

GEJMERSKI SLANG KAO LINGUA FRANCA

Najev, Ana

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:172:377433>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-28**

Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of humanities and social sciences](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



SVEUČILIŠTE U SPLITU

FILOZOFSKI FAKULTET

GEJMERSKI *SLANG* KAO *LINGUA FRANCA*

DIPLOMSKI RAD

ANA NAJEV

Split, 2024.

Odsjek za hrvatski jezik i književnost
Hrvatski jezik i književnost / Anglistika

DIPLOMSKI RAD

GEJMERSKI *SLANG* KAO *LINGUA FRANCA*

Mentorica:

izv. prof. dr. sc. Jagoda Granić

Studentica

Ana Najev

Split, srpanj 2024.

Sadržaj

1.	UVOD.....	1
2.	INDUSTRIJA ZVANA <i>GAMING</i> -INDUSTRIJA.....	3
2.1.	<i>Gaming</i> u svijetu	3
2.2.	Hrvatska <i>gaming</i> -industrija.....	4
3.	GEJMERSKI IDIOM I HRVATSKI STANDARDNI JEZIK	6
3.1.	Problem žargona, <i>slanga</i> , <i>argota</i> i šatrovačkog govora	6
3.2.	Povijest žargona	8
4.	GEJMERSKA <i>LINGUA FRANCA</i>	9
4.1.	Konstrukcija gejmerskih izraza.....	10
4.1.1.	Akronimi i inicijalizmi	10
4.1.2.	Afiksacija	12
4.1.3.	<i>Clipping</i> ili obrezivanje	12
4.1.4.	Semantičke preobrazbe	13
4.2.	Gejmerske prilagođenice	14
4.3.	Vulgarizmi i psovke.....	14
5.	ISTRAŽIVANJE.....	16
5.1.	Ciljevi istraživanja.....	16
5.2.	Metode istraživanja	16
5.3.	Instrument	16
5.4.	Analiza anketnog upitnika	17
5.4.1.	Komunikacija među igračima	19
5.4.2.	Odnos ispitanika prema vulgarizmima i psovkaama	21
5.4.3.	Učestalost poznavanja i upotrebe gejmerskih riječi	24
5.4.4.	Etimološko i fonetizirano pisanje riječi	30
5.5.	Rezultati istraživanja	31
6.	MALI GEJMERSKI RJEČNIK	33
7.	ZAKLJUČAK	40
	<i>Sažetak</i>	42
	<i>Summary</i>	43
	<i>Literatura</i>	44
	<i>Prilog 1. Anketni upitnik</i>	48

1. UVOD

Krajem 20. stoljeća svijet se počeo ubrzano mijenjati, ponajviše zahvaljujući internetu, mreži koja je obuhvatila cijeli svijet, svako računalo i uređaj, povezujući sve svoje korisnike s brojnim uslugama i informacijama. Živimo u vremenu u kojem je potreban samo jedan trenutak da dođemo do informacija koje smo ranije nalazili isključivo u knjigama i spisima, zakopane u podrumima knjižnica ili ureda. Na internetu se, tako, mogu pronaći najosnovnije činjenice, ali u isto vrijeme i najkompleksnije teorije i filozofije.

Zahvaljujući internetu, u svijetu dolazi do velike promjene, tj. do *tehnološke globalizacije* u čijem su fokusu i integracija i širenje tehnoloških, komunikacijskih i informacijskih sustava naglobalnoj razini. „U novim medijima, uostalom kao i u modernom društvu, nestaje granica između privatnog i javnog, pa se to odražava i na pisanu komunikaciju koja je nerijetko na supstandaru ili žargonu, a uočljiva su i značajna odstupanja od standardne pismenosti“ (Granić 2022: 525).

Prema Castellsu (1996), tehnološka je globalizacija zaslužna za besprijekornu razmjenu tehničkog znanja i inovacija te prelazi sve geografske granice i ima ključnu ulogu u oblikovanju moderne, globalne ekonomije, komunikacijskih mreža i raznih industrija.

Jedna od industrija koja se razvila zahvaljujući tehnološkoj globalizaciji jest industrija videoigara. Otprilike u istom vremenu kad se pojavio internet, pojavljuje se i prva videoigra. Budući da je internet omogućio povezanost korisnika sa svih krajeva svijeta, određeni broj korisnika povezuju upravo videoigre pa tako dolazi do nastanka jedne specifične zajednice i konstrukcije njezina identiteta čiji je ključni parametar upravo videoigra, jer se teško pronalazi, ako se uopće i pronađe, neka druga poveznica.

Zajednica videoigara postala je dijelom kulturalne globalizacije, što su potvrdili Aslinger i Huntemann (2013), istaknuvši i jednu važnu karakteristiku videoigara – transnacionalnost, što znači da videoigre prelaze nacionalne (i/ili državne) granice. Osim transnacionalnosti, važna je i transkulturalnost jer videoigre migriraju i među kulturama.

Budući da članovi te zajednice žive u različitim državama i/ili regijama i govore različite jezike, odnosno pripadaju različitim jezičnim zajednicama, bilo je potrebno odrediti zajednički jezik (*lingua communis*) na kojem bi svi njezini članovi razmjenjivali informacije i komunicirali o temama koje ih zanimaju. Da bi se premostila jezična barijera, trebalo je stvoriti

neki posrednički jezik (*lingua franca*) koji je Thomason (2001) definirala kao jezik šire komunikacije među grupama koje nemaju zajednički jezik, a jedini logičan izbor bio je engleski jezik jer je već dobio status globalnog jezika. Engleski jezik nedvojbeno dominira u svakoj *online*-komunikaciji pa je tako postao i jezik gejmerske zajednice, bez obzira na materinski jezik članova te zajednice.

Uzme li se u obzir dinamika igranja videoigara, bilo je potrebno komunikaciju ove zajednice svesti na minimum, odnosno reći što više sa što manje riječi. Gejmerska zajednica taj učinak postigla je koristeći se mnogim akronimima i skraćenicama te je na taj način kreirala novi način komunikacije koji nije u domeni standardnog jezika. Naime, njime se koristi samo jedna određena zajednica te je, gotovo u potpunosti, nerazumljiv osobama izvan te zajednice. Zahvaljujući tome, gejmerski idiom može se kvalificirati kao žargon.

Ovaj rad bavi se upravo idiomom koji upotrebljava hrvatska gejmerska zajednica. Na samom početku predstaviti će se industrija videoigara u svijetu i u Hrvatskoj, objasniti o kojem je idiomu riječ, a koji se kao vertikalni stratum nalazu u sustavu hrvatskog jezika, te predstaviti anketu (pretpostavke i rezultate) o idiomu koji upotrebljava gejmerska zajednica u Hrvatskoj. U konačnici će se predstaviti i mali gejmerski rječnik koji će definirati i pobliže objasniti riječi koje koriste članovi te zajednice (*insideri*), a koje, prema pretpostavci, svi oni koji nisu članovi te zajednice (*outsideri*) ne razumiju.

2. INDUSTRIJA ZVANA GAMING-INDUSTRIJA

Ne tako davne 1967. godine Ralph Baer i njegovi kolege pokušali su osmisliti način na koji bi pasivni gledatelji televizijskih ekrana mogli postati aktivni sudionici i igrati igre na televiziji. Trebalo im je dvije godine da stvore prototip prvog *multiplayer* sistema *Brown Box*.¹

2.1. Gaming u svijetu

Od kraja 1960-ih *gaming*-industrija doživjela je enorman procvat te se njezini prihodi za 2023. godinu procjenjuju na nezamislivih 385 milijardi američkih dolara. Pretpostavlja se da će do 2027. godišnji rast iznositi čak 7,9% te bi prihodi ove industrije mogli prijeći čak 500 milijardi dolara.² Značajan porast *gaming*-industrije bio je vidljiv i tijekom pandemije *Covid-19* kad je u proljeće 2020. igranje videoigara postala jedna od najpopularnijih aktivnosti u izolaciji. U tom razdoblju digitalna prodaja porasla je za 21%. Fizička prodaja pada iz godine u godinu, a to potvrđuje i činjenica da skoro sve *gaming*-tvrtke većinu prihoda ostvaruju *online*-prodajom (Clement 2024).

Takav način prodaje samo pogoduje *gaming*-industriji jer se izbjegavaju troškovi najma prostora i plaćanja radne snage, a prodaja raste iz dana u dan. Na *web*-stranici *Truelist*, u članku *Gaming Statistics – 2023*, navodi se da 83% ukupnog prihoda dolazi upravo od *online*-prodaje. U *gaming*-industriji ne prodaju se samo videoigre. Nakon što se igra plasira na tržište i doživi uspjeh, na tržište se plasira i takozvani *merch*, odnosno proizvodi vezani uz igru, kao što su odjeća, figurice, bilježnice, računalni dodaci, dekorativni predmeti i slično.

Isto tako, *gaming*-industrija obuhvaća i sve instrumente potrebne za igranje videoigara, pa tako postoje posebna računala čije specifikacije omogućuju igranje najkompleksnijih igara, posebni gejmerski stolovi dizajnirani za efikasnije igranje, gejmerske stolice, tipkovnice, miševi, slušalice, podloge za miševe i tako u nedogled.

¹ <https://americanhistory.si.edu/collections/object-groups/the-father-of-the-video-game-the-ralph-baer-prototypes-and-electronic-games>

² <https://www.digitalvirgo.com/what-gaming-industry-look-like-%202023/#:~:text=According%20to%20Statista%2C%20the%20video,growth%20of%207.9%25%20until%202027>

Gameri mogu kupovati i u sklopu samih igara pa se tako novac troši i na temu određene igre (boje, uzorke i slično), na posebne dodatke, odabir avatara, izgled avatara, prelazak na iduću razinu ako igrač „zapne“ ili na otvaranje novog „svijeta“ u samoj igrici.

Postoje i igrice koje su besplatne za korištenje, na koje ne treba trošiti novac, a kreatori tih igara potencijalne gubitke nadoknađuju reklamama u samim igricama. To je jedna od strategija monetizacije igara koja programerima omogućava dobivanje prihoda od svog rada. Dakako, važno je imati pravu mjeru između oglašavanja reklama i kontinuiranog igranja. Reklame se pojavljuju tijekom igranja i najčešće ne dopuštaju nastavak igre ako nisu pregledane do kraja. Postoji više vrsta reklama: a) statične ili animirane *banner*-reklame koje se prikazuju tijekom igranja, b) videoreklame se prikazuju između različitih razina igre ili na zahtjev korisnika i c) nagradne reklame koje korisnicima omogućuje neke pogodnosti u igri (bonus ili virtualne valute).³

Zahvaljujući općim uvjetima koje igrači prihvaćaju prilikom preuzimanja igrica, kreatori imaju uvid u svakodnevne aktivnosti tih uređaja pa prikazuju subjektivne reklame koje bi mogle zaintrigirati korisnika te na taj način „isplaćuju“ činjenicu da je igra besplatna, a oko 85% ukupnog prihoda dolazi upravo iz besplatnih igara (Dimitrievski 2024).

2.2. Hrvatska *gaming*-industrija

Gaming-industrija u Hrvatskoj ne kaska za ostatkom svijeta. U 2021. godini ukupni prihod ove industrije u Hrvatskoj bio je 488,82 milijuna kuna, a ukupna dobit gotovo 91 milijun kuna. Aleksandar Gavrilović, tajnik Klastera hrvatskih proizvođača videoigara, ističe veličinu *gaming*-industrije:

*Brojke već sada pokazuju kolika je potencijalna snaga gejming industrije koja, osim programera, zapošljava različite vrste vizualnih umjetnika, skladatelja, dizajnera ili pisaca. Moramo biti svjesni da je gejming industrija u Hrvatskoj i dalje još na svojem početku te imamo još puno za raditi i pokazati. Zato je važno prepoznati je kao potencijal za značajan razvoj i kao jednog od pokretača gospodarskog razvoja, ali uz osnovne preduvjete poput obrazovne, infrastrukturne i financijske podrške.*⁴

³ <https://unity.hr/unity-i-monetizacija-kako-zaraditi-od-svojih-igara-kroz-reklame-in-app-kupovine-i-druge-strategije/>

⁴ <https://www.ictbusiness.info/poslovanje/hrvatska-gaming-industrija-ocekuje-snazan-rast>

U veljači 2023. godine nastalo je i pionirsko istraživanje o strukturi i veličini gejming-populacije *Gaming nije igra* koje su proveli Tatjana Rajković i Ozren Kronja, a rezultati pokazuju da neku vrstu videoigre barem ponekad odigra čak 92% Hrvata. Poblježe su istražili i platforme na kojima se najčešće igra, a rezultati pokazuju da 79% Hrvata igra na mobitelima, 47% na laptopima, 3% na stolnim računalima i 27% na igraćim konzolama (Raknić 2022).

Gaming-industrija s razlogom je jedna od najbrže rastućih industrija svijeta uzmemo li u obzir da ova industrija ne poznaje ni dob ni rod/spol, naime, igre igraju – svi.

Da su igre bliske i djeci i starijima, više nije nikakva novost. Jedna od najpopularnijih računalnih igrica među djecom svakako je *Fortnite* (Granić i Polić 2020). Djeca, kao najmlađi članovi hrvatske gejmerske zajednice, engleske riječi prilagođavaju hrvatskoj fonologiji, morfologiji i sintaksi.

Jezik koji djeca usvajaju igrajući računalne igrice služi im kao sredstvo identifikacije. Svatko od njih teži tome da postane pro „najbolji igrač, profesionalac” i želi izbjeći etiketu nooba „gubitnika”. Vokabular usvojen u igricama koristi se i u nevirtualnim kontekstima pa se tako noobovima pogrdno nazivaju vršnjaci na školskoj nogometnoj utakmici, a u obiteljskoj interakciji dijete zna zamoliti roditelja da livna (iziđe) iz njegove sobe. (Granić i Polić 2020: 74)

3. GEJMERSKI IDIOM I HRVATSKI STANDARDNI JEZIK

Većini ljudi gejmerski idiom predstavlja nešto nepoznato, neodređeno, nejasno. Da bismo pobliže opisali ovaj jezik, potrebno ga je smjestiti u kontekst hrvatskog jezika. Hrvatski jezik, osim standardnog jezika, uključuje i sve nestandardne idiome. Hrvatski jezik obuhvaća mjesne govore, skupine govora, poddijalekte, dijalekte, narječja, gradske govore, žargone i hrvatski standardni jezik (Mihaljević i sur. 2013: 129). Drugim riječima, hrvatski jezik podrazumijeva sve svoje horizontalne idiome (dijalekte) i vertikalne stratume (sociolekte) jer, kao i svaki jezik, divergira horizontalno i vertikalno.

Gejmerski idiom, prema Halonji i Mihaljević (2012: 54), pripada razgovornom funkcionalnom stilu koji se pak dijeli na žargon, dijalekt i razgovorni funkcionalni stil standardnog jezika. Žargon se opet dijeli na stručni, opći i govor zatvorenih skupina te bi, prema toj podjeli, gejmerski idiom pripadao govoru zatvorenih društvenih grupa.

3.1. Problem žargona, *slanga*, *argota* i šatrovačkog govora

Žargon se definira kao

svaka neslužbena i službena govorna inačica nekog jezika koja služi za identifikaciju i komunikaciju unutar neke društveno određene grupe – po profesiji, društvenom statusu, uzrastu i slično – čije članove povezuje zajednički interes ili način života, a koja uz to može biti i prostorno omeđena. (Bugarski 2006: 12)

Gejmeri ili igrači tako spadaju u jednu društveno određenu grupu koja je osmislila i koristi se vlastitim idiomom, a taj njihov sociolekt nerazumljiv je osobama koje nisu pripadnici gejmerskog svijeta. Ono što je također važno naglasiti jest da je žargon jedan obilježeni način komunikacije, odnosno, ima specifična jezična sredstva, kako leksička tako i frazeološka, ali i gramatička i fonološka (Bugarski 2006:12). Ta specifična sredstva u gejmerskom su idiomu vrlo uočljiva.

