

Jazykové prostředí sociálních sítí

Zuzana Pustinová

Sociální síť je označení, které si v poslední době získalo značnou popularitu nejen mezi mladými, stále se objevuje i ve sdělovacích prostředcích. Může za to především fenomén, kterým je síť Facebook, nově se pak začíná hovořit také o Twitteru. Samozřejmě to neznamená, že něco jako sociální síť neexistovalo už před vznikem tohoto serveru, ale až on nabídl něco, co dříve na Internetu dostupné nebylo, a vyplnil tak mezeru na trhu.

Historie a současnost sociálních sítí

Pod pojmem sociální síť můžeme chápat společenství lidí, kteří si na základě známosti vytvářejí síť přátel, s kterými komunikují a sdílejí věci ve svém životě. Mezi obdobné aplikace, které jsou ve světě Internetu rozšířené, lze zařadit například MySpace.com, Libimseti.cz, i profily, které přidružují webové servery ke svým chatům (tedy Lide.cz, Xchat.cz). Ty však umožňují pouze sdílení pasivní, tedy vlastníkem profilu uveřejněné základní informace o sobě, své fotografie, komunikace s přáteli je však omezená. Obrovskou nevýhodou těchto serverů je také to, že data uvedená v profilu jsou volně přístupná komukoli.

Opakem těchto serverů jsou programy typu ICQ, které staví naopak na komunikaci v rámci vytvořené sítě přátel, písemné rozhovory jsou vždy soukromé. Program tím pádem neumožňuje kolektivní sdílení souborů a jiných informací. Nově zavedená historie statusů ve verzi ICQ7 je v tomto směru sice přínosem, ale byla přidána právě až pod vlivem působení sociálních sítí.

Patrně nejpodobnější platformu má český server Spolufláci.cz (provozovaný Seznamem), který umožňuje sdílení jak komentářů (nástřelky, diskuse), tak souborů, a to v uzavřené skupině lidí. To je však zároveň i jeho největším omezením. Jak vypovídá samotný název, stránky sdružují pouze spolufláky, což znamená, že daná skupina je vytvořena na základě umělé selekce, a ne každý spoluflák musí být zároveň přítelem.

Facebook je v tomto ohledu revolučním pojetím právě proto, že je globální, tedy neomezuje uživatele v tom, s kým chce své informace sdílet, a že integruje favorizované složky jednotlivých programů, čímž vytváří ucelený systém komunikace, který je dostupný v rámci jedné jediné stránky. U jeho zrodu stál Mark Zuckerberg, student psychologie na

Harvardské univerzity, který systém uvedl do provozu v únoru 2004¹; jeho historie je tedy poměrně mladá. Stránky byly původně určeny pouze pro studenty univerzity a měly usnadnit navazování nových kontaktů a orientaci v rámci školy, o čem svědčí samotný název serveru. Facebook je totiž slovo, které je užíváno rovněž pro papírové letáky, na nichž jsou vyobrazeni studenti a personál dané školy, a které dostávají na amerických univerzitách studenti prvních ročníků.

Během prvních čtyřadvaceti hodin se do systému přihlásilo na dvanáct set studentů Harvardu. Do konce roku byl zpřístupněn i ostatním univerzitám v Bostonu. Doména Facebook.com se stal v srpnu 2005 a jen o měsíc později byl dostupný na všech amerických univerzitách, odkud se začal šířit do světa, počínaje Velkou Británií. Skutečně všespolešného charakteru nabyl v srpnu 2006, kdy už se neomezoval pouze na studenty vysokých a středních škol, ale umožnil přístup komukoli, kdo vlastnil platnou e-mailovou adresu a byl starší třinácti let. Od této chvíle nastává vývoj ve smyslu zdokonalování a přidávání nových funkcí a v různých zemích vytváří verze v národním jazyce. Postupně si zakládají své profily slavné osobnosti, firmy, zájmová sdružení i mediální sloužby, což zvyšuje prestiž Facebooku. V současnosti statistiky na stránkách uvádí přes 400 milionů aktivních uživatelů z více než 180 států světa, kteří mohou volit z více než 70 jazykových verzí².

