Definiral bi ga kot poddejavnik *privlačnosti tvarne strani* (tj. eden od vzrokov, zakaj je tvarna stran tujk privlačnejša). Omenja ga že Gradišnik v knjigi *Ali še znamo slovensko?*. Njegova razlaga zadene bistvo:

»Domača beseda ima največkrat stvaren, konkreten izvir; [...] Tuja beseda pa za Slovence, ki ne pozna njenega nastanka, nima konkretne vsebine [...] Za mnoge tujke

velja enačba: kolikor bolj neomejena je vsebinsko, toliko bolj je megljena, neulovljiva, spremenljiva. Kdor je v zadregi, [...] si zato rad pomaga s tujko, ki lahko pomeni marsikaj.« (Gradišnik, 1981: 28)

Tujke se nam torej že zaradi svoje zvočne oblike zdijo bolj ohlapne, kar le še poveča njihovo privlačnost, saj lahko marsikdaj navidez »nadomestijo« slovenske izraze, ki se nam zdijo preveč pomensko ozki.

H4: Zaradi svoje pogostejše rabe tujke lažje preidejo v besedišče mladih kakor slovenske ustreznice.

Najpomembnejši dejavnik, ki ga lahko izluščim iz ostalih odgovorov, je *seznanjenost*, merilo, ki sem ga že omenil v poglavju 3.4. *Merila memetskega izbora* kot subjektivno merilo, ki označuje splošno izpostavljenost seznanjenih gostiteljev z besedo. Omenil sem tudi, da se večja s številom govorcev, kar je skladno z današnjo situacijo.

Tuje besede, ki so se hitro in uspešno razširile s pomočja spleta, saj jih zazna povprečni slovenski uporabnik, so morale proces pridobivanja govorcev na »rodnem« spletu že končati. Tako zelo hitro prodrejo v um njegovih uporabnikov, saj jih, če so pogosto na spletu, slišijo, vidijo in preberejo vsakič znova ... Besede, ki so nove na medmrežju, pogosto še nimajo ustreznice, a vendar bodo uporabniki interneta tudi v vsakdanjem življenju želeli izražati pomen, na katerega tako pogosto naletijo. Začeli bodo uporabljati tujko, ki se bo nato razširila tudi na ostale člane njihovega kroga, s čimer si bo povečala seznanjenost in nadaljevala širjenje kroga uporabnikov.

Slovenska ustreznica, ki bo uvedena kasneje, se s peščico govorcev ne bo sposobna kosati s tujo besedo.

Odgovori, kot so *Sploh nisem vedel/a, da ustreznica obstaja, če bi uporabljal ustreznico, bi se ostali norčevali iz mene in če bi uporabljal ustreznico, me ostali ne bi razumeli*, kažejo, kako nizko je poznavanje slovenskih ustreznic med mladimi. Mnogo jih ni prešlo niti na stopnjo seznanjenih gostiteljev, tisti, ki pa so, si besede ne upajo uporabljati, ker ne slišijo, da bi jo uporabljal kdorkoli drug. Treba je razširiti krog govorcev, ki bi besedo uporabljali..

Na podlagi teorije in rezultatov ankete predvidevam, da obstajajo trije ralogi, ki vplivajo na uspešnost tujk: prvi je visoka *seznanjenost*, ki izhaja iz večjega števila govorcev in

razširjenosti na spletu. Drugi vzrok sta tako njihova dvoumnost, ki lajša izražanje, tretji snobizem (zaveden ali ne) mnogih seznanjenih gostiteljev.

Kako torej tujke od uporabnikov spleta preidejo v besedišče? Uporabniki besede z angleških predelov prenesejo na slovenske spletne strani, bloge in družabna omrežja, pa tudi v vsakdanje življenje in pogovor, od koder se širijo naprej.

Janez Gradišnik kot krivce za širjenje tujk omeni medije – predvsem malomarne pisce oddaj in člankov v časopisih ter govorce na radiju. Njegova kritika se mi zdi še kako aktualna – 24ur.com je, na primer, 27. julija objavil članek z naslovom *Influencerji v strahu: bodo morali poiskati službe, če Instagram ukine 'všečke'*? Zanimivo je videti, da nenehno uporablja izraz *influencer* kljub uveljavljeni ustreznici *vplivnež*, medtem ko slovenski izraz *všeček* postavi v narekovaje. Mediji so prav gotovo pomemben dejavnik širjenju rabe določenih besed, zato je škoda, da pri tem ustrežneje ne upoštevajo jezikovnih pravil.

Razvidno je torej, da se tuje besede na mnogih področjih vsiljujejo v naše besedišče prav zaradi t. i. začetne prednosti (mnogi bi uporabili kar besedo *headstart*, čeprav je ustreznica na dlani), ki je posledica njihove razširjenosti v jeziku. Vendarle obstajajo načini, kako bi lahko slovenske ustreznice predstavili učinkovitejši način – tako, da bodo imele večjo privlačnost in jih bodo ljudje prej sprejeli za svoje.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Analiza rezultatov drugega dela ankete

Kako ustvariti uspešno novotvorjenko?