Koncept *žargon* na prvu se čini jasan i razumljiv, ali je zapravo prilično fluidan i to nije specifikum hrvatske (socio)lingvistike, nego je isti slučaj i u drugim filologijama. Tako i među hrvatskim jezikoslovcima ima nesuglasica u vezi s nazivom tog idioma. Dok neki smatraju da

je gejmerski idiom zapravo žargon, drugi ga svrstavaju u kategoriju *slanga*, *argota* ili šatrovačkog govora. Problem nije u definicijama tih pojmova, već u njihovu preklapanju i potrazi za nadređenim pojmom. Neki lingvisti smatraju da je žargon nadređen ostalim pojmovima, neki pokušavaju pronaći razlike između sva četiri pojma i odrediti ih kao samostalne idiome, a za neke žargon i *slang* predstavljaju jednake koncepte.

U svom *Rječniku šatrovačkog govora* Sabljak (1981) opisuje nastanak novog jezika koji je stvoren „pod šatorom“ – kao tajni jezik Roma. Šatrovački govor predstavljen je kao govor koji se odvaja od standardnog govora po svom specifičnom načinu sporazumijevanja.

Sabljaku se suprotstavlja Mikić Čolić (2018: 234), koja smatra da je žargon širi pojam od šatrovačkog govora, a to potkrepljuje tvrdnjom i da je sam Sabljak promijenio naslov *Rječnika šatrovačkog govora* u *Rječnik hrvatskoga žargona*. Mikić Čolić (2018) navodi i definiciju iz *Hrvatskog enciklopedijskog rječnika* (Anić i sur. 2002) u kojem je na kraju natuknice *žargon* navedeno da su jednakovrijednice žargonu sleng, šatra, šatrovački govor i tajni jezik, a definiran je kao govor šireg socijalnog kruga, karakteriziran izrazima, značenjima i sintagmama koji ne pripadaju standardu i normi (*ibid.*).

Anita Skelin Horvat (2009: 5) ne slaže se pak s tvrdnjom da je *slang* istovrijednica žargonu, već smatra žargon podređenim *slangu*, a to podupire stavom da je žargon govor malih kohezivnih grupa, a *slang* jezik koji se od žargona razlikuje po tome što se može proširiti.

U svakom slučaju, „žargon je primarno vezan za društvenu grupu“ (Granić 2013: 152), bilo da je riječ o percepciji žargona kao jezika struke ili jezika ulice. Vrlo je dinamičan i brzo se mijenja (*ibid.*).

Budući da se spominju i jednakovrijednice, „[a]rgot je pak na samom dnu vrijednosne ljestvice kao tajni jezik kriminalnog miljea, stoga najmanje poznat, s najizraženijim semantičkim pomacima koji hotimično staraju šum u komunikaciji s *outsiderima*. Mijenja se onda kad i njima iz nekog razloga postane transparentan“ (Granić 2013: 152).

Prema Barbari Kovačević (2001: 397), žargon je nadređen šatrovačkom govoru i za šatrovački tvrdi da se on „u shemu supstandardnoga govora uklapa općenito kao govor ulice, često deklasiranih društvenih skupina. Pri tome vidimo jednu hijerarhiju supstandardnih odnosa u kojoj se šatrovački nalazi na nižoj stepenici od žargona“.

Ono u čemu se svi jezikoslovci zasigurno slažu jest da je žargon jedan veoma promjenjiv jezični sustav koji obilježava konstantno nestajanje nekih riječi, kao i nastajanje

novih, što potvrđuje i Kovačević (2001: 380-381) kad kaže da se „[p]romjene u žargonskom leksiku odvijaju [...] brže nego u bilo kojem drugom jezičnom segmentu. Leksički fond brzo zastarijeva, a svaka nova socijalna i dobna društvena skupina teži stvaranju novoga žargonskoga izraza“.

3.2. Povijest žargona

Žargonu se nije oduvijek pridavala definicija kakvu ima danas. U prošlosti je imao negativne konotacije i smatrao se štetnim za jezik. Tako Krunoslav Pranjić (1973) žargonu pridaje negativno značenje, opisujući ga kao razaranje jezika, nedelikatnost jezika, pojavu koja degradira osjećajne i estetske vrijednosti, indikator je nedostatka obrazovanja i slično. Premda Sabljak (2001) opisuje žargon kao „nižu govornu varijantu“ i „pokvaren govor“, žargon ipak gubi negativne konotacije pa se tako žargoni definiraju i kao

govori ne samo pojedinih socijalnih zatvorenih skupina, npr. zatvorenika, prostitutka, lopova, narkomana, dilera, navijača na stadionima, nego i otvorenih skupina, npr. učenika, studenata i pojedinih profesija, npr. umjetnika, liječnika, profesora, sveučilišnih asistenata, mehaničara, kuhara, a u novije vrijeme računalaca, osobito hakera! (Kovačević 2001: 397)

U *Hrvatskom enciklopedijskom rječniku* (Anić i sur. 2002) žargon se definira kao „govor šireg socijalnog kruga karakteriziran izrazima, značenjima i sintagmama koji ne pripadaju standardu i normi; podložan je pomodnosti, konkretizaciji i pojednostavljivanju te kao govor užeg profesionalnog kruga, uvriježeni jezik određene struke koji se spontano razvio neovisno o službenom nazivlju“.

Bugarski (2006: 147) smatra kako je žargon „jezik u malom“, najvažniji činitelj modernizacije standardnog jezika. Tvrdi da se standardni jezik upravo pomoću žargona prilagođava potrebama urbane kulture i prati promjene u načinu života neke zajednice. Za Bugarskog je žargon „preporoditelj i obnovitelj standardnog jezika“ (*ibid.*)

Stoga žargon „[u] posljednje vrijeme s pravom postaje predmet sociolingvističkih istraživanja iako je bio opterećen stereotipima kao manje vrijedan sociolekt koji ne zaslužuje znanstveni pristup“ (Granić 2013: 152).

4. GEJMERSKA *LINGUA FRANCA*

Zahvaljujući globalizaciji, engleski jezik postao je univerzalnim jezikom svih igrača na svijetu, gejmerska *lingua franca*. Razlog tome jest činjenica da je većina igara koje izlaze na tržište upravo na engleskom jeziku, ali i potreba za komunikacijom među igračima koji pripadaju različitim jezičnim zajednicama. Igre su dostupne svakoj osobi koja za njih posjeduje adekvatne uređaje, a zahvaljujući internetu, u igrama sudjeluju igrači sa svih strana svijeta. Da bi se, unatoč tome, mogla ostvariti međusobna komunikacija, bio je potreban poseban jezik koji bi im omogućio suradnju i sporazumijevanje. Osnova je tom jeziku, očekivano, engleski. Međutim, takav gejmerski idiom doveo je i do toga da se njime koriste i osobe iz istog govornog područja, bez obzira na to da za određene riječi i fraze postoje adekvatne zamjene u vlastitom jeziku.

Uzmu li se za primjer hrvatski gejmeri i njihova međusobna komunikacija, u njihovu razgovoru može se primijetiti mješavina hrvatskog i engleskog jezika (amalgam), odnosno usporedo upotrebljavaju i engleske termine, uz hrvatske, bez obzira na to što za englesko pojmovlje, koje se tiče igara, postoje adekvatne zamjene na hrvatskom jeziku. Englesko pojmovlje u nekim će slučajevima biti čak zastupljenije od hrvatskoga, i to u tolikoj mjeri da će takav način komunikacije biti nerazumljiv osobama koje nisu članovi te zajednice.

Međutim, dosta gejmerskih pojmova, postupaka i predmeta ipak nema svoju hrvatsku istovrijednicu. Neke bi jednostavne gejmerske pojmove na hrvatskom jeziku zamijenile dvije-tri riječi, ili čak cijela fraza, tako da je igračima uvelike otežana komunikacija ako bi pokušali održati razgovor koristeći se isključivo hrvatskim jezikom. U tom slučaju, čak i da hrvatski gejmeri žele upotrebljavati hrvatsko pojmovlje, ta opcija ne bi im bila prihvatljiva. Važno je naglasiti i da su u većini igara koje se igraju u tim zajednicama glavni ciljevi brzina i preciznost. Da bi se to postiglo, potrebno je na što brži i kraći način prenijeti poruku svojim suigračima. Dakle, ako igrači moraju birati između tipkanja ili govorenja tri ili četiri hrvatske riječi ili jedne engleske riječi, jednostavno je zaključiti kako će odabir ipak biti jedna engleska riječ, upravo zbog brzine prijenosa poruke. Gejmere, uz zajednički interes i identitet, tako povezuje i zajednički jezik.

Gejmerskim idiomom bave se malobrojni lingvisti, možda upravo zbog sveprisutnih predrasuda o gejmerima – smatra ih se djetinjastima, lijenima i da nemaju doticaja sa stvarnošću te da samo gube vrijeme igrajući videoigre.

Čak je i prilikom dijeljenja upitnika ispitanicima bilo podrugljivih komentara vezanih uz temurada, kao nešto što ne zavređuje ozbiljan pristup. Gejmerski jezik ne smatra se dovoljno važnim za istraživanje i skoro ga se u potpunosti ignorira, a uzmemo li u obzir činjenicu da igre igra više od 3,32 milijarde ljudi, onda se ova tema zasigurno ne bi trebala ignorirati (Howarth 2024).

Među rijetkim lingvistima koji proučavaju gejmerski jezik jest Astrid Ensslin.⁵ U svojoj knjizi *Language of Gaming* (2017) već u uvodu kritizira činjenicu da se tolika pažnja posvećuje jeziku medija, dok se jezik videoigara gotovo u potpunosti zanemaruje. Ističe kako je gejmerski jezik, iako pripada novim medijima, idiosinkratičan i prevelik da bi se samo podveo pod široki pojam *jezik medija* (Ensslin 2017: 5).

Uz gejmerski jezik veže se nekoliko različitih tipova diskursa. Primaran gejmerski diskurs jest diskurs o igrama i igranju koji koriste gejmeri na različitim društvenim i komunikacijskim platformama. Osim toga, postoji i diskurs o igrama koji koriste profesionalci te struke – dizajneri i developeri; zatim diskurs o igrama koji koriste novinari, političari, roditelji i drugi; diskurs u samoj igri – priča koju određeni lik prati, upute u igri, unaprijed napisani dijalozi; te, u konačnici, diskurs koji se nalazi u uputama, reklamama i sl. (Ensslin 2017: 6).

4.1. Konstrukcija gejmerskih izraza

Postoje brojni rječotvorni postupci kojima nastaju gejmerske riječi. Najčešći među njima bili bi akronimi i inicijali, afiksacija i *clipping*, a osim njih značajne su i semantičke i funkcionalne preobrazbe kao što su amelioracija, pejoracija, generalizacija i specijalizacija ili promjena vrste riječi, primjerice, iz imenice ili pridjeva u glagol.

4.1.1. Akronimi i inicijalizmi

Akronimi i inicijalizmi vrlo su česta pojava i često se koriste u gejmerskoj zajednici, ali i u bilo kojoj drugoj zajednici koja koristi računalo kao sredstvo prijenosa komunikacije.

⁵ Profesorica je Digitalne kulture i komunikacija na Sveučilištu u Regensburgu. Autorica je *The Language of Gaming* (2017) i *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality* (2019).

Razlog tome jest brzina prijenosa informacija, odnosno više riječi stane u samo nekoliko grafema/slova. Na taj način duge fraze skraćuju se na početna slova svih riječi od kojih se fraza sastoji, pa tako od fraze *Massively Multiplayer Online Role-Playing Games* nastaje tek šest slova – MMORPG. Kad član gejmerske zajednice vidi taj akronim, zna o čemu je riječ. Razlika između akronima i inicijalizama jest upravo u izgovoru: ako je riječ nastala skraćivanjem od inicijala svake riječi sastavnice i može biti izgovorena bez pojedinačnog sricanja svakog slova, riječ je o akronimu. Ako se nastala riječ sriče slovo po slovo, riječ je o inicijalizmu (Ensslin 2017). Primjer akronima upravo je MMORPG zato što korisnici ovu riječ izgovaraju [mɔ:g], ispuštajući izgovor /m/ i /p/, umjesto da ju izgovaraju kao [ˌem em ˈəʊ a:r pi: ˈdʒi:]. Još jedan primjer bio bi i skraćeni naziv igrice *League of Legends* koji korisnici izgovaraju [lol] umjesto [ˌel əʊ ˈel]. Inicijalizmi bi bili i AFK koji se izgovara [ˌɛf ˈkeɪ] umjesto [afk], RPG koji se izgovara [ˌa:r pi: ˈdʒi:] ili MMO koji se izgovara [ˌem em ˈəʊ].

Nekoliko primjera koji gejmeri često koriste jesu:

AFK – *Away From Keyboard* – akronim doslovnog značenja 'udaljen od tipkovnice' koji igrač koristi kad želi drugim igračima dati do znanja da neko vrijeme neće biti dostupan

BG – *Bad Game* – koristi se kad na kraju igre sudionici izražavaju svoje nezadovoljstvo odigranom rundom

CP – *Checkpoint* – mjesto na kojem se može spremiti napredak u igrici

RPG – *Role-Playing Game* – igre u kojima igrač razvija svoj lik u nekom svijetu, igra određenu ulogu

RTS – *Real Time Strategy* – igre u kojima se vode bitke u stvarnom vremenu, uživo

MMO – *Massively Multiplayer Online* – igra za velik broj igrača *online*

GG/GGWP – *Good Game/Good Game Well Played* – pohvala timu ili suigraču za dobro odigranu rundu

OP/UP – *Overpowered/Underpowered* – igrač ovim akronimom daje suigračima do znanja svoj položaj u odnosu na protivnika

4.1.2. Afiksacija

Afiksacija nastaje kad se leksički morfem ili afiks doda postojećoj riječi te tako promijeni značenje ili vrstu riječi postojeće riječi. Afiksi koji se dodaju na početak riječi nazivaju se prefiksi, a oni koji se dodaju na kraju riječi, nazivaju se sufiksi. Riječ *gamer* nastala je sufiksacijom kad se na imenicu *game* dodao nastavak *-er* koji je pritom stvorio riječ drugog značenja. Ta riječ postala je simbolom cijele zajednice te se čak i grafijski prilagodila hrvatskom jeziku u obliku *gejmer*, pa se tako piše na isti način na koji se i izgovara. Svaki jezik ima pravila prema kojima tvori, izgovara i koristi riječi i rečenice, a posuđene riječi trebaju se prilagoditi zakonima jezika u koji su posvojene (Filipović 1986: 36). Tako se i riječ *gejmer* grafijski prilagodila hrvatskom jeziku.

U hrvatskoj je gejmerskoj zajednici sufiksacija veoma česta. Budući da se ponajviše koriste riječi engleskog podrijetla, gejmeri su ih prilagodili tako da su im dodali sufikse koji bi inače u hrvatskom jeziku i pripadali vrsti riječi kojoj su ih oni i dodali. Tako su riječima *grind* i *loot* koje pripadaju glagolima dodali sufikse *-ati* i stvorili „glagol“ po pravilima hrvatskog jezika – *grindati* i *lootati*. Na isti način stvorene su i glagolske imenice *grindanje* i *lootanje*, riječi *noob* dodan je i pejorativni sufiks *-ara* tvoreći pogrdni naziv za novog igrača – *noobara*. Da bi opisati osobu koja igra RPG – *Role Playing Game*, kreiran je naziv *arpegeaš* tako što se grafijski prilagodio akronim i dodan mu je sufiks *-aš*. Primjeri sufiksacije jesu: *banan*, *bildan*, *boostanje*, *erpegeaš*, *grajndanje*, *lootanje*, *noobara*, *dropati* i dr.

Vrlo je čest i proces prefiksarno-sufiksarne tvorbe u kojoj sudjeluju jedan prefiks, jedna tvorbena osnova i jedan sufiks. Ovaj proces vidljiv je u primjerima *nafeedan*, *naboostan*, *nahajpan* i sl., svi se koriste kao pridjevi i formirani su od prefiksa *na-* i sufiksa *-an*, a za iste primjere postoje i glagolski oblici – *nafeedati*, *naboostati* i *nahajpati*. Glagoli koji nastanu na taj način mogu se i konjugirati prema pravilima hrvatskog jezika, pa bi konjugacija glagola *nafeedati* bila *nafeedam*, *nafeedaš*, *nafeeda*, *nafeedamo*, *nafeedate*, *nafeedaju* ili grafijski prilagođeno – *nafidam*, *nafidaš*, *nafida*, *nafidamo*, *nafidate*, *nafidaju*.