V tomto směru se začíná hovořit také o sociální síti Twitter (vznikl v roce 2006³), která je údajně jednodušší než Facebook a v Americe také mnohem oblíbenější. Svůj profil na něm mají například světové televizní stanice jako CNN a BBC, nebo americký prezident Barack Obama. Twitter se však v České republice zatím netěší zvláštní oblibě, což publicista Adam Javorek, jenž využívá také na olomoucké univerzitě internetová média, připisuje k tomu, že tato síť není dostupná v češtině. Do budoucna však jeho rozšíření nelze vyloučit.

eský Facebook ó historie a funkce

Do České republiky se Facebook dostal až když v průběhu roku 2008, své české verze se pak do kal zhruba o rok později. O zájem médií a následnou popularizaci Facebooku se zasloučila kauza spojená s knihovnou Jana Kaplického, *škrátce po smrti slavného architekta se přes Facebook zorganizovala internetová komunita a začala demonstrovat za postavení jeho knihovny*⁴, i házení vajíček na tehdejšího premiéra Jiřího Paroubka. Po krátké době se

¹ PHILLIPS, S. A, 2007. Brief history of Facebook. Dostupné z:

<<http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia>>.

² Facebook statistics. Dostupné z: <<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>.

³ CIGLEROVÁ, J., 2009. Hvězda Twitter.

⁴ CIGLEROVÁ, J., 2009. Hvězda Twitter.

k Facebooku připojilo mnoho lidí i institucí, mezi nimiž nechybí ani domácí televizní stanice jako Česká televize i Nova.

Podmínkou založení vlastního účtu je platná e-mailová adresa, na kterou potom uživatelé přichází oznámení související s účtem na stránkách. Povinné se vyplňuje také jméno a příjmení, které se ve většině případů shoduje s oficiální podobou jména majitele účtu, což zároveň usnadňuje jeho rozpoznání ostatními přáteli. Jména se však mohou také libovolně modifikovat. Dále uživatel může vyplnit další informace jako datum narození, rodné číslo, studované školy apod., podle čehož potom Facebook nabízí možnost seznámení s lidmi se stejnými zadanými parametry. Spornou otázkou zůstává, co všechno by bylo možné vyplnit, aby se tak nevystavoval nebezpečí zneužití osobních dat. To je na závěření každého, přesto se dá tato negativní skutečnost omezit vlastním nastavením, v němž lze povolit náhled osobních informací (fotek, odkazů) pouze přátelům, tedy pouze lidem, které si uživatel sám dobrovolně přidá, a tudíž se dá předpokládat, že je považuje za důvěryhodné.

Jak již bylo řečeno, Facebook integruje v účtu oblíbených funkcí, které zajišťují i jiné programy. Uživatelé tak mohou posílat zprávy, které jsou svým charakterem nejlépe e-mailové, stejně tak však mohou využít chat (Instant Messaging), který je umístěn v dolní liště a zároveň ukazuje, kdo je právě online. Mimo to mohou sdílet také vlastní fotografie, videa i jiné odkazy (nejčastěji jsou odkazy na videa z youtube.com, který je s Facebookem propojen), a oproti serveru typu Lide.cz, mohou ostatní uživatelé okamžitě reagovat na zvolené objekty, a hodnotit tak jejich obsah. Umístí-li totiž majitel profilu něco na vlastní stěnu (Wall), objeví se to automaticky rovněž na stránce společné, což je základem sdílení informací. Takto se uživatelé dělí nejen o záležitosti, které je zaujaly po stránce vizuální, ale také o popis událostí a vlastních činností. K tomu slouží nejvíce specifickým nástrojem, a tím jsou statusy.