Čeprav sem s prvim delom raziskave potrdil, da imajo tujke prednost na vseh ravneh, ki merijo privlačnost besede, sem vendarle prepričan, da obstaja način predstavitve novotvorjenk, ki jim pridobi primerno število govorcev, da se obdržijo v jeziku.

Za primer lahko vzamem besedo *kremž*, ki se na spletu uporablja manj kot dve leti (njene začetke sem našel na objavi uporabnika *u/Unterkrainer* na spletni strani Reddit 5. aprila 2018) in ki ima samo na naši šoli več govorcev kakor relativno uveljavljen izraz *všeček*. Postavke, po katerih bi predstavljal nove besede, sem prikazal že v svoji peti (in zadnji) hipotezi:

H5: Za uspešno predstavitev novotvorjenke poskrbeti za dvoje:

- Približati tvorbo novih besed in njihovo uporabo ljudem, da se bodo novemu izrazju manj upirali.
- Doseči, da bo čim več ljudi čim hitreje izvedelo za predlagano besedo, saj bodo tako bolj uporabljali novo besedo.

Natečaj za najnovotvorjenko GCC

Da bi peto hipotezo preveril, sem zasnoval poseben poskus. Začel sem ga tako, da sem na šoli razpisal natečaj za najboljšo novo besedo. S tem sem želel naključno pridobiti nekaj besed, ki bi jih lahko vključil v poskus.

Želel sem, da lahko dijaki sami predlagajo besede, ki bodo sodelovale v poskusu, saj sem tako zadovoljil prvo postavko v hipotezi. Menil sem, da bodo dijaki za uporabo besed bolj odprti, če bodo vedeli, da so njihovi avtorji drugi člani njihove skupnosti. Z glasovanjem sem želel doseči, da bi izmed vseh predlogov izbrali tiste, ki so dijakom najprivlačnejši.

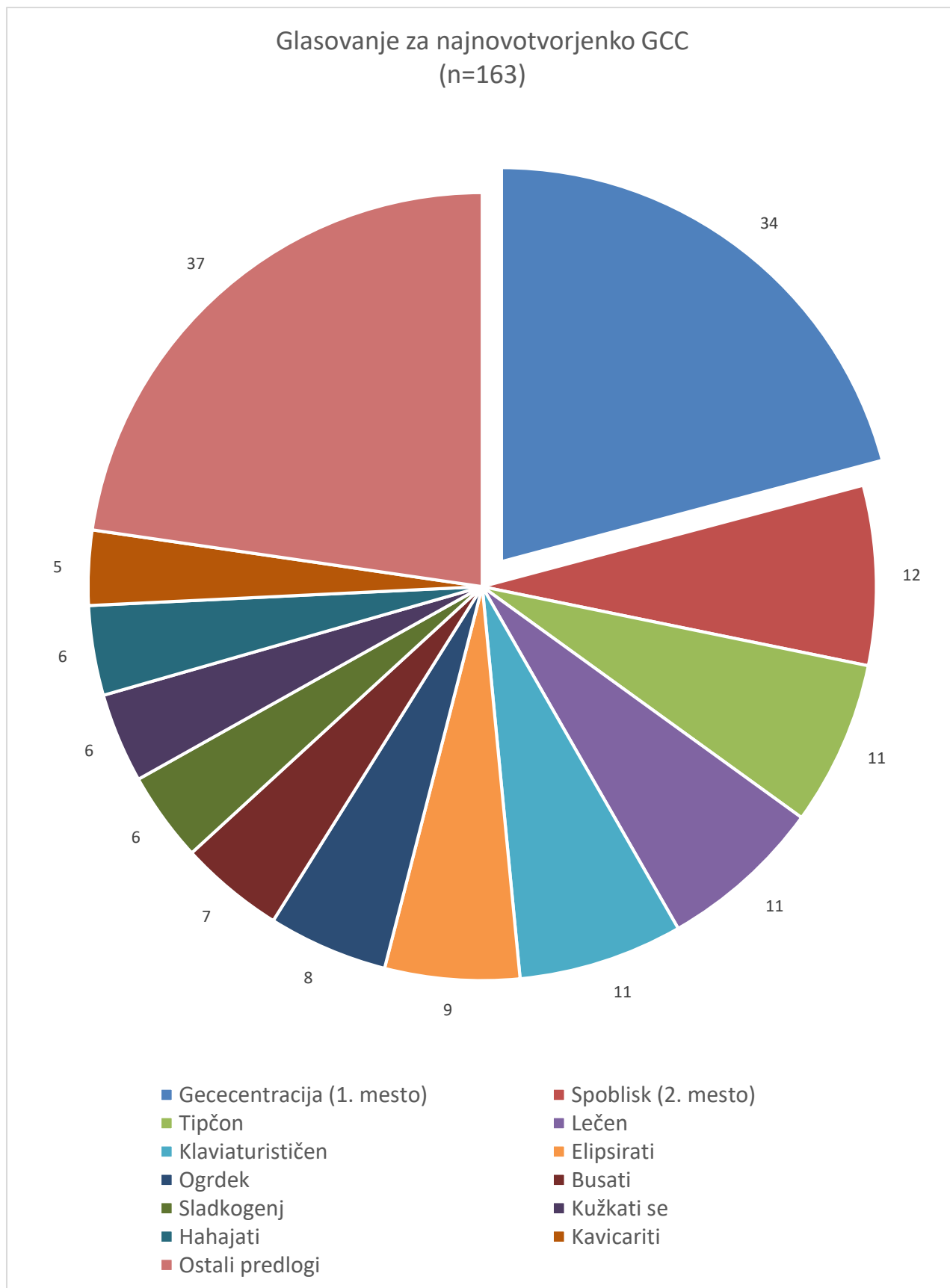
Zdelo se mi je, da bo razpis zadostil tudi drugi postavki, saj bo večina dijakov za besede, zajete v eksperimentu, že slišala. Dijaki so sodelovali najprej s svojimi predlogi, nato pa še z glasovanjem, za zmagovalne besede pa so slišali še po šolskem