4.1.3. Clipping ili obrezivanje

Clipping ili obrezivanje još je jedan česti rječotvorni postupak. Definiran je kao „obrezivanje dijelova postojeće riječi na način da ona ne mijenja značenje ili vrstu, ali dolazi

do promjene stilističke vrijednosti“ (Marković 2012: 88). I ovaj postupak, kao i postupak akronimizacije i inicijalizacije, služi za komunikaciju u što kraćem vremenu.

Najčešće se riječi obrezuju na način da od riječi ostane samo jedan slog, a uklanjaju im se početni ili krajnji slogovi, a veoma rijetko slogovi u sredini riječi (Ensslin 2017: 72). *Clipping* je vidljiv u riječima *modification* te se umjesto pune riječi koristi samo prvi slog *mod*; zatim umjesto naziva igre *Resident Evil*, češće će se koristiti verzija *Rez Evil*; umjesto *costume play*, rabi se *cosplay*; umjesto riječi *damage*, koristit će se DMG izbacujući samoglasnike; umjesto riječi *easy*, koristi se *ez* itd. Kad se suigrači međusobno pozdravljaju prije napuštanja igre, koristit će obrezanu verziju riječi pozdrav u obliku *zz*. Ovo je specifično isključivo za članove hrvatske, bosanske i srpske gejmerske zajednice.

4.1.4. Semantičke preobrazbe

Semantičke preobrazbe također su veoma česte u gejmerskom idiomu jer se mnogim hrvatskim riječima u kontekstu videoigara pridaje novo značenje. Tako riječ *avantura* uz značenje 'opasan rizični pothvat ili kratkotrajna ljubavna veza' ima i značenje 'vrsta računalnih igara za jednu ili više osoba' u kojima je cilj prelaženje nekih pustolovnih prepreka te otkrivanje tajnih i zakulisnih rješenja za prelazak na višu razinu. Riječ *avatar* uz značenje 'u hinduizmu utjelovljenje božanstva u čovjeku ili životinji' ima i značenje računalno stvorene slike ili znaka koji predoduje osobu koja razgovara s korisnikom računala. *Gljiva* više nije samo carstvo nego je sada i 'analogni pokazivač smjera na kontroleru'. *Kamper* više nije samo 'onaj koji boravi u kampu', već je i 'onaj koji čeka protivnika u zasjedi', pa tako i kampiranje dobiva novo značenje. *Križ* uz svoju „staru“ definiciju da je to kršćanski simbol u obliku krakova koji se sijeku pod pravim kutom dobiva i definiciju da je on 'dio kontrolera namijenjen biranju smjera'. Ni *trol* više nije samo nadnaravno biće iz skandinavske mitologije, već je sada i 'igrač koji namjerno provocira suigrače u videoigrama'. Što se funkcionalne preobrazbe tiče, kod nje dolazi do promjene vrste riječi bez mijenjanja njezina oblika, a dva primjera bila bi pridjevi *multiplayer* i *singleplayer* koji mijenjaju vrstu i postaju imenice (Ensslin 2017: 72-73).

4.2. Gejmerske prilagodnice

Jedan od problema s kojim se susreću hrvatski gejmeri jest prilagodba engleskih riječi hrvatskom jeziku. Pitanje je hoće li se igrači koristiti etimološkim ili fonetiziranim načinom pisanja ovih riječi. Tako za skoro svaku englesku riječ u *gejmerskom* jeziku postoji i fonetizirani način pisanja: *assist/asist*, *dive/dajv*, *deny/dinaj*, *flank/flenk*, *hype/hajp*, *camp/kemp*, *quest/kvest*, *feed/fid*, *tank/tenk*. Nijedna opcija nije pogrešna opcija, ali može se zaključiti kako se igrači neće koristiti fonetiziranim riječima ako igraju s igračima koji nisu iz njihova govornog područja te kako će u tom slučaju u potpunosti rabiti samo engleske riječi.

4.3. Vulgarizmi i psovke

Za vulgarizme se može reći da su jedno od obilježja žargona i velik broj lingvista i sam žargon smatra jednom podvrstom, priprostom inačicom jezika, pa ne čudi da prva poveznica pri pomisli na žargon jest upravo psovka. Vulgarizmi pripadaju sferi tabu-riječi koje u komunikaciji najčešće nisu poželjne. Vulgarizmi se u svom najjednostavnijem obliku mogu definirati i kao one riječi koje proizlaze iz sfere kakvog društvenog tabua (Badurina i Palašić 2020: 98).

Badurina i Pranjković (2019) u definiciji vulgarizma tvrde da je vulgarizam nepristojna/prostačka riječ kojom se označuje predmet ili proces iz sfere društvenog tabua te ističu kako su vulgarizmi zamjenjivi „pristojnom“ standardnojezičnom riječju.

Pavel Pilch (2011: 22) donosi sveobuhvatnu definiciju psovke:

Psovka je prije svega govorni čin koji je uvijek uključen u komunikacijsku situaciju. Taj je čin najčešće izraz verbalne agresije koja može (a ne mora) biti usmjerena prema nekome ili nečemu. Psovka se većinom smatra nepristojnom u međuljudskoj komunikaciji jer često koristi vulgarne i opscene riječi, napada i vrijeđa, huli ili narušava socijalne tabue. Ponekad je oštro i grubo hiperbolizirani iskaz, pretjerana metaforična oznaka čija je glavna uloga smanjivanje nečije vrijednosti. S druge strane često se psovka koristi kao poštapalica, većinom u neuglađenome govoru, kao estetsko sredstvo, kao prijekor. Izgovorena psovka najčešće polazi iz frustracije, gnjeva, mržnje ili čovjekove želje da se opusti, no može biti i oznaka pripadnosti nekoj socijalnog grupi, slabog obrazovanja ili odgoja.

Što se tiče gejmerske zajednice, može se reći da su psovke i vulgariizmi koje igrači koriste proizašli iz frustracija i gnjeva koji se manifestiraju zbog lošijeg ishoda od onog što su igrači očekivali.

Kreatori igara pokušavaju psovke, vulgariizme i ostale neprihvatljive riječi svesti na minimum tako što u *live chatovima* u igrama onemogućuju takve riječi te igrači dobiju upozorenja o kršenju pravila igre ako ih upišu u *chat*. Međutim, riječi je moguće zabraniti samo u njihovu izvornom obliku te je teško kontrolirati varijacije kojima se igrači služe kako bi zaobišli ovu restrikciju. Za primjer ćemo uzeti frazu *kill yourself* koju igrači veoma često koriste kako bi drugom igraču dali do znanja da je loš, da ne igra kako bi trebao ili, suprotno, da je odnio pobjedu i tim činom razljutio protivnika koji mu upućuje te riječi. U većini *live chatova* ova fraza u potpunosti je zabranjena pa su igrači pronašli način kako uputiti istu frazu suigraču, a da ih sustav ne razotkrije. Umjesto *kill yourself*, igrač u *chat* upisuje *kys*, a svi ostali igrači znaju o čemu se radi. Igrači mogu naknadno prijaviti bilo kojeg igrača koji vrijeđa ostale, tako i frazu *kys* sustav počinje prepoznavati kao neprimjerenu te uklanja i mogućnost njezina korištenja. Kad sustav zabrani i frazu *kys*, igrači će smisliti novu varijantu koju mogu nastaviti koristiti dok god sustav i nju ne prepozna.

Međutim, u direktnoj komunikaciji ne postoji restrikcija izgovorenih riječi te se u tom slučaju suigrači *ne štede*. Vulgariizmi i psovke nerijetko se koriste i u iskazivanju sreće zbog uspješno odigrane igre ili zbog superiornosti nad protivnikom.

5. ISTRAŽIVANJE

5.1. Ciljevi istraživanja

Ciljevi ovog istraživanja i rada jesu dobiti uvid u gejmersku zajednicu u Hrvatskoj, vidjeti koje igre prevladavaju te na koji način igrači, članovi te zajednice, komuniciraju međusobno, ali i s igračima iz drugih govornih područja. Upitnik će pokazati i u kojoj su mjeri igrači upoznati s određenim riječima koje se koriste u globalnoj gejmerskoj zajednici i koliko ih i sami upotrebljavaju. Prikazat će se i odnos igrača prema vulgarizmima i njihovoj upotrebi. U konačnici će se pokazati i koliki je vidljiv utjecaj engleskog jezika na gejmersku zajednicu i koju varijantu određenih riječi članovi te zajednice biraju. Ostvarivši navedene ciljeve rad će pridonijeti boljem razumijevanju jedne specifične zajednice koja ne postoji samo u Hrvatskoj već i u svim državama svijeta.

5.2. Metode istraživanja

Da bi se došlo do potrebnih podataka, napravljena je anketa koja sadrži 20 pitanja. Istraživanje je provedeno u obliku ankete *Google Forms*, a anketu je ispunilo 189 ispitanika. Istraživanje je napravljeno u svrhu izrade diplomskog rada.

5.3. Instrument

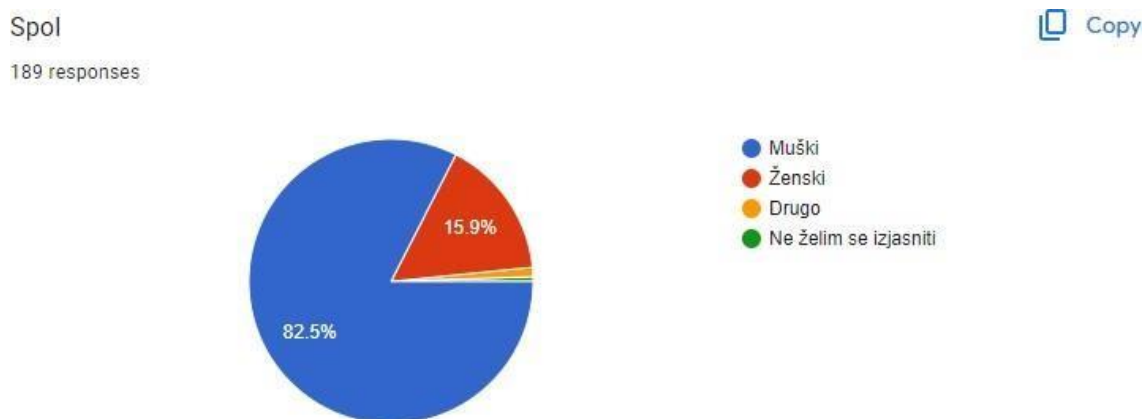
Upitnik je podijeljen na dva dijela. U prvom dijelu ispitanici su trebali odgovoriti na dva pitanja vezana uz opće podatke – dob i rod/spol, označiti ili nadopisati igre koje su igrali prije ili koje još uvijek igraju, označiti koliko komuniciraju s drugim igračima (iz vlastitog govornog područja ili iz drugih) te koje riječi koriste u toj komunikaciji – hrvatske ili strane. Posljednje pitanje u prvom dijelu potaknulo je najveći odaziv i najkreativnije odgovore, a ono se tiče društveno neprihvatljivih riječi i fraza – vulgarizama i psovki koje igrači koriste tijekom igranja. Drugi dio upitnika fokusiran je na riječi koje igrači koriste u komunikaciji s drugim

igračima. Navedeno je devet skupina riječi i potrebno je označiti u kojoj mjeri ih prepoznaju/koriste. Posljednje pitanje sadrži osam riječi koje su napisane na dva načina te su ispitanici trebali odabrati način pisanja koji oni koriste.

5.4. Analiza anketnog upitnika

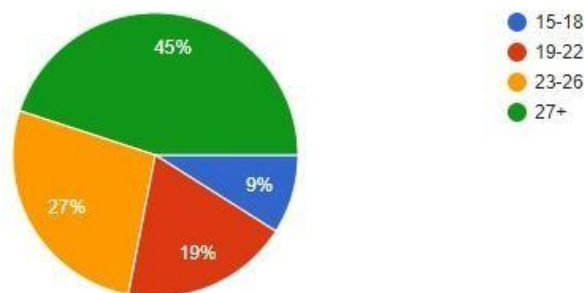
Prvo pitanje na koje su ispitanici trebali odgovoriti tiče se roda/spola ispitanika. Kao što se moglo i pretpostaviti, muškarci su većina ispitanika, točnije njih 82,5% ili 156 ispitanika.

Žene predstavlja 15,9% ispitanika, tj. 30 ispitanika/ca; dvoje ispitanika, točnije 1,1%, pod opcijom roda/spola odabralo je *Drugo*; jedan ispitanik, koji čini 0,5% ispitanika, odabrao je opciju *Ne želim se izjasniti*. (Slika 1.).



Slika 1. Grafički prikaz roda/spola ispitanika

Pri odabiru dobne skupine, bile su moguće četiri opcije: dobna skupina 15-18 godina, dobna skupina 19-22 godine, dobna skupina 23-26 godina i dobna skupina 27+ godina. Najviše ispitanika, iznenađujuće, pripada posljednjoj skupini od preko 27 godina, njih 85, što bi činilo 45% ukupnih ispitanika. Dobnoj skupini 23-26 godina pripada 51 ispitanik, odnosno 27%, skupini 19-22 godine pripada 36 ispitanika ili 19%, a dobnoj skupini 15-18 godina pripada 17 ispitanika što bi činilo tek 9% (Slika 2.).



Slika 2. Grafički prikaz dobne skupine ispitanika

Prvo pitanje koje se tiče teme ovog rada bilo je da ispitanici označe igre koje su igrali ili koje još uvijek igraju. U pitanju je navedeno pet igara za koje se smatralo da će ih igrati najviše ispitanika. Navedene su sljedeće igre:

- *League of Legends (LoL)* – timska strateška igra u kojoj se dva tima od po pet šampiona (*champions*) bore kako bi uništili bazu jedni drugima⁶
- *Dota 2* – akcijska *RTS (Real Time Strategy)* igra u kojoj se, također, radi o dva tima koja pokušavaju uništiti neprijateljevu bazu, u ovom slučaju *Ancient*⁷
- *Valorant* – igra u kojoj su dva tima od po pet članova podijeljena na napadački i obrambeni tim i svaki član, odnosno agent, ima specifične sposobnosti⁸
- *Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO)* – taktička igra *pucačine* u kojoj su dva tima po pet članova podijeljeni na napadački i obrambeni tim i igra se u rundama⁹
- *Call of Duty (CoD)* – igra *pucačine* koja se odvija tijekom Drugog svjetskog rata u kojoj postoji *singleplayer*-opcija i *multiplayer*-opcija, odnosno igrači mogu birati hoće li igrati sami ili s više igrača¹⁰

Osim ovih pet igara, ispitanici su dobili i opciju *Ništa od navedenog (druge igre)*.