Status umožňuje vyjádřit v něm kolika větvích informace o tom, co uživatel právě dělá, jak se cítí, co ho zaujalo a podobně. Tato činnost může být rovněž ohodnocena ostatními uživateli, a to buď pomocí funkce „To se mi líbí“ nebo přidáním komentáře. Autor statusu je pak informován o tom, že někdo okomentoval jeho činnost, a může se k tomu opět libovolně vyjádřit. Z hlediska jazykového se jedná o specifický druh komunikace, který staví spíše na pasivní účast ostatních komunikujících, není tedy koncipován pro dialogickou formu, přesto se v něm může vyvinout. Stejně tak komentáře jsou primárně určeny k evaluaci objektů a činností, a proto tedy obsahují pouze subjektivní hodnocení postrádající vlastní strukturu, avšak ani rozvíjení dalších myšlenkových pochodů není vyloučeno. Navíc tento druh komunikace kolísá mezi Instant Messaging, jsou-li účastníci komunikace připojeni v tu samou

chvíli, a odesíláním zpráv s delšími časovými rozestupy. Trvalý charakter je navíc podpořen faktem, že statusy i komentáře zůstávají permanentně na stránce pod objektem, a je tedy možno se k nim libovolně vracet.

Facebook slouží také jako jistý druh diáře. Pod hlavičkou *Události* se zobrazují narozeniny přátel a akce, u nichž je potvrzena účast. Organizování akcí rovněž patří k často využívaným funkcím. Uživatelé mohou vytvořit Událost, tedy stránku, kam uvedou potřebné údaje jako kdy, kde, krátký popis akce, a poté zaslat pozvánku přátelům, kteří potvrzují či zamítají účast. To usnadňuje poadateli samotnou organizaci akce, nebo má pohled o tom, kdo přijde, a detaily potvrdění. V případě globálních akcí mohou účastníci zavítat i dalšími přáteli, což napomáhá masovému šíření.

Vlastníci profilu si mohou přidávat nejen přátele, jejichž statusy a odkazy se zobrazují na hlavní stránce, ale také se mohou stát fanouky na kterých specificky zaměřených stránkách (stránky klubů, hudebních uskupení, známých osobností atd.), jejichž aktualizace se poté rovněž objevují na centrální stránce.

Mezi další funkce, které Facebook nabízí, patří různé hry, on-line testy, aplikace jako posílání dárek, přání k Vánocím apod. a –ouchnutí (*Poke*), které nemá jiný význam než upoutání pozornosti. Snad i díky nim je Facebook mezi mladou generací tak oblíben.

Jazyková a jiná specifika statusů a komentářů

Sociální síť, jak již bylo zmíněno, integruje několik forem komunikace. Nespecifické v tomto smyslu jsou však statusy a vzkazy pod objekty umístěnými na stránce, které sice umožňují okamžitou reakci, ta však není ani v nejnemenším nezbytná, nepředpokládá se tedy dialogická forma, z čehož zároveň vyplývá absence pozdravů a mnohem menší koncentrace kontaktních a odkazovacích slov vůbec. Komentáře, stejně jako statusy, jsou volně přístupné všem povoleným uživatelům a zůstávají umístěny pod objektem po neomezeně dlouhou dobu, proto by bylo vhodné, aby autoři svá sdělení před napsáním dobře promysleli. Zaměříme-li se však na dostupné vzorky, zjistíme, že poměr špromylenosti: spontánnosti je asi padesát na padesát.

Není třeba se blíže zabývat komunikativními funkcemi sdělení, jelikož (jak bylo naznačeno) se často nejedná o komunikaci v pravém slova smyslu, tedy o komunikaci oboustrannou, ale spíše o sdělení pocitů a názorů, v němž však jeden nebo více adresátů vystupuje pasivně, tedy pouze jako příjemce, nikoli vysílatel. V případě, že objekt na stránce komentuje více lidí, dochází také k jevu, který by se dal vymezit jako selektivní vytváření

ostatních uživatelů z vlastního komunikačního proudu, což znamená, že jednotlivé komentáře, a když jsou umístěny jeden za druhým, a dala by se tedy předpokládat jejich návaznost, na sobě nezávisí jinak než tematicky a jejich autoři se vyjadřují k dané problematice buď zcela samostatně, nebo si podle svého uvážení vyberou svůj škomunikační tok, do kterého se připojí, přičemž ovšem ignorují příspěvky uživatelů, kteří do zvoleného proudu nepatří. Propojovací element v tomto případě tvoří pouze autor prvotního impulsu, kterému se daná sdělení obrazejí.

Příklad

Zuzana se ukrutně, ale vážně ukrutně, nudí...

