

Дејан Ивковић

Faculty of Education, York University¹ &
Department of Slavic Languages and Literatures,
University of Toronto

**ЈЕЗИЧКИ КРАЈОЛИК СРБИЈЕ
(ПРВИ ДЕО):
ПЕРЦЕПЦИЈА ПРИСУСТВА ЋИРИЛИЦЕ
И ЛАТИНИЦЕ У ЈАВНОЈ СФЕРИ**

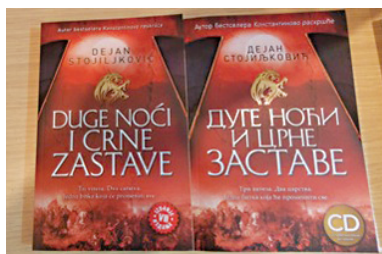
Сажетак: У овом раду се разматра перцепција присуства ћирилице и латинице у јавној сфери у Републици Србији. Као мерило перцепције присуства писама у јавном животу и ефекта језичког крајолика Србије анализирају се асоцијације испитаника које се тичу повезаности одређеног домена језичке употребе са избором писма. У ту сврху коришћен је интернет упитник. Обрађено је 377 комплетираних упитника на оба писма, који су подељени у три поткорпуса: латинични, ћирилични и, специјални, поткорпус активиста-промотера ћирилице. Резултати истраживања откривају да испитаници уочавају повезаност између избора и заступљености писама у односу на садржај, актере, активности и контекст језичке употребе. У сва три поткорпуса, постоји консензус о доминантности латинице у већем броју домена, нарочито у новим медијима, популарној култури и комерцијали. Остали домени у којима се латиница перципира као доминантно писмо су политички сегменти окренути западном погледу на свет и такозваној либералној политичкој идеологији. С друге стране, домени у којима се ћирилица перципира доминантном јесу Српска православна црква, образовање, нарочито на основном нивоу, традиција, те поједини политички сегменти националног предзнака.

Кључне речи: ћирилица, латиница, диграфија, језички крајолик, linguistic landscape, virtual linguistic landscape, перцепција језика, свест о језику

¹ This study was funded by a York University travel grant. (Ова студија је финансијски подржана од стране Универзитета Јорк из Торонта).

1. Увод

Српска језичка пракса је један од најрепрезентативнијих савремених примера употребе двају писама од стране припадника јединствене говорне заједнице (*speech community*). Док већина народа за свој језик, нарочито у оквиру исте политичке заједнице (*polity*), користи једно писмо, становници Србије, Републике Српске (БиХ) и, у мањој мери, Црне Горе² се у свакодневном животу срећу и са ћирилицом и латиницом када читају и пишу на матерњем језику. За разлику од употребе латинице која је, као што је то случај у Грчкој, углавном ограничена на домен интернета и, евентуално, означавање географских локација за потребе туриста у физичком простору, у Србији су оба писма присутна у различитим доменима употребе, укључујући издаваштво (слика 1).



Слика 1. Латинично и ћирилично издање романа издавачке куће Лагуна

На слици 1, једно поред другог, приказано је латинично и ћирилично издање историјског романа Дејана Стојиљковића *Duge noći i crne zastave* / *Дуге ноћи и црне заставе*. У време кад је фотографија снимљена (2013. године), латинично издање романа *Дуге ноћи и црне заставе* је имало седам издања, док је ћирилично издање имало само једно издање.

Паралелно коришћење двају ортографских система за један језик у одређеном временском периоду – појава у социолингвистици позната под називом *синхрона дијграфија* (Zima, 1974) – основна је карактеристика језичког крајолика Србије (Ivković 2013). Језички крајолик (Landry & Bourhis 1997) је социолингвистички појам који се бави присуством језика и језичком разноликошћу у јавном простору. Најзаступљеније теме ове дисциплине у оквиру социолингвистике тичу се низа аспеката вишејезичности, укључујући свест о језику (*language awareness*), то јест, перцепцију употребе једног, другог или више језика у јавној сфери (Gorter & Cenoz 2008; Moore 2008), што може бити показатељ семиотичког и реторичког

² Ćirilica istisnunta iz upotrebe. <http://www.in4s.net/index.php/gosovic-cirilica-istisnuta-iz-upotrebe/> Приступљено 14. априла 2015.

