

BESEDILNA ZVRSTNOST V NOVIH MEDIJAH KOT SLOVARSKA VSEBINA

^{1,2}Vesna Mikolič, ²Maša Rolih

¹Fakulteta za humanistične študije, Koper; ²Znanstveno-raziskovalno središče, Koper

UDK 811.163.6'271.1'374:004.738.5

Splet je dnevna stalnica sodobne vedno bolj digitalizirane družbe, zato velik del komunikacije, tako enosmerne kot tudi dvosmerne, poteka v spletnem okolju. Spreminjanje jezika oz. širjenje leksike posameznega jezika je tako tesno povezano z novimi mediji, še posebej s spletom. V prispevku se osredotočamo na funkcijsko zvrstnost spletnih besedil in pomen ustreznega označevanja spletne leksike različnih žanrov v splošnem slovarju slovenskega jezika.

splet, govor/diskurz, funkcijska zvrstnost, besedilna zvrstnost, slovarske oznake

The use of the internet is a daily habit of the almost completely digitised society, so the major part of our one-way and two-way conversations takes place online. Consequently, language development is connected to a great extent with the new media, especially the internet. The article focuses on functional text variety on the worldwide web and the significance of the appropriate register labels for the web text words in the general dictionary of the Slovene language.

internet, discourse, functional text variety, genre variety, labels in dictionaries

1 Namen sporočanja in vplivnost spletnih besedil

Elektronska komunikacija je ustvarila nove vrste govornih dejanj oz. bistveno razširila »tradicionalne pojme pogovora, pripovedi, predstavljanja itn.« (Herring idr. v: Nidorfer Šiškovič 2014: 34). V njen okvir se umešča tudi splet s fuzijo besedil kot posledico značilnosti spleta, ki jih lahko opišemo kot hiperbesedilnost, interaktivnost, medkulturnost, večpredstavnost, arhivskost in aktualnost, anonimnost (Michelizza 2012: 174).

Skladno s teorijo govornih dejanj pa lahko tudi pri spletnih besedilih prepoznavamo prevladujočo vlogo/funkcijo, ki se odraža v njihovi obliki in jeziku (npr. oblika in jezik spletnega časopisa), namenu (npr. seznanjanje bralcev spletnega časopisa z novicami) in vplivu na naslovnika (npr. seznanjenost bralcev z novicami). Funkcija besedila torej vpliva tudi na jezikovne izbire, prenosniška, funkcijska in socialna zvrstnost so vedno v interakciji (prim. Skubic 2005), pri čemer se na spletu številne funkcije udejanjajo v manj formalnih komunikacijskih okoljih. Koliko bodo posamezne spletne besedilne zvrsti in vrste vplivale na jezikovno rabo in kolikšen je tudi njihov siceršnji vpliv, lahko deloma sklepamo tudi po njihovi obiskanosti.¹

¹ Obiskanost sicer še ne kaže nujno na to, da so uporabniki na obiskani spletni strani aktivni (tj. branje, komentiranje, vščekanje ipd. besedil na spletni strani), vendar že sam obisk spletne strani kaže na