⁶ <https://www.leagueoflegends.com/en-us/how-to-play/>

⁷ https://dota2.fandom.com/wiki/Dota_2

⁸ <https://www.esafety.gov.au/key-topics/esafety-guide/valorant#:~:text=Valorant%20is%20an%20online%20multiplayer,abilities%20to%20use%20during%20gameplay>

⁹ [https://help.generationesports.com/hc/en-us/articles/360060691912-Counter-Strike-2-Game-Overview#:~:text=Counter-Strike%3A%20Global%20Offensive%20\(,from%20the%20STEAM%20Games%20Client](https://help.generationesports.com/hc/en-us/articles/360060691912-Counter-Strike-2-Game-Overview#:~:text=Counter-Strike%3A%20Global%20Offensive%20(,from%20the%20STEAM%20Games%20Client)

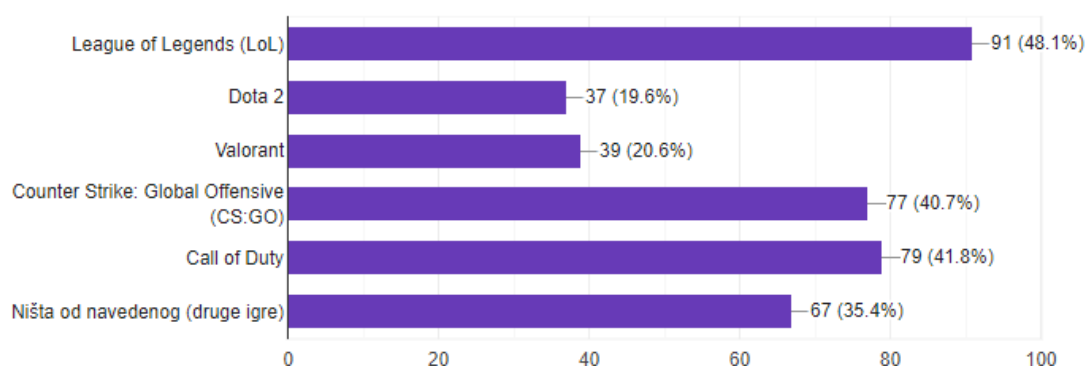
¹⁰ https://callofduty.fandom.com/wiki/Call_of_Duty#Multiplayer

Najviše ispitanika, njih 91, igralo je ili još uvijek igra *League of Legends*, što bi činilo 48,1% ispitanika. Njihova druga najpopularnija igra bila je *Call of Duty* koju igra 79 ispitanika, tj. njih 41,8%. Samo dva ispitanika manje, njih 77, označilo je *Counter Strike: Global Offensive* kao igru koju su igrali, što bi u postotku činilo njih 40,7%. Čak 67 ispitanika, njih 35,4%, odabralo je *Ništa od navedenog (druge igre)*; 39 ispitanika, odnosno 20,6%, odabralo je igru *Valorant*, a najmanji broj ispitanika, njih 37, igralo je ili još uvijek igra *Dota 2*, što bi činilo 19,6% ispitanika (Slika 3.).

Označite igre koje ste igrali ili još uvijek igrate.

 Copy

189 responses



Slika 3. Grafički prikaz igara koje su ispitanici igrali/još uvijek igraju

U sljedećem pitanju ispitanici su mogli nadopisati igre koje igraju, a koje nisu navedene, a odgovora je bilo 106. U tim odgovorima specificirano je bilo 217 igara, od kojih su se najčešće igrale *Minecraft*, koju igra 13 ispitanika; *World of Warcraft* ili *Wow*, koju igra 12 ispitanika; *FIFA*, koju igra 7 ispitanika; *Rocket League*, koju je navelo 6 ispitanika; zatim *Diablo* i *Apex* s po pet ispitanika; *Civilization*, *Red Dead Redemption* i *Team Fortress* navelo je četvero ispitanika, a igru *God of War* tri ispitanika. Ostale igre spomenute su jednom ili dvaput, a bilo je i odgovora u kojima su ispitanici naveli da igraju toliko mnogo igara da ih ne mogu sve navesti.

5.4.1. Komunikacija među igračima

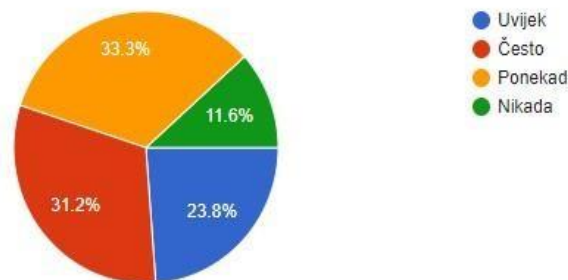
Nakon što su ispitanici naveli igre koje igraju, trebali su odgovoriti na četiri pitanja koja se tiču komunikacije među igračima. Prvo pitanje odnosi se na to koliko igrači komuniciraju

međusobno tijekom igre. Opcije koje su mogle biti odabrane jesu: *uvijek*, *često*, *ponekad* i *nikada*. Igrača koji komuniciraju s drugim igračima uvijek ima 23,8%, što bi činilo 25 ispitanika. Ispitanici koji često komuniciraju s drugim igračima čine 31,2% i njih je 59. Ponekad komunicira s drugim igračima njih 63, a čine 33,3% anketiranih, dok onih koji nikada ne komuniciraju s drugim igračima ima 22 ili 11,6% (Slika 4.).

Koliko često komunicirate s drugim igračima tijekom igranja?

 Copy

189 responses

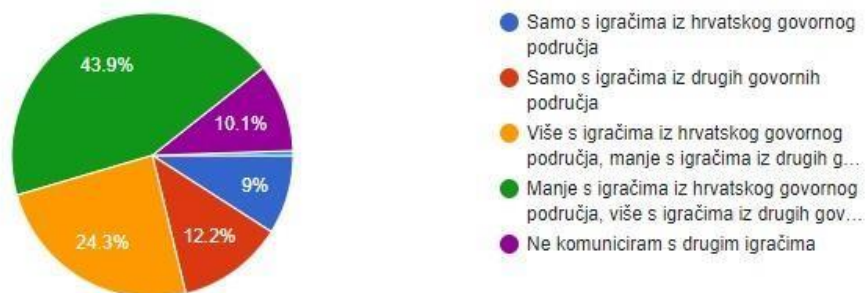


Slika 4. Grafički prikaz učestalosti komunikacije s drugim igračima

Komunicirate li pretežno s igračima iz hrvatskog govornog područja ili s igračima iz drugih govornih područja?

 Copy

189 responses



Slika 5. Grafički prikaz komunikacije s igračima iz raznih govornih područja

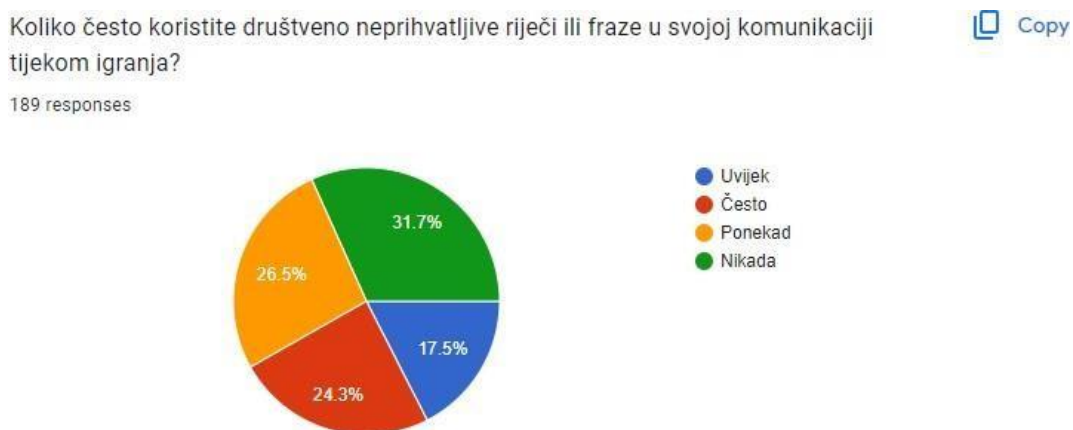
U odgovoru na šesto pitanje ispitanici su trebali navesti komuniciraju li pretežno s igračima iz hrvatskog govornog područja ili s igračima iz drugih govornih područja. Komunikaciju isključivo s igračima iz hrvatskog govornog područja ima 17 ispitanika, njih 9%, dok komunikaciju isključivo s igračima iz drugih govornih područja ima 23 ispitanika,

njih 12,2%. S igračima iz i izvan hrvatskog govornog područja komunicira 46 ispitanika, odnosno njih 24,3%, ali u korist igrača iz hrvatskog govornog područja. Najviše ispitanika komunicira s objema skupinama, ali ipak više komuniciraju s igračima iz drugih govornih područja, njih čak 83 ili 43,9%. Svega 19 ispitanika, njih 10,1%, izjasnilo se kako uopće ne komuniciraju s igračima iz drugih jezičnih zajednica (Slika 5.).

5.4.2. Odnos ispitanika prema vulgarizmima i psovka

Pitanje o društveno neprihvatljivim riječima i frazama nedvojbeno je najuspješnije pitanje cijelog upitnika uzme li se u obzir opširnost odgovora. Kao što je već navedeno, gejmerni svoje nezadovoljstvo zbog gubitka ili lošeg ishoda igre iskazuju vulgarizmima i psovka.

Da bismo vidjeli koriste li ispitanici ove riječi i u kojoj mjeri, postavljena su im dva pitanja. Prvo su trebali odgovoriti u kojoj mjeri upotrebljavaju te riječi, a ponuđeni odgovori bili su *uvijek*, *često*, *ponekad* i *nikada*. Rezultati su pokazali da 33 ispitanika uvijek koriste psovke, dakle njih 17,5% ispitanika; 46 ispitanika ili 24,3% te riječi koristi često; za *ponekad* se opredijelilo 50 ispitanika, odnosno 26,5%; a preostalih 60 ispitanika, 31,7%, navelo je da *nikada* u komunikaciji s drugim igračima ne koriste vulgarizme i psovke. Zanimljiv je podatak da se od 30 ispitanika njih 19 izjasnilo da *nikada* ne koriste neprikladne riječi i fraze, 6 ih koristi *ponekad*, 4 *često*, a tek jedna ispitanica *uvijek* koristi neprikladne riječi i fraze (Slika 6.).



Slika 6. Grafički prikaz korištenja društveno neprihvatljivih riječi i fraza u komunikaciji tijekom igranja

Nakon što su označili učestalost korištenja vulgarizama, psovki i ostalih društveno neprihvatljivih riječi i fraza, od ispitanika se, zatim, tražilo da navedu barem dvije koje najčešće koriste, a odgovor su mogli i preskočiti u slučaju da takve riječi i fraze ne koriste ili ih ne žele podijeliti. Od ukupnog broja ispitanika, 81 ispitanik odgovorio je na postavljeno pitanje. Neki ispitanici napisali su samo jednu riječ koju najčešće koriste, dok je 8 ispitanika navelo brojne slikovite primjere. U odgovorima ispitanika posebnu pažnju privukao je i jezik na kojem su odgovarali. Naime, tek 25 ispitanika, njih 20,25%, odgovorilo je isključivo na hrvatskom jeziku. Njih 10, tj. 8,1%, navelo je primjere i na hrvatskom i na engleskom jeziku, a čak 44 ispitanika, njih 35,64%, odgovorilo je isključivo na engleskom jeziku. Zanimljiv je podatak i da su dva ispitanika, 1,62%, odgovorili na ruskom jeziku. Od sveukupnog broja ispitanika, njih 43,74% navelo je primjere na engleskom jeziku, što je jasan znak da je engleski jezik ekspandirao u toj zajednici, ali to je bilo i očekivano.

Ispitanici su sveukupno naveli 246 primjera psovki, vulgarizama i fraza. Najviše primjera tiče se glagola koji Josip Užarević (2012) naziva *nad-riječju*. Riječ je o glagolu *jebati* koji, smatra Užarević, funkcionalno ujedinjuje gotovo cijeli semantički prostor psovke. Od sveukupnog broja, ispitanici su naveli čak 65 primjera, odnosno 26,42%, koji se na neki način tiču navedenog glagola. U obzir su uzete sve varijacije i fraze u kojima se taj glagol nalazi uz varijantu na engleskom jeziku, kojih ima 25. Koriste se oblici poput *jebote, jebiga, jebem ti mater, jebi se, fuck, fucking retard, what the fuck, fuck off* te mnoge druge.

U 10,1% primjera nalazi se i povezanost s religijom. Takve psovke Ignacije Gavran (1963) naziva klevetama i prokletstvima, za razliku od bludnih psovki – psovki koje se odnose na spolne organe i intimne odnose. Ispitanici su naveli 25 primjera kleveta i prokletstava u ovom istraživanju, a zanimljivo je naglasiti da je svih 25 primjera navedeno isključivo na hrvatskom jeziku, dakle, varijante na engleskom jeziku nema, za razliku od ostalih primjera. Najčešći su primjeri *bog te jebo, isusa ti draga, krv isusovu*, a jedan veoma zanimljiv primjer bio bi *isstejea*.

Riječ *retard* pojavljuje se 22 puta, i to u četiri različita oblika – *retard, retaj, fucktard* i *ret*. U slučaju riječi *retard* ne može se znati misle li ispitanici na hrvatsku ili englesku verziju te riječi jer se u oba jezika koristi *retard*, a *retaj*¹¹ bi se smatralo hrvatskom varijantom ove riječi jer je riječ o dijalektizmu.

¹¹ Izraz tipičan u splitskom urbanolektu i žargonu, odnsono *slangu*.

Četvrta najčešća uvreda koju su ispitanici naveli tiče se rase, a radi se o riječi *nigger* koja, ovisno o kontekstu, ali najčešće, služi kao pogrdan naziv za osobe crne rase. Ovaj primjer naveden je 21 put, što bi činilo 8,5% sveukupnih primjera. Jedan primjer iskazan je na hrvatskom jeziku u obliku *crnčuga*, a jedan primjer iskazan je u obliku *cotton picker* kojim se aludira na činjenicu da su robovi prije brali pamuk.

U odgovorima ispitanika može se pronaći 14 primjera ili 5,7% uvreda zbog seksualne orijentacije. Ti primjeri zastupljeni su u varijantama riječi *peder* ili *faggot*. Četiri su primjera na hrvatskom jeziku, i to u oblicima *peder* i *pederčina*, dok su ustali primjeri na engleskom jeziku u oblicima *faggot*, *fag* i *fagface*.

Uz navedene, ispitanici su naveli i uvrede kojima se cilja na nacionalnu ili vjersku pripadnost, pripadnost nacionalnoj manjini, rasi i slično. Tako ima primjera u kojima ispitanici svoje suparnike nazivaju Srbima i Mongoloidima, Romima i Židovima i Ciganima.

U anketi ne manjka ni nekih „standardnijih“ psovki i uvreda, pa se tako mogu pronaći i uvrede poput *debil*, *majmun*, *idiot*, *špaker*, *moron*, *imbecil*, *asshole*, *noob*, *ape* itd.

Uzmemo li u obzir da 68,3% ispitanika u određenoj mjeri u svojoj komunikaciji koristi psovke, vulgarijeme, uvrede i ostale društveno neprihvatljive riječi i fraze, možemo zaključiti da se radi o jednoj poprilično *toksičnoj* zajednici.

Posljednjih nekoliko godina objavljen je velik broj radova koji se fokusiraju upravo na taj aspekt zajednice. Najčešća je tema količina emocionalne štete i posljedice koje taj način komunikacije ostavlja na igrače. Tako Luke Munn (2023) navodi kako se u anketi, koju je provela *Anti-Defamation League* u Sjedinjenim Američkim Državama 2021., pokazalo da je 83% ispitanika u dobi od 18 do 45 godina u nekom trenutku doživjelo neki oblik maltretiranja tijekom igranja *online multiplayer*-igara. Ono što Munn posebno naglašava jest činjenica da se takav oblik mržnje uzima zdravo za gotovo i smatra sasvim normalnim u gejmerskoj zajednici, što samo dodatno potkrepljuje tezu da se gejmerskoj zajednici ne pristupa onako kako bi trebalo.

Euteneuer i Meints (2020) naglašavaju kako ta zajednica često opravdava rasističko ponašanje vezujući ga uz humor. Navode i primjer tadašnjeg najpoznatijeg *gaming vlogera* PewDiePiea koji je u prijenosu uživo, u više navrata, izgovorio „šale“ vezane uz rasu, Holokaust i naciste. Usprkos tomu, imao je sve više pratitelja koji su ga podržavali u takvim situacijama, a čak ni *YouTube* nije reagirao na te postupke. Očito je da govor mržnje nije

zaobišao ni gejmersku zajednicu, no to je kompleksan problem koji treba ozbiljno shvatiti i razlučiti ga od slobode govora.

5.4.3. Učestalost poznavanja i upotrebe gejmerskih riječi

U sljedećem dijelu ankete ispitivačima je predstavljeno devet skupina riječi i njihov zadatak bio je označiti koliko dobro poznaju i koriste te riječi. Riječi su poredane od onih najosnovnijih do specifičnih koje se koriste samo u određenim igricama. Ispitanici su mogli odabrati jedan od ponuđenih odgovora:

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima.

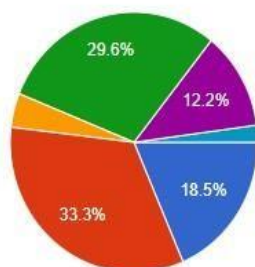
Pretpostavka je da će ispitivači biti upoznatiji sa skupinama riječi koje su im prve predstavljene, a manje upoznati sa skupinama koje su im predstavljene kasnije.