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

radiu in na prireditvi *Ta veseli dan kulture* ter enkrat na vsaki drugi šolski prireditvi. Upal sem, da bo zaradi vseh teh načinov seznanjenost dijakov z besedami visoka.

Natečaj je potekal uspešno, saj je nanj prispelo več kot trideset predlogov, a sem se, pri glasovanju soočil z dvema novima problemoma.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike



Graf 3: Število glasov za posamezno novotvorjenko

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Čeprav je pri glasovanju sodelovalo veliko dijakov (163), so bili njihovi glasovi skoraj povsem enakomerno razpršeni med vse besede. Zmagovalna beseda je imela tako komaj 34 (21 %) glasov, druga pa le 12 (7,4%) – to je predstavljalo komaj opazen delež dijakov, za katere sem sklepal, da bodo začetni govorci besede, kar je predstavljalo še manjši delež glede na celotni delež.

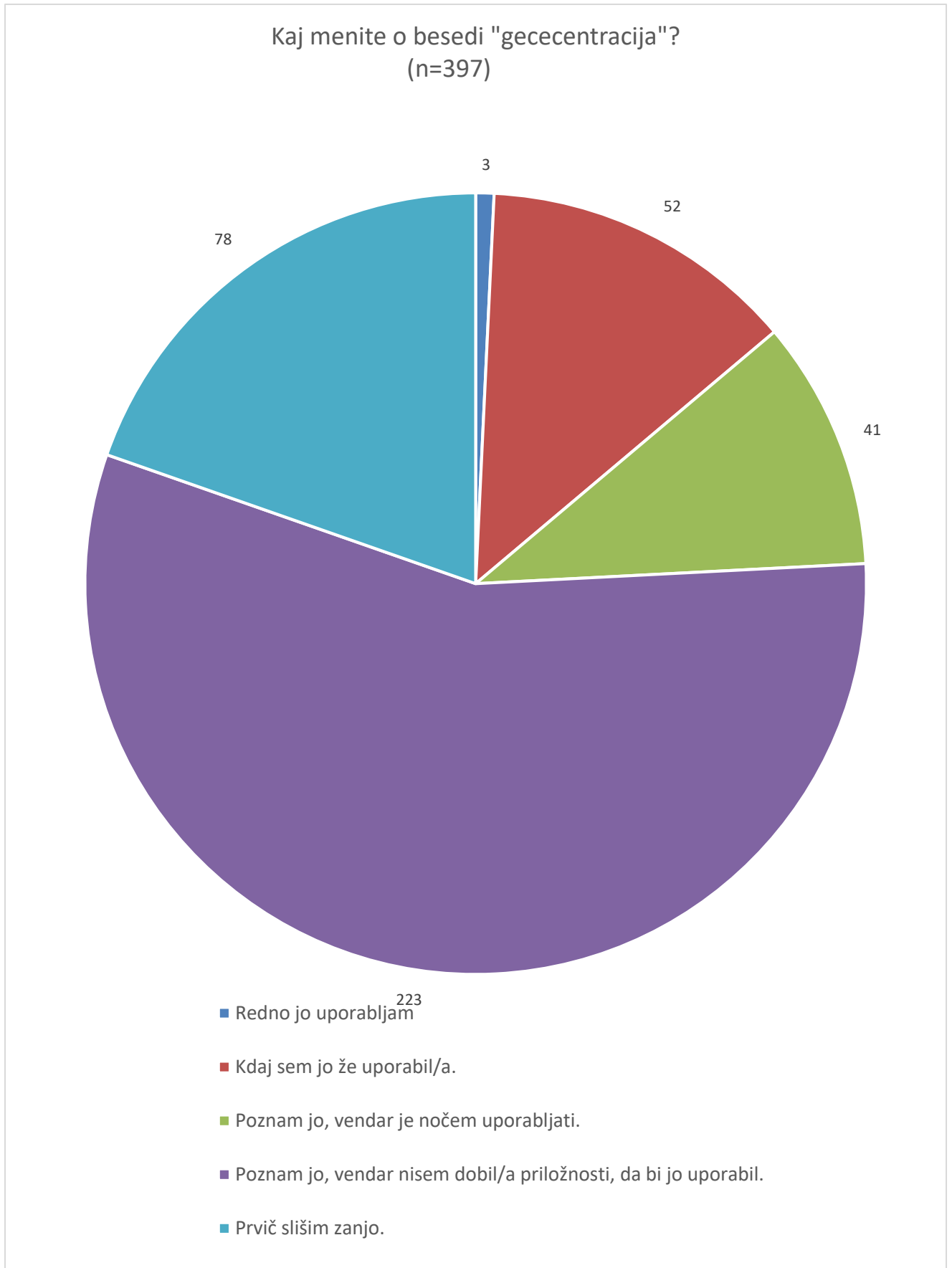
Druga težava je, da tekmovanja nisem omejil le na ustreznice že vzpostavljenim besedam, ampak so lahko dijaki predlagali povsem nove besede. Zmagala je beseda *gececentracija*, ki so jo tvorile tri dijakinje 1. č-razreda: Janja Rožanc, Tiana Lešnik in Eva Četina. Pomensko so je definirale *kot priključitev gcc skupnosti*. Gececentracija je sicer zanimiva beseda, vendar z vidika moje raziskave ni zelo uporabna. Nima ustreznice, s katero bi jo lahko primerjal. In drugič, njen pomen je mnogo preozek (in najverjetneje premalo aktualen), da bi lahko zanesljivo meril njeno razširjenost.