Tako smo v raziskavi v okviru nastajajoče doktorske disertacije² na osnovi spletnega vprašalnika ugotavljali tudi obiskanost posameznih spletnih strani. Anketni vprašalnik je bil izdelan za spletno izpolnjevanje, uporabniki so do njega dostopali preko družabnega omrežja Facebook ali elektronske pošte. Vprašalnik je izpolnilo 74 oseb med 15. in 30. letom. Zaradi majhnega vzorca in navedene starostne omejitve je veljavnost rezultatov omejena, kljub temu pa lahko sklepamo o najbolj obiskanih spletnih straneh, saj je bila zajeta populacija, ki je najbolj aktivna v spletnih okoljih (najstniki, mlajši odrasli) in predstavlja tudi generacije, ki so od samega začetka najbolj pod vplivom spleta (po izsledkih raziskav MOSS ter Lobe, Muha 2011). Vprašanje iz spletne ankete, povezane s tematiko spletne strani, se je glasilo: »Katere spletne strani najpogosteje obiščeš?« in je vsebovalo 8 možnih izbir: *glasbene, športne, modne, dnevne novice, računalniške in spletne igre, zabave/dogajanje, drugo*. Večina oseb je odgovorila, da najpogosteje obiščejo *dnevne novice* (23 %, 17 oseb), drugi najpogostejši odgovor je bil *drugo* (18 %, 13 oseb), pri čemer so največkrat navedli odgovor *zdravstven/medicinske teme* (3 %), nato pa z 1 % deležem sledijo odgovori: *potovanja, kulinarika, materinstvo, kmetijska mehanizacija, živila, strokovne teme, dom* in odgovor anketiranca, da spletnih strani ne obiskuje. Odgovoru *drugo* so po frekvenci sledili odgovori *zabave, dogajanja* (12 %, 9 oseb), nato *športne* (7 %, 5 oseb), *glasbene* in *modne novice* (oba po 5 %, po 4 osebe), *računalniške* in *spletne igre* (po 3 %, po 2 osebi).³ Med anketiranimi osebami so torej najpogosteje obiskovane dnevne novice, na osnovi česar lahko sklepamo, da imajo novičarski portali s svojimi značilnimi tematikami in slogom pomemben vpliv na sodobno komunikacijo, tako tudi na nastajanje in uveljavljanje nove leksike. Seveda je ta ugotovitev samo iztočnica za nadaljnje empirične raziskave.

Za naš namen, analizirati spletno besedilno zvrstnost, pa je zanimivo tudi naslednje vprašanje iz iste raziskave: »Kakšen je večinoma jezik spletnih strani, ki jih najpogosteje obiščeš?«, kjer je kar 43 % vprašanih presodilo, da je jezik knjižni. Ostali odgovori so bili: *pogovorni jezik* (8 %), *sleng* (3 %), *narečje in pokrajinski pogovorni jezik* (3 %), *vse naštetu* (14 %), *ne vem, ne poznam razlik* (0 %). Seveda gre tu za percepcijo jezika pri spletnih uporabnikih, zato na osnovi teh odgovorov še ne moremo sklepati, da gre dejansko za te jezikovne zvrsti. Vsekakor pa je pomembno že sprejemanje besedil prek njihovih jezikovnih značilnosti oz. socialne jezikovne zvrstnosti. Glede na to, da so najbolj obiskana spletna besedila tista, ki jih anketirani uporabniki dojemajo kot knjižna – kljub siceršnji socialni in funkcijski zvrstni heterogenosti spletnih besedil – lahko sklepamo, da so najbolj vplivna tista besedila,

zanimanje za določeno tematiko, sporočevalca, interesno skupino ipd., kar povečuje njihovo vplivnost.

² Nastajajoča doktorska disertacija Maše Rolih, študentke študijskega programa Slovenistika 3. stopnje Fakultete za humanistične študije Univerze na Primorskem (mentorica dr. Vesna Mikolič, somentorica dr. Andreja Žele), obravnava spletni jezik, njegovo spreminjanje s poudarkom na nestandardnem in slengovskem delu jezika.

³ Anketiranci so imeli pri tem vprašanju na voljo več možnih odgovorov, torej so lahko izbrali več različnih tematik, pri čemer pa nas ni zanimalo, ali obiskujejo eno spletno stran z različnimi tematikami (npr. 24ur.com) ali pa strani s točno določeno tematiko (npr. Joker.si).

besedilne vrste in zvrsti, ki so namenjena širšemu krogu naslovnikov, in ne zgolj določenim interesnim, starostnim, geografskim ipd. skupinam.

2 Ključne funkcijske zvrsti in vrste spletnih besedil⁴

Skladno z nekaterimi teorijami spletne zvrstnosti (prim. Bishop 2009; Crowston 2010; Herring idr. 2004; Oblak idr. 2005) se za analizo spletne besedilne zvrstnosti kažete kot ključna naslednja kriterija:

- avtorstvo oz. razmerje med sporočevalcem in naslovníkom (eden ali več znanih ali anonimnih avtorjev, formalno ali neformalno razmerje, ki zahteva, da je diskurz ne glede na število avtorjev in virov informacij bolj ali manj formalen in notranje konsistenten),
- funkcija in z njo povezana tematika ter notranja in zunanja zgradba oz. oblika besedila.