Prvu skupinu čine riječi (akronimi) *afk, dmg, ez, gg, kys, qq, zz, glhf, n1, nt* i *wp*. To su izrazi koje poznaje gotovo svaki *gejmer* i koje, pretpostavljamo, često koristi. Od 189 ispitanika, njih 35, tj. 18,5% upoznato je s tim riječima i koriste ih. Najveći broj ispitanika odabrao je drugu opciju *Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke.*, njih 63, odnosno 33,3%. Ispitanika koji su upoznati sa svim riječima, a ne koriste ih ima 8, odnosno 4,2%. Ispitanici koji su upoznati s većinom riječi pripadaju skupini od 29,6% i njih je 56, dok ispitanika koji su upoznati tek s nekim riječima ima 23, odnosno 12,2%. Tek 4 ispitanika ili 2,1%, nije upoznato s tim riječima (Slika 7.).

afk, dmg, ez, gg, kys, qq, zz, glhf, n1, nt, wp

 Copy

189 responses



- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

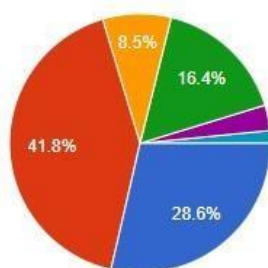
Slika 7. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

Druga skupina sadrži riječi *aggro*, *asist*, *banati*, *bustati/boostati*, *bot*, *easter egg*, *farmati*, *guild*, *đukati/jukati*, *kvest*, *loot*, *mana*, *nub/noob* i *perk*. Ispitanika koji su upoznati sa svim riječima i koriste ih ima 54, odnosno 28,6%. Skupini u kojoj su ispitanici upoznati sa svim riječima, a koriste samo neke, pripada gotovo polovica ispitanika, njih 79, odnosno 41,8%. Dakle, 16 ispitanika ili 8,5% izjasnilo se da su upoznati s tim riječima, ali ih ne koriste. S većinom riječi upoznat je 31 ispitanik ili 16,4%, dok je samo s nekim riječima upoznato 6 ispitanika, tj. njih 3,2%, a 3 ispitanika ili 1,6%, nije upoznato s tim riječima (Slika 8.).

aggro, asist, banati, bustati/boostati, bot, easter egg, farmati, guild, đukati/jukati, kvest, loot, mana, nub/noob, perk

 Copy

189 responses

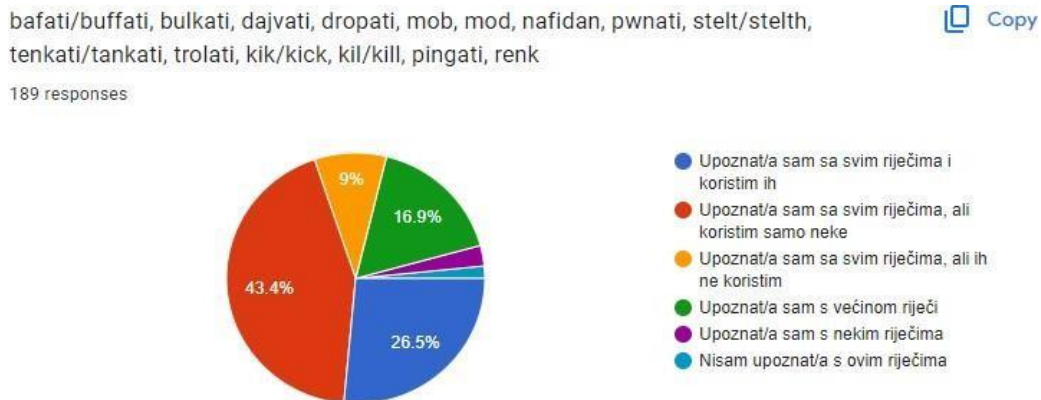


- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

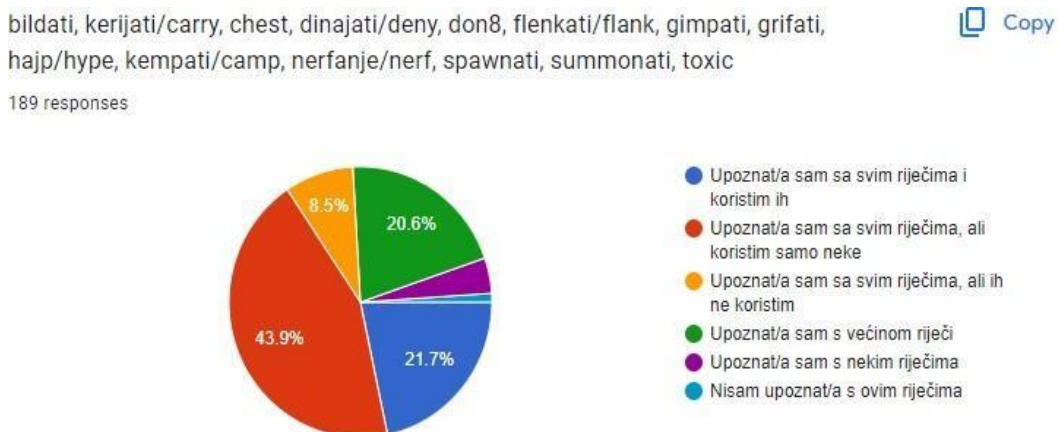
Slika 8. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

U trećoj skupini nalaze se riječi *bafati/buffati*, *bulkati*, *dajvati*, *dropati*, *mob*, *mod*, *nafidan*, *pwnati*, *stelt/stelth*, *tenkati/tankati*, *trolati*, *kik/kick*, *kil/kill*, *pingati* i *renk*. Rezultati

pokazuju da je 50 ispitanika ili 26,5% upoznato s tim riječima i koristi ih, dok je njih 89 ili 43,4%, upoznato i koristi samo neke riječi. Ispitanika koji su poznati sa svim riječima, ali ih ne koriste, ima 17, odnosno 9%. S većinom riječi upoznato je 32 ispitanika ili 16,9%, dok je s nekim riječima upoznato tek 5 ispitanika ili 2,6%, a 3 ispitanika ili 1,6% nije upoznato s tim riječima (Slika 9.).



Slika 9. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

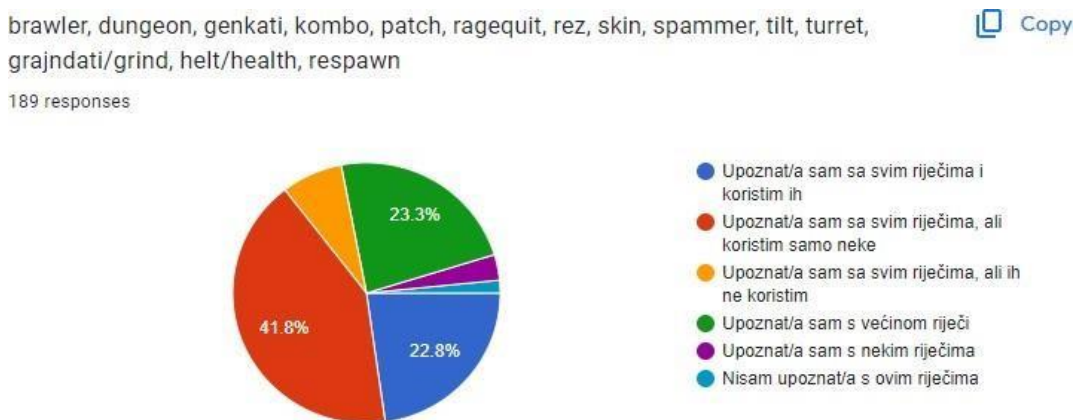


Slika 10. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

Sljedeća skupina sadrži riječi *bildati*, *kerijati/carry*, *dinajati/deny*, *don8*, *flenkati/flank*, *gimpati*, *grifati*, *hajp/hype*, *kempati/camp*, *nerfanje/nerf*, *spawnati*, *summonati* i *toxic*. Sa svim riječima upoznat je 41 ispitanik ili 21,7% i koristi ih. Sve riječi znaju, a samo neke koriste, 83 ispitanika ili 43,9%; 16 ispitanika ili 8,5% upoznato je sa svim riječima, ali ih ne koristi.

S većinom riječi upoznato je 39 ispitanika, njih 20,6%. S nekim riječima upoznato je 8 ispitanika ili 4,2%, dok tek dvoje ispitanika, odnosno 1,1% nije upoznato s tim riječima (Slika 10.).

Riječi iduće skupine jesu: *brawler, dungeon, genkati, kombo, patch, ragequit, rez, skin, spammer, tilt, turret, grajndati/grind, helt/health* i *respawn*. Sve te riječi znaju i koriste 43 ispitanika, njih 22,8%. Najvećoj skupini pripada 79 ispitanika, njih 41,8%, oni su upoznati sa svim riječima, ali koriste samo neke. Ispitanika koji su upoznati sa svim riječima, ali ih ne koriste, ima 14 ili 7,4%. S većinom riječi upoznato je 44 ispitanika, njih 23,3%. S nekim riječima upoznato je 6 ispitanika ili 3,2%, a ispitanika koji nisu upoznati s tim riječima ima troje, odnosno 1,6% (Slika 11.).



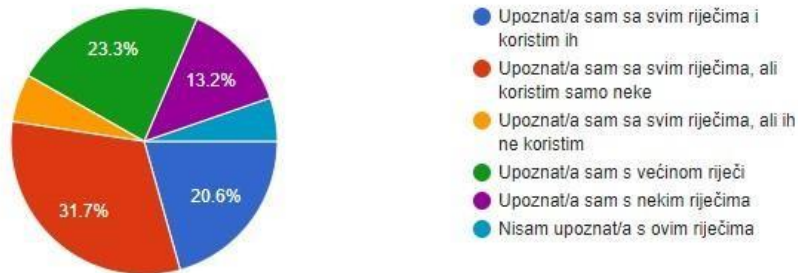
Slika 11. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

Šestoj skupini pripadaju riječi *b, buyback, core, cs, kitati, mid, retanje/ratting, snowball, debuff* i *jungler*. Sve riječi poznate su i koristi ih 39 ispitanika ili 20,6%; 60 ispitanika, njih 31,7%, upoznato je sa svim riječima, ali koristi samo neke; 11 ispitanika ne koristi te riječi iako je upoznato sa svima. S većinom riječi upoznata su 44 ispitanika ili 23,3%. Neke riječi zna 25 ispitanika, njih 13,2%, dok 10 ispitanika ili 5,3%, nije upoznato s tim riječima (Slika 12.).

b, buyback, core, cs, kitati, mid, retanje/ratting, snowball, debuff, jungler

Copy

189 responses



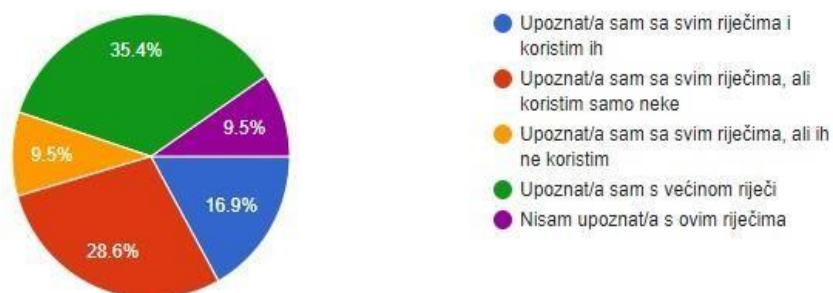
Slika 12. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

Flick, frag, peek, thrifty, trejd/trade, dinkati, econ, full buy, one tap, op i *ult* riječi su koje pripadaju sedmoj skupini. Sa svim tim riječima upoznata su i sve ih koriste 32 ispitanika, njih 16,9%. Drugoj skupini koja je upoznata sa svim riječima, a koristi samo neke, pripadaju 43 ispitanika ili 22,8%. Ispitanika koji su upoznati sa svim riječima, ali ih ne koriste, ima 12 ili 6,3%. S većinom riječi upoznato je 30 ispitanika ili 15,9%, s nekim riječima 34 ispitanika ili 18%, dok 38 ispitanika ili 20,1% nije upoznato s tim riječima. Rezultati pokazuju kako u nekim slučajevima opada broj koji poznaju i koriste navedene riječi (Slika 13.).

flick, frag, peek, thrifty, trejd/trade, dinkati, econ, full buy, one tap, op, ult

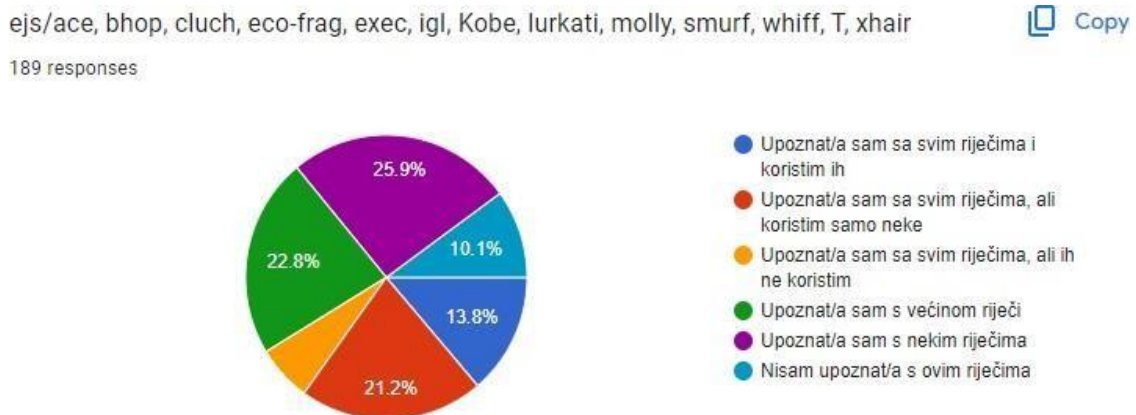
Copy

189 responses



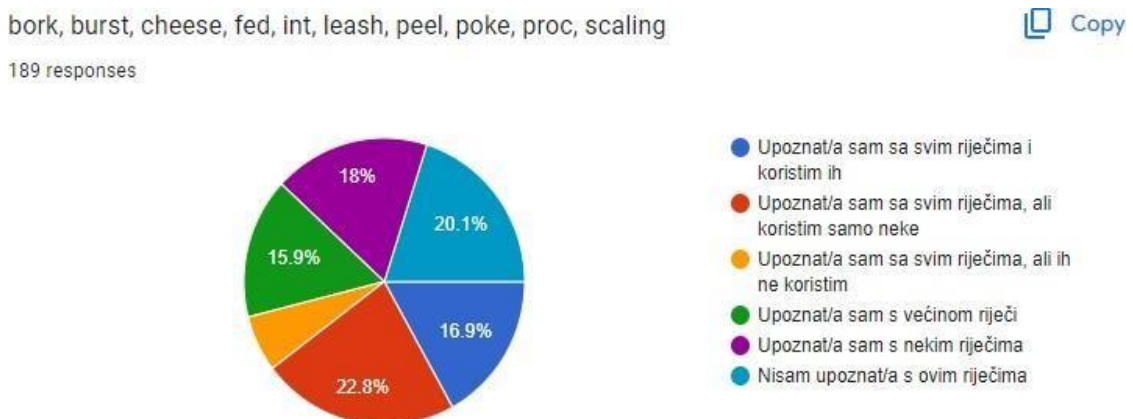
Slika 13. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

Pretposljednjoj skupini pripadaju riječi *ejs/ace*, *bhop*, *cluch*, *eco-frag*, *exec*, *igl*, *Kobe*, *lurkati*, *molly*, *smurf*, *whiff*, *T* i *xhair*. Među ispitanicima njih 26 ili 13,8% upoznato je i koristi te riječi, 40 ili 21,2% ispitanika upoznato je sa svim riječima, ali koristi samo neke, dok je 12 ispitanika ili 6,3% također upoznato sa svim riječima, ali ih ne koristi. S većinom riječi upoznata su 43 ispitanika, njih 22,8%, s nekim riječima 49 ispitanika ili 25,9%, a 19 ispitanika ili 10,1%, nije upoznato s tim riječima (Slika 14.).