потенцијала језичког крајолика да преноси скривене поруке и конотативна значења (Shohamy 2006). Посебност језичког крајолика Србије, поред присуства енглеског, јесте *диграфија*. *Диграфија* означава избор и употреба једног, другог или, пак, оба писма, да би се пренела порука *на истом језику*. Диграфију, дакле, треба разликовати од избора и употребе двају писама за различите језике (на пример, руски и енглески).

Рад представља први део студије која се бави диграфијом као основним обележјем језичког крајолика у Србији, укључујући и његов пандан у новим медијима – виртуелни језички крајолик (Ivković and Lotherington, 2009). Да би се испитали перцепција и однос према присуству и употреби писама коришћен је интернет упитник. Као мерило перцепције присуства писама у јавном животу и ефекта језичког крајолика, испитују се асоцијације испитаника који се тичу повезаности одређеног домена језичке употребе (ситуације, актера, контекста, историјског периода, политичке партије и/или јавне личности) са избором писама. Упитник обухвата испитанике оба пола, различите старости, из различитих делова Србије.

План рада је следећи: након кратког прегледа литературе о језичком крајолику и виртуелном језичком крајолику, изложени су детаљи који се тичу сакупљања података и објашњен је методолошки приступ. У средишњем делу, представљени су резултати анкете, који обухватају асоцијације испитаника. На крају рада се сумирају резултати упитника и уводи други део студије о језичком крајолику Србије. Поменути рад се бави емпријском и семиотичком анализом присуства писама у доменима јавне сфере, појаве која у студији назива *жанромском диграфијом*.

2 Језички и виртуелни језички крајолик

Канађани Landry и Bourhis (1997), који су увели концепт језичког крајолика у социолингвистички лексикон, дефинишу језички крајолик као “присуство језика на различитим објектима у јавном простору, попут билборда, табли са називима улица или табли на установама влада” (стр. 25). Језички крајолик и социопсихолошки ефекат присуства (и одсуства) језика Landry и Bourhis доводе у везу са језичком виталношћу (*linguistic vitality*) те перцепцијом исте, издвајајући две основне функције језичког крајолика: информативну и симболичку (стр. 25). Информативна функција се састоји у чињеници да језик обележава територију и простор присуством (али и одсуством) језичких одредница (*linguistic features*) (Jørgensen 2008), које се везују за одређену групу (најчешће етничку), док симболичка функција доприноси осећању да одређени језик поседује вредност и статус у односу

на друге језике у датом социолингвистичком окружењу. Језик, дакле, служи као индекс којим се маркира територија, али и као средство комуникација скривених агенди (“hidden agendas”; Shohamy 2006: 27) посредством симболичке функције језичких одредница, што укључује и избор писма.

Одсуство језичких референци, поред присуства, такође је индикатор односа између језичке употребе и друштвеног контекста, укључујући језичку политику и праксу. Shohamy (2006) тврди да присуство (или одсуство) текстуалних натписа на јавним местима преноси поруку, с намером или без намере, свесно или несвесно, која утиче, манипулише и намеће de facto језичку политику и праксу (p. 110). У време обележено комуникацијом преко дигиталних медија, укључујући интернет и мобилну телефонију (тзв. нови медији), језички крајолик је добио и свој виртуелни пандан, тј. *виртуелни језички крајолик* (Atkinson & Moriarty 2012; Ivković & Lotherington 2009; Toyer 2012), који обилује садржајима на разним језицима и писмима и у коме ефекат физичке географије има ограничену вредност (Lee 2015; Thorne & Ivković 2015). Диграфија је такође и једно од основних обележја српског виртуелног језичког крајолика, који карактерише коришћење оба писма у приватној комуникацији, као и присуство оба писма на интернет сајтовима установа владе, политичких партија и приватних компанија.