Z vidika avtorstva ločimo naslednje skupine spletnih besedil:

- klasične spletne strani, kjer je avtor oz. vir besedil znan oz. lahko določljiv, razmerje med sporočevalcem in naslovníkom pa je večinoma formalno (spletni portali, tudi tipa Wikipedija, medijska spletna mesta, korporativne spletne strani, spletne strani vladnih in nevladnih organizacij ter lokalne samouprave, tudi osebne spletne strani),
- žanri spletnih skupnosti, kjer besedila soustvarja več avtorjev (forumi, komentarji, družabna omrežja tipa Twitter, Facebook, spletne klepetalnice itn.),
- blogi kot vmesni žanr med eno- in dvosmerno obliko komunikacije (blogi profesionalnih ali neprofesionalnih piscev v medijih ali izven njih) (Erjavec idr. 2015).

Z vidika funkcije pa se besedila razvrščajo v skupine s skupnimi lastnostmi glede na različne okoliščine sporazumevanja, predvsem glede na širše in ožje strukturirano vplivajnsko vlogo, naslovníka in referenco, prenosnik oz. medij, posledično pa tudi glede na zunanjo in notranjo strukturo besedila ter z njimi povezano večjo ali manjšo notranjo konsistentnost in formalnost diskurza (Mikolič 2013: 255–256). Crowston (2010) opredeljuje vrste oz. žanre spletnih besedil kot razred podobnih dokumentov glede na zunanjo zgradbo (npr. določen tip naslovja, prisotnost avdiovizualnih elementov itn.) in notranjo zgradbo (npr. različen slog pisanja bloga, dnevnih novic, forumov, znanstvenih, strokovnih, uradoválnih besedil itn.) ter namen ali funkcijo. Po preliminarnem pregledu slovenskih besedil v spletnem okolju z vidika vseh omenjenih dejavnikov ob naslonitvi na tipologijo ključnih spletnih besedilnih zvrsti po Crowstonu (2010: 35–38)⁵ je nastala naslednja klasifikacija spletnih besedil:

1. Pogovarjalne besedilne vrste: elektronska pošta, spletne klepetalnice, družabna omrežja (npr. Facebook, Twitter itn.), forumi.

⁴ Opredelitev besedilne zvrstnosti je povzeta po Mikolič 2013, kjer so besedilne zvrsti predstavljene kot širše kategorije v primerjavi z ožjimi besedilnimi vrstami.

⁵ Glede na to, da se slednja nanaša na spletno okolje v angleškem jeziku, bodo potrebne še nadaljnje in sprotne analize spletnega gradiva, ki bodo ugotovljale relevantnost te tipologije tudi za slovenski jezik.

Za ta besedila s povezovalno-izrazno komunikacijsko vplivanjsko vlogo je značilen večji obseg vsebinskih elementov zasebnih komunikacijskih sfer (Škiljan 1999), sociolektov in idiolektov (Skubic 2005). Besedila nastajajo v pretežno neformalnem razmerju med sporočevalcem in naslovnikom, zaradi česar je tudi diskurz manj formalen in je zanj značilna heterogenost jezikovnih izbir, stilov in sociolektov, pogosto zasledimo tudi zapis po izgovoru. Zaradi tovrstne »zasebnosti« teh zvrsti je zanje značilna tudi uporaba čustvenih ikon ali t. i. emotikonov. Pomembna je tudi prisotnost t. i. netspeaka (Crystal 2001), ki je nastal zaradi vpliva spletnega žargona programerjev (npr. *@school*, *e-klepet*), vpliva pa še najbolj na jezik mladih, ki so v veliki meri uporabniki teh komunikacijskih okolij, zato lahko to izrazje imenujemo žargonski slengizmi.