Zato sem se odločil, da med zmagovalne besede vključim tudi drugo najbolj glasovano, saj se je tako po obliki kot po pomenu bolj skladala z mojim prvotnim namenom. To je beseda *spoblisk*, ki jo je tvorila Vida Vovk, dijakinja 1. č. *Spoblisk* je ustreznica francoski besedi *déjà vu* (tj. močan in nenaden občutek, da smo določeno situacijo že videli). V nasprotju z gececentracijo ima *spoblisk* lažje merljiv in izražen pomen ter ima izvorno besedo, s katero se lahko bori za mesto v besedišču anketirancev.

Prikaz rezultatov eksperimenta

V drugem delu ankete so morali dijaki označiti, do kakšne mere uporabljajo zmagovalni besedi.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

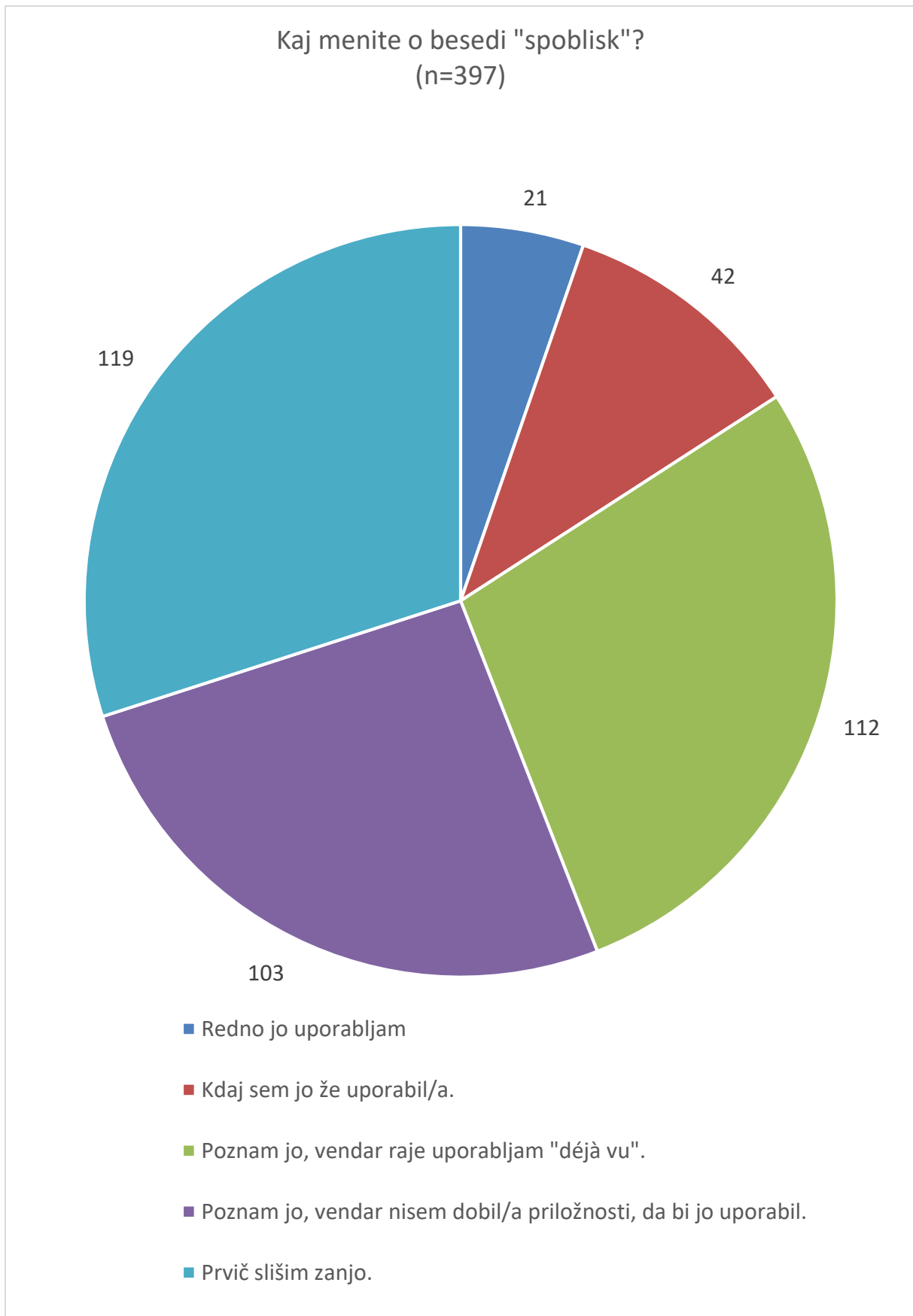


Graf 4: Mnenje dijakov o besedi gececentracija

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Že pri *gececentraciji* lahko vidimo, da je število seznanjenih govorcev visoko – torej je širjenje besede v širši meri delovalo: le slabih dvajset odstotkov anketirancev je priznalo, da za besedo še niso nikoli slišali. Z uporabo kaže nekoliko slabše: le okoli štirinajst odstotkov anketirancev bi lahko šteli med priložnostne govorce, od tega jih le 0,7 odstotkov besedo redno uporablja.

Vzrok za nerabo besede vidim v nizki pomenski aktualnosti besede. Več kot polovica govorcev namreč besede ni uporabila preprosto zato, ker nikoli ni čutila potrebe po izražanju njenega pomena. Anketirancev, ki besede ne bi uporabljali, ker jim ni všeč, je relativno malo, celo manj od priložnostnih govorcev. Število govorcev besede je relativno nizko, a se je od natečaja do ankete povečalo, če primerjamo seštevek govorcev (54) s številom dijakov, ki so za besedo glasovali na natečaju (34).



Graf 5: Mnenje anketirancev o besedi spoblisk

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

Seznanjenost z besedo *spoblisk* je na podobni ravni kakor pri gececentraciji – med seznanjene gostitelje bi lahko šteli približno 80 % anketirancev. Ko pogledamo, kako se delijo seznanjeni gostitelji, pa vidimo, da se zadeva precej spremeni.

Anketirancev, ki bi trdili, da besede niso mogli uporabiti, je več kot dvakrat manj kot pri gececentraciji, kar nakazuje, da je beseda pomensko mnogo aktualnejša. Po drugi strani pa se je število ljudi, ki besede ne želijo uporabiti, več kot podvojilo, tako da ostane delež govorcev podoben.