Slika 14. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

Posljednjoj skupini pripadaju riječi *bork*, *burst*, *cheese*, *fed*, *int*, *leash*, *peel*, *poke*, *proc* te *scaling*. Sukladno pretpostavkama, s tim riječima upoznato je najmanje ispitanika. Njih 38, odnosno 20,1%, nije upoznato s navedenim riječima. S nekim od tih riječi upoznata su 34 ispitanika ili 18%, dok je s većinom riječi upoznato 30 ispitanika, odnosno 15,9%. Sa svim je riječima upoznato 12 ispitanika ili 6,3%, ali ih ne koristi. Samo neke koriste 43 ispitanika ili 22,8%, a sve te riječi koriste 32 ispitanika, odnosno 16,9% (Slika 15.).



Slika 15. Grafički prikaz razine upoznatosti ispitanika s navedenim riječima

Iz navedenih primjera vidljivo je kako postotak ispitanika koji su upoznati s navedenim riječima postupno opada kako se dolazi do posljednjih skupina, odnosno do riječi čija je učestalost znatno slabija u odnosu na one tzv. osnovne i svima poznate riječi i/ili izraze kakvi postoje u svakom bazičnom rječniku. U tom smislu nema nikakvih iznenađenja, istraživanje je samo potvrdilo inicijalnu pretpostavku.

5.4.4. Etimološko i fonetizirano pisanje riječi

Posljednje pitanje u ovom istraživanju tiče se načina pisanja riječi koje igrači koriste u međusobnoj komunikaciji.

Ispitanicima je ponuđeno osam parova riječi, točnije, osam riječi napisanih u njihovu etimološkom obliku i u njihovu fonetiziranom obliku koji je prilagođen hrvatskom jeziku. Ispitanici su morali odabrati oblik kojim se inače služe. Ponuđene riječi u izvornom obliku jesu: *boost, noob, buff, tank, kick, carry, deny i hype* (Slika 16.).

Prvi par koji je ispitanicima ponuđen jest fonetizirani oblik *bust(ati)* i etimološki *boost*. Za fonetizirani oblik odlučila su se 24 ispitanika, odnosno 12,7%. Etimološki oblik odabrao je 151 ispitanik, odnosno 79,9%.

Drugi ponuđeni par jest *nub* i *noob*. Za oblik *nub* opredijelila su se 24 ispitanika ili 12,7%, dok je obliku *noob* odabralo njih 159, odnosno 84,1%.

Treći par čine riječi *baf(ati)* i *buff*, a fonetizirani oblik odabrao je 21 ispitanik ili 11,1%, dok je etimološki oblik odabralo 145 ispitanika, odnosno 76,7%.

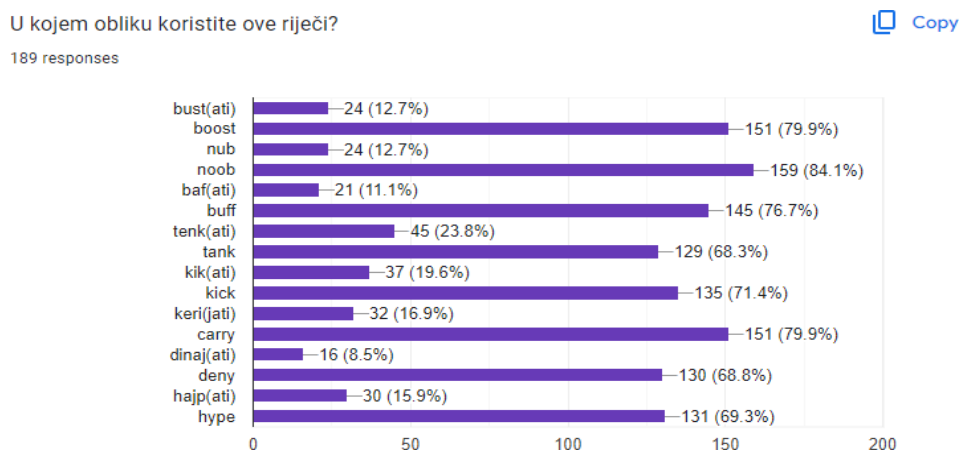
Četvrti su par riječi *tenk(ati)* i *tank*. Fonetizirani oblik *tenk(ati)* odabralo je najviše ispitanika u usporedbi s ostalim fonetiziranim riječima, 45 ispitanika ili 23,8%, dok je etimološki oblik odabralo 129 ili 68,3% ispitanika.

Petom paru pripadaju varijante *kik(ati)* i *kick* te se za fonetizirani oblik opredijelilo 37 ispitanika ili 19,6%, dok je etimološki oblik odabralo 135 ispitanika ili 71,4%.

Šesti ponuđeni par jesu riječi *keri(jati)* i *carry*. Oblik *keri(jati)* odabrala su 32 ispitanika ili 16,9%, a etimološki oblik odabrao je 151 ispitanik ili 79,9%.

Sedmi par čine riječi *dinaj(ati)* i *deny* te se 16 ispitanika ili 8,5 % odlučilo za fonetizirani oblik, dok se za etimološki oblik odlučilo 130 ispitanika ili 68,8%.

Posljednji, osmi par, čine riječi *hajp(ati)* i *hype*. Fonetizirani oblik odabralo je 30 ispitanika ili 15,9%, dok se za etimološki oblik odlučio 131 ispitanik ili 69,3%.



Slika 16. Grafički prikaz korištenja etimološkog i fonološkog oblika među ispitanicima

5.5. Rezultati istraživanja

Istraživanje o hrvatskoj gejmerskoj zajednici, točnije, o jeziku koji njezini članovi koriste, pokazalo je da značajan broj ispitanika gotovo uvijek komunicira s drugim igračima na engleskom jeziku. Ako se komunikacija odvija na hrvatskom jeziku, ispitanici i dalje upotrebljavaju engleske inačice kako bi komunikacija bila brza i učinkovita, bez nepotrebnih tumačenja i problema u denotiranju sadržaja, a to je posebno u igri veoma važno. Sve mora biti eksplicitno, nema prostora za nikakva konotativna značenja, barem ne u igri. Drugo je što su neki izrazi izašli iz gejmerskog okruženja i što su ih prihvatile neke druge društvene grupe koje definiraju neki drugi izvanlingvistički parametri od kojih nijedan nije videoigra ili je s njom nekako povezan. Naime, s gejmerskim se idiomom događa sve ono što se događa s bilo kojim drugim idiomom. Premda je gejmerska zajednica zatvorena društvena grupa kojoj ne može pripadati nitko tko nema nikakve veze s videoigrama, činjenica je da ona nije zatvorena kao neka druga grupa čiji članovi komuniciraju na *argotu* ili antijeziku (v. Granić 2005) i nikako ne žele da ih se razumije o čemu govore. Uostalom, za te idiome engleski nije uopće važan, a u gejmerskom je idiomu utjecaj engleskoga očekivano velik.

Istraživanje je obuhvatilo i upotrebu društveno neprihvatljivih riječi ili fraza, vulgarizama i psovki. Pokazalo se kako se njima koristi više od dvije trećine ispitanika, bilo uvijek, često ili ponekad. Ispitivači su pokazali visok stupanj zainteresiranosti i kreativnosti u navođenju primjera te su ih u konačnici naveli čak 246. Zanimljivo je istaknuti da je većina primjera ipak bila na hrvatskom jeziku.

Što se tiče poznavanja i korištenja gejmerskih riječi, taj dio upitnika sadrži devet skupina riječi. Početne skupine riječi obuhvatile su najpoznatije i najviše korištene riječi, dok svaka sljedeća skupina ima sve manje poznate i manje učestale riječi. Pretpostavku su potvrdili i ispitanici tako što su početne skupine riječi prepoznate u (naj)većem postotku, dok su posljednje skupine riječi većini igrača nepoznate, odnosno ne koriste ih.

U konačnici, ispitanici su dobili osam riječi napisanih u dvama oblicima, etimološkome i fonološkome te je njihov zadatak bio odabrati varijantu koju (najčešće) koriste u pisanoj komunikaciji. Više od dvije trećine ispitanika preferira etimološki oblik, dok fonetizirani oblik koristi mnogo manji broj ispitanika. No i to se moglo očekivati jer se u hrvatskom jeziku daje prešutna prednost etimološkim oblicima, naravno, sve dok se u nekom trenutku neki od njih ne prilagode hrvatskoj fonetici, a i to je povezano s učestalosti upotrebe.

6. MALI GEJMERSKI RJEČNIK

Ovaj mali gejmerski rječnik primjer je sinkronijskog rječnika. „Što se tiče sinkronijskog rječnika, njegova je svrha stvaranje leksičke zalihe nekog jezika na ograničenoj vremenskoj crti“ (Granić 2005: 277). Osim činjenice da je svaki jezik, svaki idiom, dinamičan, i to pogotovo njegov leksik, u slučaju gejmerskog idioma i *gaming*-industrije čiji je produkt, sve je još dinamičnije, ali to nije razlog da odustanemo od njegova semantičkog opisa.

- **Ace** (eng. *Ace*) – as, igrač koji sam savlada sve ili većinu neprijatelja ili ispuni sve ili većinu zadataka u igri
- **adovi** (eng. *Adds*) – dodatni neprijatelji koje šalje glavni neprijatelj u igri, njegovi pomoćnici
- **afk** (eng. *Away From Keyboard*) – skraćenica koju igrači koriste kako bi drugima dali do znanja da neće biti prisutni u tom trenutku, *udaljeni od tipkovnice*
- **aggro** (eng. *Aggravation/Aggression*) – izražavanje nezadovoljstva, agresije, bilo prema nekom od suigrača ili kad netko u stvarnom svijetu ometa igrača dok igra
- **AoE** (eng. *Area of Effect/Age of Empire*) – područje ili radijus u kojem se može zadati neka šteta drugim likovima u igri/kratice za igru *Age of Empire*
- **asist** (eng. *Assist*) – kad jedan igrač pomogne drugome u napadu, tj. kad mu asistira
- **avatar** – igračev lik u igri
- **b** (eng. *Base*) – skraćeni oblik za riječ *baza*, igrači ga koriste kad žele ostalima reći da dođu u bazu ili da se on nalazi u bazi
- **bafati** (eng. *Buff*) – unapređivanje vlastitog lika posebnom vještinom na određeno vrijeme
- **banati** (eng. *Ban*) – zabraniti nekome pristup određenoj igri ili zabraniti neke predmete, likove i sl. u igri
- **bhop** (eng. *Bunny Hopping*) – tehnika kojom se ubrzava brzina kretanja s pomoću neprestanog skakanja tijekom kretanja naprijed
- **buildati** (eng. *Build*) – unaprijediti lik u igrici tako što mu dodaju posebne sposobnosti, opremu i sl.
- **boostanje** (eng. *Boost*) – jačanje lika, slično značenju riječi *buildati*

- **bork** – (eng. *Blade of the Ruined King*) – legendarni *item* u igri *League of Legends*
- **boss** – glavni neprijatelj u igrama, posljednja karika za poraziti
- **bot** (eng. *(Ro)bot*) – lik u igri kojeg kontrolira sama igra, tj. umjetna inteligencija, igrač ili igra *botom* ili igra protiv njega; uvreda drugom igraču zbog loše igre
- **brawler** – žanr igre u kojoj se odvija borba prsa o prsa
- **bulkati** (eng. *Bulk*) – igrač koristi postupak *bulkanja* kad želi što prije doći do što veće razine, bilo razine lika ili razine u igrici
- **burst** – kombinirani napad u kratkom periodu
- **buyback** – ponovna kupovina nekog predmeta/vještine/lika nakon prethodne prodaje
- **carry** – za igrača koji većinski utječe na rezultat svog tima kaže se da *carryja* tim
- **chest** – kutija s nagradama na koju igrač može slučajno naići ili je može osvojiti ispunjavanjem određenih zadataka
- **cheese** – pobijediti koristeći se jednostavnom strategijom koja ne zahtijeva ni vještinu ni znanje, već iskorištava tehničku manu u samoj igri
- **clutch** – situacija u kojoj igrač nema skoro nikakve šanse da se izvuče jer je nadjačan u svakom pogledu, ali se ipak uspije izvući iz te situacije
- **co-op** (eng. *Cooperative Gameplay*) – *multiplayer*-igra u kojoj igrači moraju surađivati kako bi postigli zajednički cilj
- **cs** (eng. *Creep Score*) – bodovi koje igrač u igri *League of Legends* osvoji kad ubije *creepove*, *NPC*, odnosno *Non-Player Character* (likove koje u igri kontrolira kompjutor, a ne igrači)
- **CTF** (eng. *Capture the Flag*) – kratica za verziju igre u kojoj je cilj osvojiti protivničku zastavicu i osigurati svom timu pobjedu tim činom
- **dajvati** (eng. *Dive*) – riječ koja se koristi u igrici *League of Legends* u trenutku kad se s neprijateljem odvija borba ispod njegova *turreta*
- **debuff** – smanjiti performans ili vještinu lika drugom vještinom, čarolijom ili predmetom
- **dinajati** (eng. *Deny*) – uništiti svoje predmete, nagrade i moći, kako ih neprijatelj ne bi preuzeo
- **dinkati** (eng. *Dink*) – pogoditi suigrača u glavu, *headshot*, naziv je nastao zbog zvuka koji nastane kad nekog pogode u glavu – *dink*, u igrici *Counter Strike*
- **DMG** (eng. *Damage*) – skraćenica, označava količinu štete koju je jedan igrač ili bilo koji lik u igri nanio drugom igraču

- **don8** (eng. *Donate*) – zahtjev jednog igrača drugim igračima kako bi mu donirali opremu, oružje i sl.
- **DoT** (eng. *Damage over Time*) – odnosi se na štetu koja nastaje proporcionalno vremenu u kojem se igrač nalazi u određenoj štetnoj zoni
- **drop** – odnosi se na dvije radnje, prva je kada igrač nakon uspješno obavljenog zadatka dobije nagradu, i ta nagrada zove se *drop*, a druga je kad igrač baci određene predmete koji su mu u tom trenutku nepotrebni
- **dungeon** – zatvoreni prostor u videoigri u kojem se odvija borba protiv čudovišta
- **easter egg** – skriveni predmet, znak ili neki lik u igri koji sadrži neke zanimljive činjenice o igri ili skrivenu poruku
- **eco-frag/eco-fragger** – igrač koji skuplja *low risk kills*, odnosno napada one igrače koji se ne mogu obraniti i pritom koristi najosnovnije oružje
- **experience points/XP, EXP** – u igrama u kojima likovi mogu napredovati iz jedne razine na drugu, likovi imaju vlastite iskustvene bodove koje skupljaju u svrhu prelaska na višu razinu
- **EZ** (eng. *Easy*) – skraćenica, koristi se kad jedan igrač ili tim pobijedi drugog s velikom prednošću
- **farmati** (eng. *Farm*) – skupljati vrijedne predmete ili moći u igri
- **fatality** – finalni, fatalni, smrtni potez u igri kojim jedan igrač dokrajči drugoga
- **fed** – pridjev kojim se opisuje lik igrača koji ima veliku prednost i može *carryjati* igru, odnosno sam odvesti svoj tim do pobjede
- **flenkati** (eng. *Flank*) – sakriti se i iskoristiti to skrovište kako bi se protivnika napalo iznenadno i s leđa
- **fleš/flešica** (eng. *Flash Grenade*) – skraćenica za ručnu granatu
- **flick** – veoma brz pokret mišem kojim igrač u trenutku nacijsa i uspješno eliminira protivnika
- **frag** – vojnički izraz koji se implementirao u *FPS*-igrama, uspješno ubiti nekog
- **full buy** – kupovina svakog predmeta, vještine i oružja koje igrač može priuštiti
- **genkati** (eng. *Gang + Kill*) – engleska stopljenica koja označava napad više protivnika iz zasjede
- **gimpati** (eng. *Gimp*) – nadodati neke nepotrebne detalje vezane uz lika, kao što su datum rođenja, najdraža boja, najdraži film i sl.