2. Predstavitvene in promocijske besedilne vrste: osebne spletne strani, spletne strani podjetij, ustanov, organizacij, društev.

Gre za besedila, namenjena širši publiki, pri katerih se v okviru komunikacijske vplivanjske vloge prepletata predstavitvena in usmerjevalna vplivanjska vloga. Osebne spletne strani imajo poleg predstavitvenega tudi samopromocijski namen, istočasno pa nastajajo z namenom vzpostavljanja neke socialne mreže, saj avtor s tem, ko obiskovalcem spletne strani sporoča svoja stališča, poglede in poroča o svojem delu, obenem z njimi vzpostavlja tesnejše medsebojne vezi. Predstavitveni namen spletnih strani različnih podjetij in organizacij pa se pogosto tesno prepleta s komercialnimi nameni.

3. Oglasne in komercialne besedilne vrste: oglasna sporočila, zbirke povezav (*link collections*), spletne trgovine, spletni portali za trženje in prodajo.

Namen teh besedil z usmerjevalno vlogo je vplivanje na nakupno ravnanje naslovnikov. Pojavljajo se v vseh spletnih okoljih, pogosto kot povezava z atraktivnim naslovom in avdiovizualnim prikazom. Ker nagovarjajo širšo publiko, njihov jezik v glavnem ne odstopa od norme, razen ko gre za stilni učinek (npr. neologizmi *zadžuskaj*, *džabest*), kar je nasploh značilno za oglasna besedila.

4. Poročevalske in širšepublicistične besedilne vrste: spletne izdaje tiskanih medijev, novičarski portali z dnevnimi novicami in drugimi novinarskimi žanri, oblikovanimi izključno za spletne izdaje, prispevki, povezani z življenjskimi stili (*lifestyle*), npr. kuharski recepti, nasveti v obliki t. i. tutorialov, vodiči za zdravo telo itn.

Tu gre za besedila, namenjena najširši javnosti, zato je tudi pri njih odstopanje od norme večinoma le v vlogi stila. Izjema so komentarji pod prispevki na novičarskih portalih, ki se lahko oblikujejo v diskusijo, podobno forumskim zapisom, in katerih tvorca se običajno ne obremenjujejo z jezikovno normo.

5. Programerske besedilne vrste: tehnični podatki/pomoč/podpora, poročila o težavah (*problem reports*), pogosta vprašanja ali FAQ (*frequently asked questions*).

Tu gre za (poljudno)strokovna besedila, namenjena širši javnosti, ki jih na spletno stran postavijo upravljavci oz. programerji spletnih strani. Pogosto so to samodejna sporočila, ki se odprejo v primeru težav in vodijo uporabnika do rešitve. Pogosta vprašanja ali FAQ so zbirka najpogostejših vprašanj uporabnikov, do katerih lahko

ostali uporabniki dostopajo s klikom. Prav tako sem sodijo različna navodila in nasveti za rabo interneta in njegovih posameznih aplikacij. Ker gre ponovno za besedilne vrste, namenjene širši javnosti, je njihov jezik standardni.

6. Akademske besedilne vrste (dostopne npr. prek storitve Googlov Učenjak, Search Engine).

To so znanstvena in strokovna besedila s spoznavno in predstavitveno vplivanjsko vlogo, namenjena določenim ciljnim skupinam akademske in strokovne javnosti. V glavnem upoštevajo jezikovno normo in sledijo znanstvenemu aparatu oz. zahtevam določene stroke, ne glede na to, ali so tudi natisnjena ali ne.

Naj na tem mestu izpostavimo večfunkcijskost besedil na spletu, povezano s tem, da je funkcija besedil odvisna od tega, v katerem spletnem okolju se pojavijo. Tako ima lahko isto besedilo v različnih okoljih vsaj deloma različno funkcijo. Kot primer lahko vzamemo znanstvene prispevke, ki so posredovani preko Googlovega Učenjaka. Poiščemo jih lahko s pomočjo brskalnikov, ki omogočajo iskanje po avtorjih, citiranosti, publikacijah, tematikah, datumih itn., kar pomeni, da so namenjeni izključno tistim, ki jih zanimata znanstvena in strokovna literatura, tj. ponavadi znanstvenikom in strokovnjakom, in torej opravljajo spoznavno in predstavitveno funkcijo. Vendar pa se ista besedila lahko pojavijo npr. tudi na osebnih spletnih straneh avtorja ali ustanove in so v tem smislu hkrati tudi promocijska, saj predstavljajo avtorja oz. ustanovo skozi akademsko besedilo.