У студији која се тиче диграфије у ‘интернет-српском’ (Ivković, 2013), фокус је на тензији између фактора идеологије и прагматичког понашања који утичу на одабир писама и de facto, нестандарних варијаната латинице (такође види, Zagoričnik, 2014), које се аутономно и системски креирају ‘одоздо’, као на пример приликом писања коментара на интернету или у комуникацији преко мобилних телефона, не само у српском, него и у македонском, бугарском и руском језику (Ivković, 2015). Ова појава је у литератури позната под енглеским називом као computer-mediated digraphia и често се повезује са појавом латинизације ортографије језика који се изворно служе неким другим писмом, као што су грчки (Androtsoupolos 20012) и арапски (Palfreyman & al Khalil 2003).

3 Питања за истраживање

Приликом истраживања диграфије и латинизације у новим медијима (Ivković 2013) приметно сам да учесници форума и аутори коментара у друштвеним медијима и сајтовима дневних новина уочавају повезаност избора и присуства једног или другог писма са одређеним доменом употребе. Конкретан пример су следећа два коментара, која су ми послужила као илустрације идеолошке функције у служби избора писама. У раду сам навео својеврстан дијалог (у коментар и реакцију на исти) између читаоца који се служи енглеским псеудонимом *EU Citizen* (*Грађанин ЕУ* на српском) и

читаоца који користи еквивалентан псеудоним на српском, то јест *Грађанин ЕУ* (350–351). Први писац коментара пише латиницом следеће:

Ćirilica je jedno od dva srpska pisma, i to ono manje korisno i povezano sa retrogradnim i štetnim kulturnim aspektima i političkim tendencijama [...] ćirilica (uz koju idu nacionalizam, verska zatucanost i političko i vojno povezivanje sa Rusijom, to jest stvari koje ovoj nikada nisu donele ništa dobro) predstavlja jedino zvanično pismo koje vlast iz demagoških i političko-marketinških razloga forsira (a “ćirilicare” je, uzgred, i mnogo lakše manipulirati, jer mnogo teže dolaze do pravih informacija) [...] (EU Citizen)

Потоњи коментатор одговара следеће на ћирилици:

Ово постоји само у твојој глави. Ћирилица је наше писмо и имамо дужност да је чувамо. Ја имам другачије асоцијације. Ћирилица: школа, лектира Латиница: Турбо-фолк, Пинк телевизија, Југословенска левица; сви који мисле да ће употребом латинице изгледати «светски» [...] Недостатак ћирилице у свакодневној употреби и константна употреба псеудо енглеских назива на свему је само последица наше некултуре, и техничке необразованости у употреби уникода. (Грађанин ЕУ)

Ова размена мишљења између два говорника српског, у којој се помињу или имплицирају кључни домени јавног и приватног живота (традиција, нација, религија, култура и супкултура, забава и разонода, образовање и школство, те унутрашња и спољња политика), као и слични коментари који се појављују на разним интернет форумима и у ТВ емисијама, подстакли су ме да истражим заступљеност писама у односу на конкретан домен употребе. Да опишем тенденцију разврставања писама у односу на жанр језичке употребе користим термин *жанровска дијграфија*. Термин *жанр* користим у ширем смислу, не само да означим садржај (тип и функцију текста, уметничког дела, итд.) већ и да означим специфичне обрасце друштвено и културолошки ситуираног ангажовања и активности (нпр. Bazerman et al., 2009; Russell, 1997). У том смислу, жанр језичке употребе (укључујући и употребу писама) подразумева садржај (текстуални, музички, филмски, ликовни), али и актере (личности и организације), активности (покрете и пројекте) и контекст (временску и просторну ситуираност садржаја и актера).