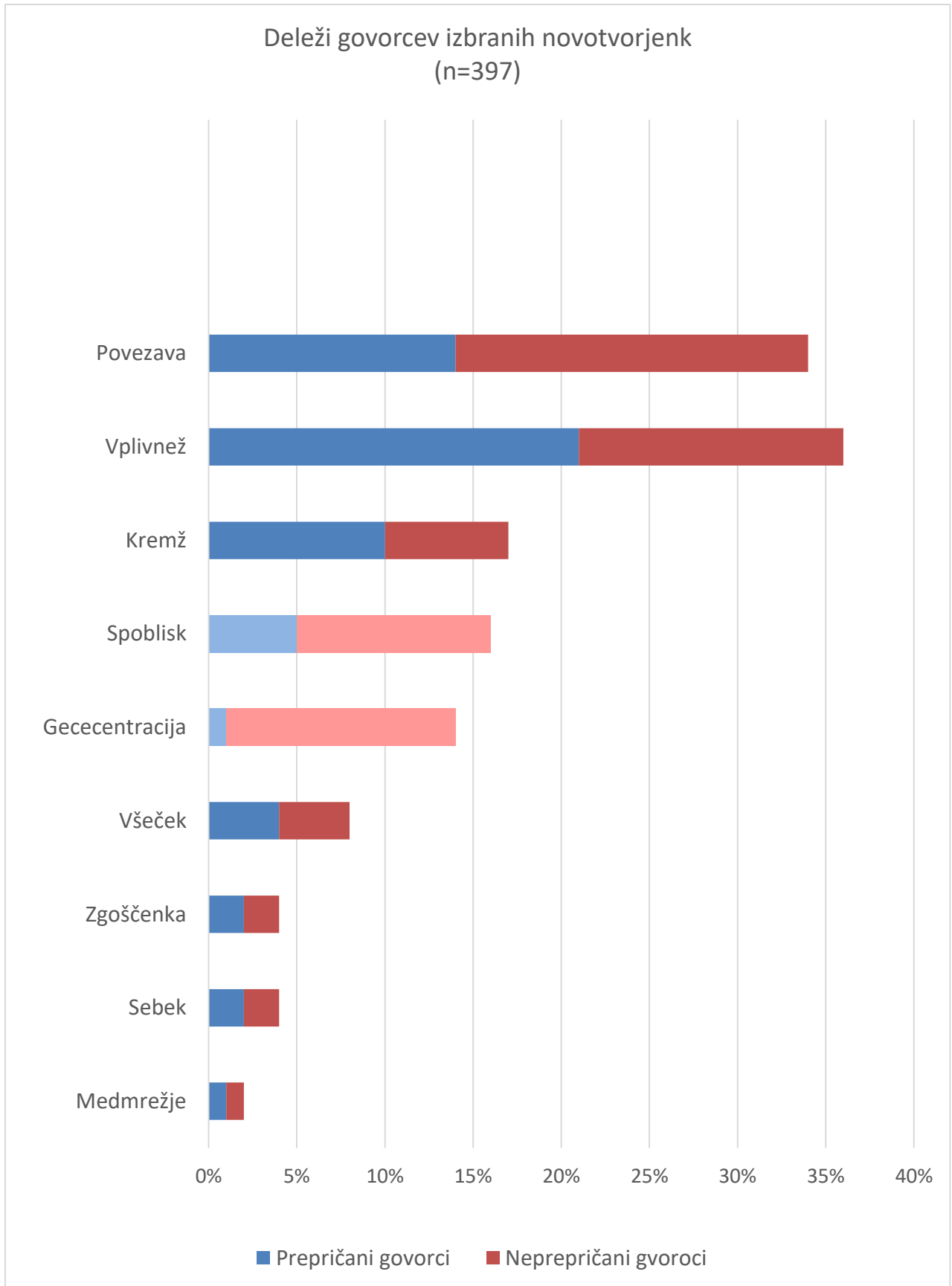
Sklepam, da gre za naravno posledico tekmovanja s tujko. Gececentracija je bila popolnoma nova beseda, zaradi česar potencialnim gostiteljem ni bilo treba izbirati med besedami ob vsaki možnosti za izražanje pomena. *Spoblisk* pa z izvorno francosko besedo tekmuje vsakič, ko kateri izmed dijakov skuša izraziti njegov pomen.

Zanimivo je, da je število govorcev za obe besedi skoraj enako (*spoblisk* vodi za komaj 9 govorcev), vendar je razporeditev precej različna. Pri besedi *spoblisk* je mnogo več aktivnih govorcev in manj takšnih, ki niso prepričani o uporabi besede. Če primerjamo število govorcev s stanjem ob glasovanju, vidimo, da se je to povečalo več kot petkrat (iz 12 na 63).

Primerjava podatkov prvega in drugega dela ankete

Za konec še pogledajmo, kako se *gececentracija* in *spoblisk* obneseta v primerjavi z že uveljavljenimi slovenskimi ustreznici, katerih razširjenost sem primerjal v prvem delu ankete. Vidimo, da sta uspešnejši od mnogih že uveljavljenih besed.

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike



Graf 6: Delež govorcev posamezne novotvorjenke

Zaključek

Pomanjkljivosti v raziskovanju

Preden dokončno ovrednotim svoje ugotovitve, moram izpostaviti nekaj pomanjkljivosti svojega raziskovanja, na katere se je pri tem treba ozirati. Prvič: nobena od besed, niti *spoblisk* niti *gececentracija*, pomensko nista dovolj pogosti, da bi lahko učinkovito meril njuno razširjenost. Prepričan sem, da bi se beseda, katere pomen je bolj razširjen in obširnejši, še hitreje razširila med dijaki. Žal je to posledica tega, da sem besede izbiral med predlogi, ki so jih podali dijaki in na katere nisem imel vpliva. Če bomo naslednje leto ponovili poskus, bi rad videl, kako se obnesejo besede, katerih pomen je aktualnejši.