7. Uradne in uradovalne besedilne vrste: zapisniki sej državnih organov, zakonodajne strani, strani borze, pravilniki itn.; e-uprava, e-prijave ipd.

Namen teh besedil z izvršilno vplivanjsko vlogo je seznaniti širšo javnost s ključnimi postopki, pravili, zakoni v državi in omogočiti uradovanje prek spletnih obrazcev upravnih organov, zato so pisana v standardnem jeziku, ki ga razumejo govorci različnih sociolektov (Skubic 2005).

8. Literarne in polliterarne besedilne vrste: epske, lirske, dramske literarne vrste, internetna literatura, blogi, spletni dnevniki, eseji itn.

Za umetnostna besedila je na splošno značilna skladnost z jezikovno normo, z namernim odstopanjem od nje in individualizacijo jezikovnega sloga, kar pomeni svobodno prepletanje slogov, sociolektov, jezikovnih sredstev. Literarna besedila, ki so na spletu objavljena le kot spletna verzija natisnjene literature, v glavnem sledijo tem značilnostim. Internetna literatura, kamor se uvrščajo besedila, ki so »strukturirana v skladu z lastnostmi svetovnega spleta« (Fölmer v: Hartling 2009: 42), pa ustvarjalno svobodo še razširi, saj temelji na multimedijskih in interaktivnih stilističnih programih. Prav tako se tudi tu pojavi možnost kolektivnega avtorstva, čeprav, kot ugotavlja Hartling, niti v internetni dobi še ne moremo govoriti o smrti avtorja, saj vse programe in projekte, tako skupinske kot tudi tiste, ki delujejo na računalniški kodi in se zanje zdi, kakor da delujejo sami od sebe, vedno določa en osrednji avtor (Hartling 2009: 42). Tako so tudi ta besedila jezikovno jasno strukturirana in konsistentna, čeprav se verbalnemu jezikovnemu izrazu pogosto pridružijo še elementi drugih medijev, večinoma z namenom interaktivnosti.

3 Slovanske oznake spletne leksike

Pogosto izrazje nastaja na spletu in tudi njegova raba ostaja omejena na spletno okolje; poleg tega so to pogosto izrazi z referenco, vezano na področje računalništva in informatike. V takih primerih je koristno, če pri (nad)gradnji splošnega slovarja slovenskega jezika⁶ upoštevamo tudi informacije o diskurzivnih lastnostih besede, saj te pomembno določajo leksikalni pomen. Takšni so lahko npr. izrazi s področja internetne literature, kot npr. *algoritemska literarnost*, *geo-lokacija*, ali s področja tehničnih podatkov o samem spletu, npr. *digitalni odtis*, *pofočkati*, *všečkati*, *tagati*, *stanje*, *klepetalnica*, *profilka* itn.

Če podrobneje pogledamo rabo prvih dveh izrazov s tehničnega področja in njun slovarski opis, ugotovimo, da je njuna raba izpričana na različnih spletnih portalih in v strokovnih revijah, povezanih z računalništvom in informatiko, in sicer se v referenčnem korpusu Gigafida *digitalni odtis* pojavi 27-krat, *pofočkati* pa 128-krat. Pri slednjem je sicer treba opomniti, da vsi primeri niso povezani s pomenom 'pofočkati v spletnem okolju' (teh je 42), več (47) jih je v izvornem pomenu, ki je opisan v SSKJ (glej v nadaljevanju), v ostalih primerih pa gre še za druge pomenske prenose. Pri tem je treba upoštevati, da je pri vključevanju spletnih vsebin v korpus Gigafida šlo šele za prvi večji tovrstni poskus pri nas, tako se že načrtuje nadgradnja spletnega dela Gigafide tako v obsegovnem kot tematskem in žanrskem smislu (Erjavec idr. 2015). Pričakovati je, da bi se po takšni nadgradnji povečalo število pojavitev pomenov, vezanih na spletno okolje, poleg tega pa je že zdaj ta pomen besede *fočkati* drugi najpogostejši. Kljub temu ne enega ne drugega izraza (še) ni v terminoloških slovarjih s teh področij, npr. v *Islovarju*, na Islovarjevih povezavah ali v *Slovarju družboslovne informatike* na portalu Termania. Sta pa definirana na enem od portalov z nasveti o varni rabi interneta in mobilnih naprav za spletno varnost, tj. Safe.si:

digitalni odtis:

Digitalni odtis predstavlja pot do podatkov, ki jih pustimo za seboj pri uporabi digitalnih storitev. Ločimo lahko med pasivnim in aktivnim digitalnim odtisom. Pasivni digitalni odtis nastane, ko se zbirajo podatki o uporabniku spleta brez njegovega sodelovanja, medtem ko aktivni digitalni odtis namerno puščamo sami, z osebnimi podatki in informacijami, ki jih na spletu delimo sami. (<http://safe.si/podrocja/moja-identiteta-in-zasebnost-na-spletu/spletni-ugled>)

pofočkati:

Primer takih aplikacij sta Foursquare in Gowala, ki sta najbolj popularna med vsemi podobnimi storitvami. Delujeta pa tako, da se uporabniki prek svojih mobilnih telefonov »pofočkajo« na različnih lokacijah, kjer se v določenem trenutku nahajajo. (<http://safe.si/podrocja/moja-identiteta-in-zasebnost-na-spletu/lokacijske-storitve>)

⁶ Pri omembi gradnje splošnega slovarja nas zanima samo kategorija splošnega slovarja, ne glede na to, ali gre za nadgradnjo obstoječega slovarja, tj. SSKJ, ali za gradnjo katerekoli oblike splošnega slovarja slovenskega jezika.

Pri tem je zanimivo, da se *pofočkati* pojavlja v narekovaju, čeprav izhaja spletni pomen tega izraza iz prvotnega pomena besede *pofočkati*, ki v SSKJ ni označen kot socialnozvrstno zaznamovan:

pofočkati -am dov. (6) etn., pri skrivanju ob odkritju skritega udariti z roko po dogovorjenem mestu: ko ga je zagledal, je stekel k drevesu in ga pofočkal (Fran, SSKJ)

Skratka, očitno gre v primerih *digitalni odtis* in *pofočkati* za pomena oz. pomenska prenosa, ki sta se oblikovala v spletnem okolju, a sta dokaj nova in zato še nista zajeta niti v splošne niti v področne, strokovne oz. terminološke slovarje. Prav tako pa ne gre za zgolj ozko strokovni besedi, pač pa se pojavljata tudi v spletnih besedilih, namenjenih širokemu krogu uporabnikov. Če bi se ob ustreznih referenčnih podatkih pokazala dovolj visoka tudi njuna pogostost, bi bila njuna uvrstitev v slovar gotovo utemeljena, pri čemer je za uporabnika koristno, če se dodajo diskurzne oznake,⁷ in sicer oznake za tematiko ali referenco (»o spletu«), za področje oz. področno skupnost, v okviru katere se izraz najpogosteje rabi (»računalništvo in informatika«), in sobesedilo/kontekst oz. besedilno vrsto, v kateri se beseda najpogosteje pojavlja (»v strokovni periodiki in spletnem okolju, pogosto v besedilih za tehnično pomoč«). Seveda se uporabijo vsi trije tipi diskurzne oznake, če jih potrjujejo podatki o pogostosti rabe in se informacije, pomembne za oblikovanje pomena, ne podvajajo, sicer lahko katero od njih izpustimo. V leksikalnih zbirkah pa so vse informacije dobrodošle, saj služijo potrebam leksikografov.