У неким доменима, нарочито у конкретним поддоменима, релативно је лако одредити заступљеност писама. На пример, довољно је посетити било који супермаркет у било ком делу Србије и уверити се да је латиница доминантно писмо на амбалажи, а да се ћирилица јавља изузетно ретко, те је пребројавање натписа излишно. Слична ситуација је у неким урбаним просторима, као што су Кнез Михајлова улица у престоници и Нови Пазар, где се ћирилица, нарочито у овом другом, може наћи у траговима. Проблем

настаје кад се са локалног пребројавања пређе на ниво земље, зашта су потребна значајна финансијска средства или кад су домени апстрактни, у којима употреба писма има превасходно симболичку функцију, као на пример, година 1389 у спрези са ћирилицом. Уз то, у зависности од читавог сплета околности, људи имају одређене асоцијације или немају асоцијације, што илуструје следећи коментар издвојен из интернет упитника:

Готово сви појмови које сте навели имају везе и са једним и са другим писмом, асоцијација на једно или друго је ствар субјективног доживљаја. Ја видим ћирилицу тамо где је други можда не виде. Рецимо поуздано знам да Ненад Чанак пише ћирилицом, када кажем штампа мислим на “Политику”, од телевизије највише гледам дневник и слагалицу на РТС, итд... Ипак, неке ствари попут НВО сектора [невладине организације] и геј параде никако се не могу довести у везу са ћирилицом.

Из ових разлога, анализу присуства одређених језичких и ортографских ресурса (“општа стварност”) проширио сам на испитивање субјективног доживљаја говорника, што би послужило као комплементарни индикатор стварне заступљености писама у јавној сфери. У том контексту, моје питање гласи: Каква је перцепција заступљености писама у зависности од домена? Конкретније, какве асоцијације евоцира одређени домен из сфере јавног живота у смислу употребе једног, другог или оба писма? У раду се тврди да *избор писма у јавној сфери углавном није арбитраран нити случајан, него је мотивисан у односу на жанр језичке употребе* (садржај, актере, активности и контекст). Један од начина да се поред документовања и анализе објективне стварности, истражи и субјективни доживљај, односно перцепција исте.

4 Сакупљање података и методолошки приступ

Индивидуална перцепција има ограничену вредност јер појединачне асоцијације зависе од више фактора (личног искуства, контекста ситуације и контекста културе), као и од тренутног расположења испитаника. У сврху социопсихолошког истраживања, поред индивидуалног субјективног осећања, важан је и колективни сентимент који се ‘формира одоздо’, а који се може индуктивно проценити испитивањем већег броја субјеката.

Да би се испитала перцепција присутности писама у доменима јавне употребе, сачињен је интернет упитник користећи инструмент за испитивање јавног мњења који се зове SurveyMonkey. Испитанику је дата могућност да изабере писмо на којем ће испунити упитник и прочита питања, као и могућност да упитник попуни писмом по сопственом избору. Разлози због којих је дата могућност да се изабере верзија упитника је да се ис-

питанику не намеће једно или друго писмо, али и да се и сам избор писма узме у обзир као мерило језичког понашања.

Испитаници су замољени да одговоре на 32 питања са више понуђених одговора (*multiple choice*), која доводе у везу одређени домен са избором писама (питања асоцијација). Питање гласи: *Молим Вас, одаберите једно или оба писма на које Вас асоцира (подсећа на опиту стварност) дати појам, или опцију “немам такве асоцијације”*. Испитаници су на крају замољени да напишу коментар који се тиче асоцијација, који су опет могли испунити користећи писмо по свом нахођењу, без обзира да ли су изабрали верзију упитника на латиници или ћирилици, што је предмет рада који се бави анализом ставова према диграфији.

Испитаници су такође замољени да се изјасне о полу, матерњем језику, месту у Србији у коме су провели највећи део живота, степену образовања, како су сазнали за упитник и, ако то желе, да се изјасне о својој националној, религијској и политичкој припадности. У том смислу, циљ анкете је да се обезбеди учествовање испитаника из разних делова Србије и различитих демографских карактеристика. У остатку упитника испитаници су замољени да изнесу своје ставове по питању хипотетичких решења регулисања статуса писама у Србији, адаптираних на основу квебешког *Chartre de la langue française*, што је предмет студије која се бави упоредном анализом језичке политике.