Drugič: *spoblisk* je sicer ustrezen model ustreznice za tujko, vendar beseda *déjà vu* ni angleška, niti ne izhaja s spleta, zato se zastavlja vprašanje, v kolikšni meri pri njej velja *snobizem*, ki je značilen za druge tujke, in kako bi se širjenje besede spremenilo, če bi bila ustreznica angleški besedi.

Odgovori na raziskovalna vprašanja

Na prvo raziskovalno vprašanje: *Kateri dejavniki delujejo na besede?* sem odgovoril v teoretičnem delu raziskave. Najprej sem preučil memetiko in odkril, da na meme vplivajo različna merila. Ko sem preučil lastnosti besed, sem zaključil, da so najpomembnejši dejavniki pri širjenju besed pomenska aktualnost, privlačnost tvarne strani in seznanjenost. Vzpostavil sem formulo za izračun privlačnosti:

Privlačnost (besede) =
aktualnost pomena + privlačnost tvarne strani + seznanjenost +/- (zunani
pritiski, subjektna, inter-subjektna merila)
- v primerjavi s privlačnostjo (konkurenčnih besed)

Drugo raziskovalno vprašanje je bilo: *Katere so pogloblitve razlike med okoliščinami širjenja angleških tujk in novih slovenskih besed?* Nanj sem odgovoril, ko sem analiziral odgovore v prvem delu ankete. Tujke imajo dve prednosti, ki sta vezani na njihovo tvarno stran: 1. ker so mnogo bolj dvoumne, so uporabne v več situacijah in tako lažje pridobivajo govorce in 2. mnogo Slovincem se tujke »slišijo« bolje, kakor domače besede, ali pa preprosto priznajo, da jih imajo raje. Najpomembnejša prednost

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

angleških besed pa je njihova visoka *seznanjenost*, zaradi katere je večina ljudi bolj navajena nanje kakor na njihove ustreznice. V tem delu sem potrdil prve štiri hipoteze.

Tretje raziskovalno vprašanje se je glasilo: *Pod katerimi pogoji se nova beseda ohrani? Ali je možno predstaviti novo besedo tako, da jo bo sprejelo čimveč govorcev?* Izvedel sem eksperiment, v katerem sem preučeval obnašanje novih besed pri ustrežnejših pogojih (povečani seznanjenosti in privlačnosti besed). Čeprav eksperiment ni bil narejen na zelo velikem vzorcu, da bi lahko z gotovostjo potrdil peto hipotezo in odgovoril na raziskovalno vprašanje, menim, da je najmanj dober korak v pravo smer. Ko sem vzpostavil podporni sistem, zaradi katerega so besede lažje prišle v stik z govorniki in jim približal njihovo ustvarjanje, sem dosegel, da so se besede uspešneje vključile v njihovo besedišče.

Raziskovalni izzivi

Moja raziskovalna naloga je prispevek področju memetike, ki se s pojmom besede še ni srečal, in ponuja sistem preučevanja in vrednotenja memetskega širjenja besed vsakemu bodočemu navdušencu, ki bi se želel lotiti podobne raziskovalne teme.

Nisem prepričan, ali se bosta zmagovalni besede uveljavili na šoli ali ne. Ampak kdo ve? Morda bo *spoblisk* nekega dne celo našel pot v slovarje. Jaz ga bom še uporabljal.

Čeprav uspešnost zmagovalnih besed ni zares pomembna; pomembno je, da je moja raziskovalna naloga opomin, da je jezik spremenljiv in da lahko vanj dodajamo nove in zanimive besede, ga s tem bogatimo ter pripravljamo na boj proti vedno preteči globalizaciji. Četudi se zdi, da smo Slovenci premalo odprti za spremembe v jeziku in se mnogi prezavzeto oklepamo bodisi starih izrazov bodisi mikavnih tujk, je vendarle mogoče, da navidez v zaprt sistem uvedemo novo izrazje. Mogoče je, da pomeni, ki jih izražamo okrnjeno ali pa sploh ne, končno najdejo zvočno in pisno podobo, ki jih opiše.

Če to pogosteje ozavestimo, bomo tudi sami lažje sprejeli novosti.