Literatura

- BISHOP, Jonathan, 2009: Enhancing the understanding of genres of web-based communities: the role of the ecological cognition framework. *Int. J. Web Based Communities* 5/1. 4–17.
- CROWSTON, Kevin, 2010: Internet genres. *Encyclopedia of Library and Information Sciences*. 3rd ed. CRC Press.
- CRYSTAL, David, 2001: *Language and Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ERJAVEC, Tomaž, FIŠER, Darja, LJUBEŠIČ, Nikola, LOGAR, Nataša, MIKOLIČ, Vesna, 2015: Nadgradnja Gigafide: spletna besedila. Vojko Gorjanc, Polona Gantar, Simon Krek, Iztok Kosem (ur.). *Slovar sodobne slovenščine: problemi in rešitve*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. 268–289.
- HARTLING, Florian, 2009: Digitalni avtor? Avtorstvo v digitalni dobi. The digital author? Authorship in the digital era. *Primerjalna književnost* 32/posebna št. 41–48, 199–208.
- HERRING, Susan C., SCHEIDT, Lois Ann, BONUS, Sabrina, WRIGHT, Elijah, 2004: Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. *Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences*. IEEE – Institute of Electrical and Electronics Engineers.
- KREK, Simon, KOSEM, Iztok, GANTAR, Polona, 2013: *Predlog za izdelavo Slovarja sodobnega slovenskega jezika*. <http://www.sssj.si>
- LOBE, Bojana, MUHA, Sandra, 2011: *Internet v vsakdanjem življenju slovenskih otrok in mladostnikov. Prvo poročilo raziskave Mladi na netu*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, Center za metodologijo in informatiko.

⁷ Diskurzne oznake razumemo podobno, kot so uporabljene v Leksikalni bazi za slovenščino (2008–2012) in v Krek idr. 2013, le da jih podrobneje razčlenimo na tematsko/referenčno, področno in sobesedilno/kontekstno oznako.

- MICHELIZZA, Mija, 2012: Splet z jezikovnega in jezikoslovnega vidika. Katarina Šter (ur.): *Historični seminar* 10. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU. 171–190.
- MIKOLIČ, Vesna, 2013: Področni govor in terminologija na primeru jezika turizma. Andreja Žele (ur.): *Družbena funkcijskost jezika: vidiki, merila, opredelitve. Obdobja* 32. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. 255–261.
- MOSS: Uporabniške navade slovenskih spletnih uporabnikov.
<http://www.moss-soz.si/si/novice/9385/detail.html>
- NIDORFER ŠIŠKOVIČ, Mojca, 2014: E-posredovano sporazumevanje v slovenščini od poimenovanja do jezikovne rabe in prihodnosti. Hotimir Tivadar (ur.): *Prihodnost v slovenskem jeziku, literaturi in kulturi. 51. seminar slovenskega jezika, literature in kulture*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete. 34–41.
- OBLAK, Tanja, PETRIČ, Gregor, PAHOR, Marko, TRČEK, Franc, SPLICHAL, Slavko, 2005: *Splet kot medij in mediji na spletu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- SKUBIC, Andrej E., 2005: *Obrazi jezika*. Ljubljana: Študentska založba.
- ŠKILJAN, Dubravko, 1999: *Javni jezik. K lingvistiki javne komunikacije*. Ljubljana: Studia Humanitatis.

Viri

- Fran. Slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU: <http://www.fran.si>
- Gigafida: <http://www.gigafida.net>
- Islovar. Terminološki slovar informatike: http://www.islovar.org/iskanje_enostavno.asp?reset=true
- Leksikalna baza za slovenščino (2008–2012). Projekt Sporazumevanje v slovenskem jeziku: <http://www.slovenscina.eu/spletni-slovar/leksikalna-baza>
- Safe.si. Točka osveščanja o varni rabi interneta in mobilnih naprav za otroke, najstnike, starše in učitelje: <http://safe.si>
- Slovar družboslovne informatike: <http://www.termania.net/slovarji/91/slovar-druzboslovne-informatike?query=sme%C5%A1ko>