- **glhf** (eng. *Good Luck, Have Fun*) – fraza koju igrači međusobno upućuju na početku igre
- **grifati** (eng. *Griefing*) – raditi neprimjerene stvari u igri kako bi naljutili vlastite suigrače, kao što su vrijeđanje, prijateljska vatra i sl.
- **grajndanje** (eng. *Grinding*) – do *grindanja* dolazi kad se igrač nalazi blizu nove razine i pokušava što prije prijeći na novu razinu tako što opetovano obavlja neke radnje ili postupke kojima dobiva dodatne bodove
- **guild** – tim igrača koji zajednički igra neku igru i međusobno si pomažu
- **hajp** (eng. *Hype*) – uzbuđenje
- **hax** (eng. *Hacks*) – osoba koja vara koristi *haxove*, odnosno kodove za varanje
- **hekslešer** (eng. *Hack and Slash*) – igrač *hack and slash*-žanra u kojem se odvija borba hladnim oružjem
- **helt** (eng. *Health*) – zdravlje lika, točnije, prikaz koliko štete određeni lik može primiti prije nego umre u igrici
- **HoT** (eng. *Heal over Time*) – kratica za zacjeljivanje tijekom vremena, antonim **DoTu**
- **igl** (eng. *In-game Leader*) – najvažnija uloga u CS, igrač koji upravlja cijelom igrom, zadaje zadatke, diktira način igre i sl.
- **inting** – postupak kada zbog ljutnje ili *trollanja* igrač odluči namjerno i konstantno žrtvovati svoj lik kako bi naštetio vlastitom timu
- **juggernaut** – vrsta igre u kojoj igrači pokušavaju poraziti nadmoćnog protivnika koji se zove *Juggernaut*, i ako ga poraze oni postaju *Juggernautii*; ime nastalo po uzoru na hinduističkog boga Višnu čija titula je bila Jagannath, u doslovnom prijevodu „vladar svijeta”
- **jukati** (eng. *Juke*) – izbjegli napad, magične čini ili projekte nepredviđenom kretnjom
- **jungler** – igrač koji ide izvan formacije i pomaže timu izvana
- **kempati** (eng. *Camp*) – stati na jedno mjesto i iz zasjede čekati da protivnik dođe
- **kik** (eng. *Kick*) – mogućnost izbacivanja određenog igrača iz igre zbog nepoštivanja pravila, neaktivnosti i sličnih neprihvatljivih radnji
- **kill** – naziv za broj ubijenih likova
- **kit** – određene vještine i mogućnosti koje je liku unaprijed odredio kreator igara
- **Kobe** – fraza nastala zahvaljujući poznatom košarkašu Kobeu Bryantu koji bi prilikom postignutog koša viknuo „Kobe“ – igrač prilikom bacanja granate uzvikuje istu frazu

- **kombo** (eng. *Combination*) – niz, odnosno kombinacija napada u kojoj je igrač ili napadač ili onaj koji biva napadnut
- **kvest** (eng. *Quest*) – nekakva misija ili zadatak u kojem igrač sudjeluje
- **kys** (eng. *Kill Yourself*) – skraćunica koju jedan igrač poručuje drugome iz ljutnje ili iritacije, u doslovnom prijevodu „ubij se“
- **lag** – problemi u internetskoj vezi zbog kojih igra ne funkcionira kako bi trebala, odnosno „šteka“
- **leash** – postupak u igri *League of Legends* u kojoj jedan igrač napada čudovište i bježi; dok čudovište ide isključivo za njim, ostali igrači napadaju čudovište kako bi skupili dodatne bodove
- **loot** – plijen koji igrač osvoji ubijanjem drugog igrača ili osvajanjem protivničke baze
- **lore** – povijest ili mitologija koja je uvrštena u igru i koju igrači otkrivaju postupnim napretkom
- **lurkati** – istražiti područje, protivnika i skupiti bilo kakvu informaciju koja bi vlastiti tim mogla dovesti do pobjede
- **mana** – energija s pomoću koje likovi bacaju čarolije
- **mob** (eng. *Mobile*) – termin za neprijatelja koji je automatski ubačen u igru i kreće se na određenom području
- **mod** (eng. *Modification*) – kratica za modifikaciju, odnosno nekakav dodatak ili promjenu u igri, kao što su nova oprema za likove, novi svijet, nove razine i sl.
- **molly** – skraćunica za molotovljev koktel
- **nafidan** (eng. *Feed*) – igrač ili predmet koji ima velik broj vještina, iskustva i sl.
- **nerfanje** (eng. *Nerfing*) – umanjivanje moći nekih vještina, likova, predmeta i sl. u igri
- **nub/nubina** (eng. *Noob/Newbie*) – početnik u određenoj igri, novak; *noobm* ima pogrdnije značenje u odnosu na *newbie*
- **nt** (eng. *Nice Try*) – kratica za dobar pokušaj
- **N1** (eng. *Nice One*) – skraćunica za frazu *nice one*, označava pohvalu jednog igrača drugome za dobar *kill*
- **OP** – skraćunica za *overpowered*, odnosi se na lika, oružje ili vještinu koja je toliko jaka da igraču daje nepravednu prednost nad drugima
- **OTP** (eng. *One Trick Pony*) – kratica koja se koristi za likove koji uporno koriste jedan te isti napad ili jednu te istu taktiku koja im iznova uspijeva, koristi se i pogrdno ako igrači ne znaju drugačije

- **patch** – proces u kojem se na već napravljenu i plasiranu igru dodaje još neki sadržaj, bilo popravljanjem nekih grešaka ili dodavanjem novog sadržaja
- **peel** – odvratiti pažnju protivnika sa saveznika na sebe kako bi saveznik dobio priliku spasiti se
- **perk** – kako igrač napreduje sa svojim likom i zarađuje sve veći broj *XP-a*, tako osvaja bonuse – *perkove* kojima dobiva neke posebne sposobnosti
- **ping** – latencija koja nastaje između klijenta i servera zbog koje dolazi do zaostataka u igri
- **poke** – postupno uništavati protivnika oduzimajući mu dio po dio *HP-a*
- **pro** (eng. *Professional*) – kratica koja označava lika koji igra odlično, koji ima iskustvo, vještine i „zna znanje“
- **proc** – izraz koji se koristi za veoma rijedak događaj koji se dogodi u određenim okolnostima
- **pwnanje** – (eng. *Own*) – do *pwnanja* dolazi kad jedan lik/igrač porazi drugog lika/igrača s velikom razlikom i tad nad njim likuje; ovaj izraz nastao je kao posljedica tipfelera, kad se umjesto slova *o* u riječi *own* (posjedovati nekoga ili nešto) napisalo slovo *p*; ova greška toliko se brzo proširila među igračima da se u konačnici bolje prihvatila i više se koristi od izvorne riječi
- **QQ** – simbol kojim se opisuju likovi koji se žale na nešto
- **ragequit** (eng. *Rage + Quit*) – trenutak u kojem igrač zbog ljutnje napusti igru usred runde zbog toga što smatra da njegov tim igra lošije od njega ili zbog potpune nadmoći jednog od timova
- **renk** (eng. *Rank*) – čin u igri, razina na kojoj se lik nalazi
- **respawn** – vratiti se u život nakon smrti, ponovno oživjeti
- **retanje** (eng. *Ratting*) – konstantno skrivanje od drugih igrača kako bi osoba koja *reta* ostala posljednja u igri i skupila što više bodova
- **zurektati/rezati** (eng. *Resurrect*) – oživjeti
- **skill** – vještina lika ili igrača koji upravlja likom
- **skin** – promjena izgleda lika u igri, sve većim napretkom igrač osvaja ili kupuje nove *skinove*, tj. novi izgled za svog lika
- **smurf** – naziv za iskusnog igrača koji napravi novi račun i igra s početnicima

- **snowball** – izraz za igrače/tim koji rano u igri ima veliku prednost koja se nastavlja u cijeloj igri; naziv je nastao zbog grude snijega koja, kako se kotrlja kroz snijeg, postaje sve veća
- **spawn** – odjednom se pojaviti na nekom mjestu u igri
- **spammer** (eng. *Spam*) – igrač koji prekomjerno šalje poruke u chat, koji pokušava prodati svoj lik ili opremu za novac i sl.
- **stamina** – izdržljivost lika u igri
- **stelt** (eng. *Stealth*) – jedna od sposobnosti lika s pomoću koje se može neprimjetno i oprezno kretati
- **summonati** (eng. *Summon*) – pozvati, prizvati koga ili što
- **tenk** (eng. *Tank*) – lik kojeg se koristi za obranu, obično najjači lik u timu koji služi za primanje početnih udaraca i za zaštitu slabijih suigrača
- **thrifty** – situacija u kojoj pobjedu odnese tim koji potroši manje (novca/kredita) od svog protivnika
- **tilt** – izraz koji se koristi kad igrač zbog ljutnje na vlastiti ili suparnički tim odluči igrati lošije, najčešće se koristi u igri *League of Legends*
- **toxic** – kad je igrač bezobrazan i ponaša se nepristojno prema suigračima, opisuje ga se na ovaj način
- **trade** – razmjena štete s protivnikom
- **treš** (eng. *Trash*) – naziv za grupu neprijatelja koje šalje *boss* kako bi spriječio dolazak igrača do njega
- **trolati** (eng. *Troll*) – namjerno provocirati i ljutiti suigrače iz svog ili protivničkog tima
- **turret** – toranj koji imaju oba tima i koji je potrebno zaštititi ili srušiti za pobjedu
- **ult** – skraćenica za *ultimate ability*, jedinstvenu vještinu nekog lika koja mijenja tok igre i tom liku daje veliku prednost
- **VR** (eng. *Virtual Reality*) – kratica za virtualnu stvarnost, interaktivan način igranja za koji su potrebne posebne VR-naočale i oprema te igrači imaju osjećaj kao da se stvarno nalaze u igri
- **whiff** – promašen napad
- **ZZ** – skraćenica za riječ *pozdrav*, koristi se kad se igrači isključuju iz igre

7. ZAKLJUČAK

U 21. stoljeću, osim u zemljama Trećeg svijeta (iako se i tamo situacija promijenila), život bez interneta gotovo je i nemoguće zamisliti. Čak i u ratnim okolnostima, kad se čini da je sve drugo važnije, internet zauzima važno mjesto na popisu prioriteta jer je simbol povezanosti s ostatkom svijeta te omogućuje komunikaciju svih sa svima i u svim domenama.

Internet je svijetu donio brojne pogodnosti, među njima su i videoigre u kojima sudjeluju igrači sa svih strana svijeta koji postaju suigrači u toj virtualnoj stvarnosti u kojoj nema nikakvih granica. Igrači u stvarnom vremenu mogu igrati videoigre, razmjenjivati iskustva i savjete i povezivati se zahvaljujući zajedničkoj strasti. Zbog svega toga stvorila se jedna nova, specifična zajednica – gejmerska zajednica kojoj mogu pripadati ljudi svih uzrasta, rodnih identiteta i interesa, ali koji imaju i jedan zajednički interes – igranje videoigara.

Videoigre ponajprije služe za razbibrigu i relaksaciju te su se, kao takve, uvukle u živote više milijuna ljudi. Golemo zanimanje za takav način provođenja slobodnog vremena dovelo je do stvaranja multimilijarderske industrije koja se ne bavi samo proizvodnjom i prodajom igara i uređaja s pomoću kojih se te igre igraju već proizvodi i prodaje i raznu dekorativnu i funkcionalnu opremu za igranje (stolove, stolice, razne figurice i sl.).

Gejmerska zajednica stvorila je svoj virtualni svijet u kojem je nastao i virtualni način komunikacije. Taj način komunikacije svojstven je samo njoj kao zajednici i samo rijetki nečlanovi mogu prepoznati i razumjeti o čemu igrači govore. Budući da se igre najčešće odvijaju u stvarnom vremenu, a igrači moraju surađivati kako bi pridonijeli timu, potrebno je međusobno prenijeti poruke što preciznije i u što kraćem vremenu. Da bi se to postiglo, članovi gejmerske zajednice skraćuju svoju komunikaciju te se najčešće koriste kraticama, akronimima i skraćenim verzijama riječi. S obzirom na to da je engleski jezik *lingua franca* današnjice, tako se i komunikacija najčešće odvija upravo na engleskom jeziku.

U ovom radu predstavljen je dio hrvatske gejmerske zajednice te je vidljivo kako, kad članovi međusobno komuniciraju, engleski jezik ima privilegiran status jer se neke riječi koje su važne za tu zajednicu teško ili nikako ne mogu prevesti na hrvatski jezik. Za određeni je pojam na engleskom jeziku, u drugim jezicima, pa tako i u hrvatskome, potrebno upotrijebiti više riječi. Stoga je teško objasniti jedan gejmerski pojam iz engleskog jezika, a koji je inače predstavljen samo jednom riječju.

Rezultati istraživanja potkrijepili su naše pretpostavke da članovi gejmerske zajednice, koji inače komuniciraju isključivo s igračima iz hrvatskog govornog područja, također poznaju engleske termine koji su presudni za neometano odvijanje igre, što potvrđuje činjenicu da je engleski jezik, ili barem poznavanje gejmerske terminologije, preduvjet za igranje videoigara, neovisno o tome tko su suigrači. Pritom treba imati na umu da je odabir engleskog leksika pitanje i jezične ekonomije jer omogućava brzu i točnu komunikaciju, što je u svakoj igri veoma važno.

Cilj je ovog rada upozoriti na komunikaciju gejmerske zajednice koja broji mnogo članova i u Hrvatskoj, odnosno na gejmerski idiom koji je ta zajednica kreirala za svoje komunikacijske potrebe. Činjenica je da je taj idiom iz različitih razloga, lingvističkih i nelingvističkih, barem u Hrvatskoj, gotovo pa neistražen. Strani, pak, lingvisti i istraživači sve se više bave gejmerskim idiomom, *online*-komunikacijom, psihološkim i fizičkim utjecajem igara na igrače pa su u prethodnom desetljeću o tome napisane brojne knjige i znanstveni radovi. Da bismo bolje razumjeli idiom same zajednice, nužna su nova istraživanja u kojima će se ispitati njegovo mjesto u svakodnevnoj komunikaciji i utjecaj na komunikacijski kontekst, ali i na druge idiome jer neki tehnički termini prelaze okvire videoigre i prelaze u opći leksik.

Ono što je svakako važno jest istražiti načine na koje hrvatski igrači prilagođavaju strane (engleske) riječi i izraze kako bi što bolje funkcionirali u samoj igri. Drugim riječima, potrebna je potpuna deskripcija tog idioma koji je, istina, vrlo dinamičan pa je i opis isto podložan permanentnim promjenama, ali i takav će, u jednoj sinkroniji, upozoriti na određena lingvistička kretanja koja su, ne zaboravimo, uvijek kontekstualizirana.

Sažetak

GEJMERSKI SLANG KAO *LINGUA FRANCA*

Gejmerska zajednica jedna je od najbrže rastućih zajednica na svijetu te ima više od 3 milijarde igrača različitih uzrasta i rodni identiteta. Nastankom ove zajednice nastaje i osjećaj pripadnosti i identiteta te se u konačnici konstruira i jezik – gejmerski žargon, kojim se igrači služe kad komuniciraju u igri ili o igranju. Jezik kojim se većina igrača služi jest engleski jezik, zahvaljujući njegovoj rasprostranjenosti i statusu koji ima kao *lingua franca*. Gejmerski jezik zasniva se na načelima kratkoće, jasnoće i jednostavnosti. Ova tri načela počivaju na činjenici da je za uspješnu igru potrebna brza i izravna komunikacija kako bi se poruka prenijela u što kraćem roku i omogućila pobjedu nad suparničkim timom. Hrvatski gejmeri u komunikaciji s igračima iz drugih govornih područja također se koriste engleskim jezikom, dok se u komunikaciji s igračima iz hrvatskog govornog područja koriste i hrvatskim jezikom, ali i prilagođenim engleskim jezikom. Određene engleske riječi prilagođavaju tako što im dodaju prefikse ili sufikse koji su karakteristični za hrvatski jezik, mijenjaju značenje nekih riječi ili pak u pismu koriste fonetizirani oblik riječi. One riječi koje se ne mogu prilagoditi tako da ostanu kratke i jasne, koriste u izvornom obliku.