Viri in literatura

- KRIŽAJ-Ortar, Martina, idr. 2001. *Na pragu besedila 3: učbenik za slovenski jezik v 3. letniku gimnazij in srednjih strokovnih šol*. Ljubljana: Rokus Klett.
- GRADIŠNIK, Janez, idr. 1981. *Še znamo slovensko?* Celje: Mohorjeva družba.
- DAWKINS, Richard. 2006. *Sebični gen*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- HEYLIGHEN, Francis. Memetics. 1993. Principia Cybernetica Web [Citirano 30. 6. 2019]. Dostopno na spletnem naslovu: <<http://pespmc1.vub.ac.be/MEMES.html>>.
- HEYLIGHEN, Francis. Memetic selection criteria. 1994. Principia Cybernetica Web [Citirano 30. 6. 2019]. Dostopno na spletnem naslovu: <<http://pespmc1.vub.ac.be/MEMSELC.html>>.
- HEYLIGHEN, Francis. Meme replication: the memetic life cycle. 2001. Principia Cybernetica Web [Citirano 30. 6. 2019]. Dostopno na spletnem naslovu: <<http://pespmc1.vub.ac.be/MEMEREP.html>>.
- BRATOŽ, Igor. 2019 Napolnjuje pogovore, sanje – in tudi tišino. *Delo.si* [online] Julij. [Citirano 30. 6. 2019]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://www.delo.si/kultura/razno/napolnjuje-pogovore-sanje-in-tudi-tisino-152228.html>>.
- BURZIĆ, Adisa . 2019 Influencerji v strahu: bodo morali poiskati službe, če Instagram ukine 'všečke'?. *24ur.com* [online] Julij. [Citirano 30. 6. 2019]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://www.24ur.com/popin/zanimivosti/influencerji-v-strahu-bodo-morali-poiskati-sluzbe-ce-instagram-ukine-vsecke.html>>.

Priloge

Priloga 1: anketni vprašalnik

Vpeljava novih besed v jezik

Sem Matevž Bervar, dijak 3. letnika, in potrebujem vašo pomoč pri izdelavi raziskovalne naloge. Zanima me uporaba tujk in domačih ustreznih v jeziku ter odziv ljudi na predloge vpeljave novih besed oz. novotvorjenk. Vljudno vas prosim, da rešite vprašalnik in pripomorete k izvedbi naloge. Lepa hvala!

Spol

- Moški
- Ženski

Kateri letnik obiskujete?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

Pod kateri oddelek spadate?

- a
- b
- c
- č
- d
- h
- i
- j

Opredelite se do naslednjih trditev. Rajši uporabljam...

- besedo "CD" kot "zgoščenska"
- besedo "link" kot "povezava"
- besedo "internet" kot "medmrežje"
- besedo "influencer" kot "vplivnež"

Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike

- besedo "like" kot "všeček"
- besedo "cringe" kot "kremž"
- besedo "selfie" kot "sebek"

Možni odgovori:

- Strinjam se (rajši uporabljam tujko).
- Ne strinjam se (rajši uporabljam domačo ustreznico).
- Ne morem se odločiti (obe uporabljam enakovredno).

Zakaj (v določenih primerih) raje uporabljate prevzeto besedo kot slovensko ustreznico?

- Če bi uporabil slovensko ustreznico, bi se ostali norčevali iz mene.
- Če bi uporabljal ustreznico, me ostali ne bi razumeli.
- Nasploh imam raje tuje besede.
- Sploh nisem vedel/a, da ustreznica obstaja.
- Slovenska ustreznica nima čisto enakega prizvoka/pomena.
- Slovenska ustreznica se čudno/smešno sliši.

Kaj menite o besedi "gececentracija"?

- Redno jo uporabljam.
- Kdaj sem jo že uporabil/a.
- Poznam jo, vendar je nočem uporabljati.
- Poznam jo, vendar nisem dobil/a priložnosti, da bi jo uporabil.
- Prvič slišim zanjo.

Kaj menite o besedi "spoblisk"?

- Redno jo uporabljam.
- Kdaj sem jo že uporabil/a.
- Poznam jo, vendar raje uporabljam "dèjà vu".
- Poznam jo, vendar nisem dobil/a priložnosti, da bi jo uporabil.
- Prvič slišim zanjo.

IZJAVA

Mentorja Valerija Zorko in Urban Jug, v skladu z 2. in 17. členom Pravilnika raziskovalne dejavnosti »Mladi za Celje« Mestne občine Celje, zagotavljam/mo, da je v raziskovalni nalogi z naslovom Vpeljava novih besed v jezik z uporabo memetike, katere avtor je Matevž Bervar:

- besedilo v tiskani in elektronski obliki istovetno,
- pri raziskovanju uporabljeno gradivo navedeno v seznamu uporabljene literature,
- da je za objavo fotografij v nalogi pridobljeno avtorjevo (-ičino) dovoljenje in je hranjeno v šolskem arhivu,
- da sme Osrednja knjižnica Celje objaviti raziskovalno nalogo v polnem besedilu na knjižničnih portalih z navedbo, da je raziskovalna naloga nastala v okviru projekta Mladi za Celje,
- da je raziskovalno nalogo dovoljeno uporabiti za izobraževalne in raziskovalne namene s povzemanjem misli, idej, konceptov oziroma besedil iz naloge ob upoštevanju avtorstva in korektnem citiranju,
- da smo seznanjeni z razpisni pogoji projekta Mladi za Celje

Celje, 14. 4. 2021

Podpis mentorja/ice/jev: Valerija Zorko, prof.

Podpis odgovorne osebe:

Gregor Deleja, prof.