1. prosinec 2009 v 20:17

Maky čím to?

1. prosinec 2009 v 20:20

Milan Kup si medvidka myvala ;)

1. prosinec 2009 v 20:22

Zuzana celý dnešní den byl, a stále jezť je, pouhým čekáním na zítěk...

medvídek mýval není právě k sehnání, Pepine =)

1. prosinec 2009 v 20:27

Soňa Zuzi ko piz diplomku :D neee, samozřejmě si dělám srandu :)pus si příjemnou hudbu, dej si vanu, udelej si čajěk a relaxuj :)

1. prosinec 2009 v 20:48

Jana nebo mi mŕez na zítěk udelet pŕpravy - já nĕjak nestĕhám :-)

1. prosinec 2009 v 21:00

Statusy a komentáře se od sebe liší také tematickým zaměřením. Statusy popisují, co daný člověk dělá, jak se má, například do nich uživatelé vkládají různé zajímavosti a anekdoty. Jsou většinou psány v přítomném tense, převážně bývají kratšího rozsahu, přesto dodržují základní vnitřní strukturu (inklinace k většinou jednoduchým i k nekomplikovaným souvětím). Zajímavým fenoménem, který se v této souvislosti objevuje, je použití 3. osoby číslo jednotného i v případě, že uživatel hovoří sám o sobě. Tato ne zcela typická forma je volena, neboť se na šZdiř zobrazuje celé jméno uživatele, které je následováno vlastním sdělením, a to bez jakéhokoli důležitěho znaménka. V některých případech autoři kombinují 1. a 3. osobu, a to v rámci jediného statusu.

Příklad

Daniela si dá kafe a zákusek a zkusí nĕco sepsat, neř se vrátĕ ta ude z koztu... Závĕdĕm vzem nezadaným, co pĕzou diplomku :-)

Oproti tomu komentáře jsou především hodnocením, které se může, ale nemusí rozvinout v libovolně dlouhý dialog dvou a více osob, vnitřní struktura u nich tedy nebývá

podmínkou. Zároveň mohou obsahovat poznámky k dané problematice, které bývají realizovány krátkými vřtami nebo souvřtími. V následujícím přkladu se jedná o hodnocení fotografie, na níž jsou zachycena umělecky pomalovaná velikonoční vejce.

Přklad

Michaela napsal(a)
tak to je krutá husářna

Vendula napsal(a)
brý vejce:)

Soňa napsal(a)
taky o nř byla rvařka a chlapi nevř dřli, který si vybrat :)

Konkrétní analýza dostupných pramenů dokazuje, že uživatelé silně tůhnou k hovorové a obecné řetřině, dochází tedy ke sblifování mluvené a psané formy vyjádření. Daný charakter sdělení pak bývá ovlivněn místní přisluností pisatele (obecná řetřina, která je v podstatě shodně implementována ve všech oblastech české republiky, je prokládána regionalismy).

Vzhledem k faktu, že se jedná o informace vnřímané zrakovým aparátem, bývají často daná sdělení graficky upravena. Mnoho pisatelů se snaží ozvláštřit své texty, a jifli uřlitím netradičních písmen a multiplikací předeřím samohlásek i vyjádřením emocionálních postojů pouřlitím emotikon. Rozporuplně se jeví oblast diakritiky a interpunkce, která je uřlívána značně nesystematicky a individuálně.

Shrneme-li na závřr dosařené poznatky, pak lze konstatovat, že jevy, které se vyskytují v břřině i mluvené, se shodují s psanou variantou (přisluně modifikovanou po stránce grafické), a to ve všech lingvistických rovínách.

Pouřité prameny:

- CIGLEROVÁ, J. Hvřzda Twitter. *Magazín Dnes*, řerven 2009, ro. 16, ř. 23, s. 24–25.
- *Facebook statistics* [online]. c2010 [cit. 2010-03-25]. Dostupné z: <<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>>.
- PHILLIPS, S. A brief history of Facebook. *Guardian* [online]. řervenec 2007 [cit. 2010-03-25]. Dostupné z: <<http://www.guardian.co.uk/technology/2007/jul/25/media.newmedia>>.