Ovaj je rad kratki uvod u svijet hrvatske gejmerske zajednice, a daje i uvid u način nastanka određenih riječi kojima se oni svakodnevno koriste. Ovu temu potrebno je detaljnije istražiti i u Hrvatskoj i u svijetu, a sve kako bi se bolje percipirao utjecaj gejmerske zajednice i njihova idioma u svakodnevnom životu i javnoj komunikaciji.

Ključne riječi: jezik, slang, žargon, videoigre, gejmeri, gejmerska zajednica, *lingua franca*

Summary

GAMING SLANG AS A LINGUA FRANCA

The gaming community is one of the fastest growing communities in the world and consists of more than 3 billion players which vary by age and gender. As a result, a new type of jargon has appeared – gamer jargon which is used while gaming or talking about gaming. Gamer jargon provides the sense of belonging and identity. The language used by most of the players is the English language, as a consequence of its distribution and status as a lingua franca and it serves the purpose of easy and understandable communication. Gamer jargon is based on the principles of brevity, clarity, and simplicity. These three principles are based on the fact that swift and direct communication is needed in order to have a successful gaming session. The message needs to be delivered as fast as possible to ensure the status of a victor. While communicating with foreign gamers, Croatian gamers use the English language, whereas when communicating with Croatian players, there is a tendency to use the English language as well as the ‘adapted’ Croatian language. Certain English words are adapted by adding prefixes and suffixes characteristic for the Croatian language, by changing the meaning of certain words or by using phonetized words. Those words that cannot be adapted or translated to remain brief and clear are being used in their original form.

This thesis can serve as a brief introduction to the world of the Croatian gaming community and as an insight in the everyday words which are being used by Croatian gamers. This topic requires further research, in Croatia, as well as in the world, in order to grasp a better understanding of the influence this gaming community and its idiom hold in everyday life and public communication.

Key words: *language, slang, jargon, videogames, gamers, gaming society, lingua franca*

Literatura

Anić, V. i sur. (2002). *Hrvatski enciklopedijski rječnik*. Zagreb: Novi Liber.

Anonimus. *Call of Duty*. Dostupno na:

https://callofduty.fandom.com/wiki/Call_of_Duty#Multiplayer, pristupljeno: svibanj 2024.

Anonimus. *Counter-Strike 2 Game Overview*. Dostupno na:

[https://help.generationesports.com/hc/en-us/articles/360060691912-Counter-Strike-2-Game-Overview#%3A~%3Atext%3DCounter-Strike%3A%20Global%20Offensive%20\(%2Cfrom%20the%20STEAM%20Games%20Client](https://help.generationesports.com/hc/en-us/articles/360060691912-Counter-Strike-2-Game-Overview#%3A~%3Atext%3DCounter-Strike%3A%20Global%20Offensive%20(%2Cfrom%20the%20STEAM%20Games%20Client)

Anonimus. *Dota 2*. Dostupno na: https://dota2.fandom.com/wiki/Dota_2, pristupljeno: svibanj 2024.

Anonimus. *The Father of the Video Game: The Ralph Baer Prototypes and Electronic Games*. Dostupno na: <https://americanhistory.si.edu/collections/object-groups/the-father-of-thevideo-game-the-ralph-baer-prototypes-and-electronic-games>, pristupljeno: svibanj 2024.

Anonimus. *Valorant*. Dostupno na: <https://www.esafety.gov.au/key-topics/esafety-guide/valorant#:~:text=Valorant%20is%20an%20online%20multiplayer,abilities%20to%20use%20during%20gameplay>, pristupljeno: svibanj 2024.

Anonimus 2022. *Hrvatska gaming industrija očekuje snažan rast*. Dostupno na:

<https://www.ictbusiness.info/poslovanje/hrvatska-gaming-industrija-ocekuje-snazanrast>, pristupljeno: svibanj 2024.

Anonimus 2023a. *What does the Gaming Industry look like in 2023*.

Dostupno na: <https://www.digitalvirgo.com/what-gaming-industry-look-like-2023/#%3A~%3Atext%3DAccording%20to%20Statista%2C%20the%20video%2Cgrowth%20of%207.9%25%20until%202027>, pristupljeno: svibanj 2024.

Anonimus 2023b. *Unity i monetizacija: Kako zaraditi od svojih igara kroz reklame, in-app kupovine i druge strategije*. Dostupno na: <https://unity.hr/unity-imonetizacija-kako-zaraditi-od-svojih-igara-kroz-reklame-in-app-kupovine-i-drugestrategije/>, pristupljeno: svibanj 2024.

- Anonimus 2024. *What is a League of Legends*. Dostupno na:
<https://www.leagueoflegends.com/en-us/how-to-play/>, pristupljeno: svibanj 2024.
- Aslinger, B. i Huntemann, N. B. (ur.) (2013). *Gaming globally: Production, play and place*. New York: Palgrave Macmillan.
- Badurina, L. i Palašić, N. (2020). Komunikacijska funkcija psovke i pitanje njezine vulgarnosti. *Croatica: časopis za hrvatski jezik, književnost i kulturu* 4(64), 97-114.
- Badurina, L. i Pranjković, I. (2019). O kletvi i psovci. U: Đurišić-Bečanović, T. (ur.). *Njegoševi dani 7: zbornik radova*. Nikšić: Filološki fakultet, 219-230.
- Bugarski, R. (2006). *Žargon*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society. The Information Age: Economy, Society and Culture I*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Clement, J. (2024). *COVID-19 impact on the gaming industry worldwide – Statistics & Facts*. Dostupno na: <https://www.statista.com/topics/8016/covid-19-impact-onthe-gaming-industry-worldwide/#editorsPicks>, pristupljeno: svibanj 2024.
- Dimitrievski, M. (2024). *33 Evolutionary Gaming Statistics of 2024*. Dostupno na: <https://truelist.co/blog/gaming-statistics/>, pristupljeno: svibanj 2024.
- Ensslin, A. (2017). *The Language of Gaming*. London-New York-Sydney-New Delhi: Bloomsbury Publishing.
- Euteneuer, J. i Meints, J. (2020). It Was Just a Joke. Demagoguery, Humor, and Video Game Streaming. U: Pfister, E.; Winnerling, T. i Zimmermann, F. (ur.). *(Anti-)Democratic Ideas in and Around Video Games*, 358-381. Dostupno na: https://www.researchgate.net/profile/JacobEuteneuer/publication/350740191_It%27s_Just_a_Joke_Demagoguery_Humor_and_Video_Game_Streaming/links/606f55c9299b1c911ba1177/Its-Just-a-Joke-Demagoguery-Humor-and-Video-GameStreaming.pdf?origin=publication_detail&_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uRG93bmxvYWQlLCJwc mV2aW91c1BhZ2UiOiJwdWJsaWNhdGlvbiJ9fQ, pristupljeno: svibanj 2024.
- Filipović, R. (1986). *Teorija jezika u kontaktu: uvod u lingvistiku jezičnih dodira*. Zagreb: Školska knjiga.
- Gavran, I. (1963). Bludna psovka (povijesno-psihološka studija. *Bogoslovska smotra* 33(2), 158-15.

- Granić, J. (2005). Releksikalizacija: metaznak u antijeziku. U: Granić, J. (ur.). *Semantika prirodnog jezika i metajezik semantike*. Zagreb-Split: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku, 275-286.
- Granić, J. (2013). Vertikalna stratifikacija jezika i društva. U: Žele, A. (ur.). *Družbena funkcijskost jezika (vidiki, merila, opredelitve)=The Social Functionality of Language (Aspects, Criteria, Definitions)*. Ljubljana: Znanstvena založba Filozofske fakultete, 149-155.
- Granić, J. (2022). Ideologija standardnog jezika i nova vernakularizacija. U: Gudurić, S. i sur. (ur.). *Jezici i kulture u vremenu i prostoru X/2*. Novi Sad: Filozofski fakultet, 521-529.
- Granić, J. i Polić, I. (2020). Jezični stereotipi: medijska (de)konstrukcija društvene zbilje. U: Kołodziej, A i sur. (ur.). *Słowiańszczyzna dawniej i dziś – język, literatura, kultura. Monografia ze studiów slawistycznych IV*. Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT, 71-79.
- Halonja, A. i Mihaljević, M. (2012). *Od računalnoga žargona do računalnoga nazivlja*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada-Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
- Howarth, J. (2024). *How Many Gamers Are There? (New 2024 Statistics)*. Dostupno na: <https://explodingtopics.com/blog/number-of-gamers>, pristupljeno: svibanj 2024.
- Kovačević, B. (2001). Hrvatski žargon ili hrvatski žargoni? *Časopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje* 27(1), 378-383.
- Marković, I. (2012). *Uvod u jezičnu morfologiju*. Zagreb: Disput.
- Mihaljević, M.; Bičanić, A.; Frančić, A. i Hudeček, L. (2013). *Pregled povijesti, gramatike i pravopisa hrvatskoga jezika*. Zagreb: Croatica.
- Mikić Čolić, A. (2018). *Tvorbeni postupci u žargonu: jezična kreativnost i/ili posuđivanje*. U: Mlikota, J. (ur.). *Od norme do uporabe 1*. Osijek: Filozofski fakultet; Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada, 232-252.
- Munn, L. (2023). *Toxic play: Examining the issue of hate within gaming*. Dostupno na: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/12508#:~:text=Hate%20within>, pristupljeno: svibanj 2024.
- Pilch, P. (2011). *Psovka u hrvatskome i češkome jeziku*. Završni rad. Masarykova univerzita v Brně, Filozofická fakulta. Brno, 54 str.

- Pranjić, K. (1973). *Jezik i književno djelo*. Zagreb: Školska knjiga.
- Raknić, D. (2022). Postali smo nacija gejmera, brojke iznenađuju: Videoigre igra 92 posto ljudi u Hrvatskoj. I žene, ali i oni od 65! *Jutarnji list*. Dostupno na: <https://www.jutarnji.hr/life/gaming/postali-smo-nacija-gejmera-brojke-iznenađujuvideoigre-igra-92-posto-ljudi-u-hrvatskoj-i-zene-ali-i-oni-od-65-15329525>
- Sabljak, T. (1981). *Rječnik šatrovačkog govora*. Zagreb: Disput.
- Sabljak, T. (2001). *Rječnik hrvatskoga žargona*. Zagreb: V.B.Z.
- Skelin Horvat, A. (2009). *Hrvatski sleng kao odraz identiteta mladih*. Doktorski rad. Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. Zagreb, 385 str.
- Thomason, S. G. (2001). *Language contact*: Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Užarević, J. (2012). Fenomenologija psovke. U: Užarević, J. (ur.). *Književni minimalizam*. Zagreb: Disput, 167-184.

Prilog 1. Anketni upitnik

Spol *

Muški

Ženski

Drugo

Ne želim se izjasniti

Dobna skupina *

15-18

19-22

23-26

27+

Označite igre koje ste igrali ili još uvijek igrate.*

League of Legends (LoL)

Dota 2

Valorant

Counter Strike: Global Offensive (CS:GO)

Call of Duty

Ništa od navedenog (druge igre)

Ako igrate igru koja nije prethodno navedena, dopišite ju.

Short answer text

Koliko često komunicirate s drugim igračima tijekom igranja? *

Uvijek

Često

Ponekad

Nikada

Komunicirate li pretežno s igračima iz hrvatskog govornog područja ili s igračima iz drugih govornih područja? *

- Samo s igračima iz hrvatskog govornog područja
- Samo s igračima iz drugih govornih područja
- Više s igračima iz hrvatskog govornog područja, manje s igračima iz drugih govornih područja
- Manje s igračima iz hrvatskog govornog područja, više s igračima iz drugih govornih područja
- Ne komuniciram s drugim igračima

Koristite li u komunikaciji hrvatske riječi ili riječi stranog podrijetla? *

- Samo hrvatske
- Samo strane
- Podjednako hrvatske i strane
- Više hrvatske, manje strane
- Manje hrvatske, više strane
- Ne komuniciram s drugim igračima

Koliko često koristite društveno neprihvatljive riječi ili fraze u svojoj komunikaciji tijekom igranja? *

- Uvijek
- Često
- Ponekad
- Nikada

Ako koristite društveno neprihvatljive riječi ili fraze, napišite barem dvije koje najčešće koristite.

Short answer text

.....





Označite koliko ste upoznati sa sljedećim skupinama riječi.

Description (optional)

afk, dmg, ez, gg, kys, qq, zz, glhf, n1, nt, wp *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

aggro, asist, banati, bustati/boostati, bot, easter egg, farmati, guild, đukati/jukati, kvest, loot, mana, nub/noob, perk *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

bafati/buffati, bulkati, dajvati, dropati, mob, mod, nafidan, pwnati, stelt/stelth, tenkati/tankati, trolati, kik/kick, kil/kill, pingati, renk *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

bildati, kerijati/carry, chest, dinajati/deny, don8, flenkati/flank, gimpati, grifati, hajp/hype, kempati/camp, nerfanje/nerf, spawnati, summonati, toxic *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

brawler, dungeon, genkati, kombo, patch, ragequit, rez, skin, spammer, tilt, turret, grajndati/grind, helt/health, respawn *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

b, buyback, core, cs, kitati, mid, retanje/ratting, snowball, debuff, jungler *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

flick, frag, peek, thrifty, trejd/trade, dinkati, econ, full buy, one tap, op, ult *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi



ejs/ace, bhop, cluch, eco-frag, exec, igl, Kobe, lurkati, molly, smurf, whiff, T, xhair *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

bork, burst, cheese, fed, int, leash, peel, poke, proc, scaling *

- Upoznat/a sam sa svim riječima i koristim ih
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali koristim samo neke
- Upoznat/a sam sa svim riječima, ali ih ne koristim
- Upoznat/a sam s većinom riječi
- Upoznat/a sam s nekim riječima
- Nisam upoznat/a s ovim riječima

U kojem obliku koristite ove riječi? *

- bust(ati)
- boost
- nub
- noob
- baf(ati)
- buff
- tenk(ati)
- tank
- kik(ati)
- kick
- keri(jati)
- carry
- dinaj(ati)
- deny
- hajp(ati)
- hype



SVEUČILIŠTE U SPLITU
FILOZOFSKI FAKULTET

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

kojom ja Aua Hgjer, kao pristupnik/pristupnica za stjecanje zvanja magistra/magistrice hrvatskog jezika i književnosti i engleskog jezika i književnosti izjavljujem da je ovaj diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitoga rada, da se temelji na mojim istraživanjima i oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio diplomskoga rada nije napisan na nedopušten način, odnosno da nije prepisan iz necitiranoga rada, pa tako ne krši ničija autorska prava. Također izjavljujem da nijedan dio ovoga diplomskoga rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Split, 10.07.2024.

Aua Hgjer
Potpis

Izjava o pohrani i objavi ocjenskog rada
(završnog/diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada - podcrtajte odgovarajuće)

Student/ica: Aua Kljiev

Naslov rada: Gejmerski slaug kao lingua franca

Znanstveno područje i polje: Humanističke znanosti, Filologija

Vrsta rada: Diplomski rad

Mentor/ica rada (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):
izv.prof.dr.sc. Jagoda Gračić

Komentor/ica rada (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):
/

Članovi povjerenstva (ime i prezime, akad. stupanj i zvanje):
doc.dr.sc. Eui Buljubašić
Inv.prof.dr.sc. Klataša Stojan

Ovom izjavom potvrđujem da sam autor/autorica predanog ocjenskog rada (završnog diplomskog/specijalističkog/doktorskog rada - zaokružite odgovarajuće) i da sadržaj njegove elektroničke inačice u potpunosti odgovara sadržaju obranjenog i nakon obrane uređenog rada.

Kao autor izjavljujem da se slažem da se moj ocjenski rad, bez naknade, trajno javno objavi u otvorenom pristupu u Digitalnom repozitoriju Filozofskoga fakulteta Sveučilišta u Splitu i repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti (NN br. 119/22).

Split, 10.07.2024.

Potpis studenta/studentice: A Kljiev

Napomena:

U slučaju potrebe ograničavanja pristupa ocjenskom radu sukladno odredbama Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima (111/21), podnosi se obrazloženi zahtjev dekanici Filozofskog fakulteta u Splitu.