Предности коришћења интернет упитника су анонимност, аутоматизована обрада и релативно брзо и јефтино прибављање података, које није условљено географском локацијом нити испитаника нити истраживача. С друге стране, мана оваквог приступа је незаступљеност људи који не користе интернет, нарочито запостављање старије популације. Такво опсежно истраживање би, међутим, захтевало велика финансијска средства и тим анкетара. Најзад, присуство анкетара би могло утицати на одговоре испитаника, те на избор ћириличне односно латиничне варијанте упитника и избор писма на коме би се упитник испунио (*observer's paradox*). Ови последњи су аспекти језичког понашања који су сами по себи интересантни, и у раду узети у обзир.

5 Резултати

5.1 Општи подаци

Од 3. новембра 2014. до 11. фебруара 2015. прикупљено је 377 комплетираних упитника. Највише испитаника је сазнало за упитник преко Фејсбука (59.2%), следе Твитер (11.8), мејл (7.4%), ауторов сајт (7.2%), блогови

(6.1%), интернет форуми (5.3%), док је 3.2% упитника испуњено на папиру. От тога броја, скоро половина (177, односно 46.9%) испитаника сазнало је за упитник преко Фејсбука или неког од сајтова и интернет форума активиста и удружења за заштиту ћирилице (у даљем тексту, *поткорпус активиста*)³.

Ради избалансираности статистичке анализе одговора, где је ова дистинкција релевантна (нпр. статистичка анализа општих података, те религијских и политичких опредељења), ови одговори, поред ћириличног и латиничног поткорпуса, третирани су посебно. Специјални, поткорпус активиста чини укупно 177 упитника. Овај поткорпус, као што би се могло очекивати, велики делом је испуњен на ћириличној верзији упитника (168 упитника, односно 94.2%), док је само деветоро (5.1%) испитаника изабрало да испуни латиничну верзију.

Ако се изузме овај поткорпус, однос између латиничне и ћириличне верзије је избалансиран. Изузевши поткорпус активиста, на ћириличној верзији је испуњено 103 упитника (51.5%), док је на латиничној верзији испуњено 97 упитника (48.5%). Такође је занимљиво напоменути да је 61 (25%) упитник на ћириличној верзији испуњен латиницом (стандардном или тзв. ошишаном). С друге стране, оваквог мешања писама није било у латиничној верзији.

Мушкарци предњаче (68.5%) у односу на жене у поткорпусу активиста. У осталом делу упитника, жене имају благу предност и у ћириличној и у латиничној верзији упитника.

Велика већина испитаника се изјаснила да је српске националности (94.2) мада има и четири Југословена, по двоје Руса, Мађара, Хрвата, Црногораца, једна Немица и један Грк. По један испитаник се изјаснио као Србин Београђанин, Крајишки Србин и мешовитог етницитета. Велика већина се такође изјаснила да говори српски као матерњи или први језик (96.43%). Занимљиво је да се од тог броја, 16 испитаника изјаснило да им је матерњи језик *срБски*. Сви испитаници, који су на овај начин—морфемски уместо фонолошки—написали име језика, припадају поткорпусу активиста.

Највише испитаника у обе верзије је са подручја Београда и околине (38.5%), следе западна Србија и Шумадија (24.4%), Војводина (21.7%), јужна и источна Србија (14.1%), док је најмање испитаника са Косова и Метохије (1.6%). Најзаступљенија старосна група је од 31 до 45 година (38.7%), затим следе испитаници од 18 до 30 година (34.7%), 46 до 60 (22.9%) и преко 60 година (4%). Образовна структура је следећа: високо (45.4%), средње (24.1%), више (15.1%), магистериј (11.7%), докторат (3.7%) и основно образовање (0.27%).

³ Захваљујем се Жељку Филиповићу, председнику удружења грађана *Чувари ћирилице*, и Бранки Вуковић из Културног центра у Горњем Милановцу, који су поставили линк на својим сајтовима и прикупили значајан број упитника.

Изјашњавање по питању религијске и политичке опредељености је било факултативно. Док се већина изјаснила по питању религије и у ћириличном (83.8%) и у латиничном (73.6%) поткорпусу, то није био случај по питању политичке опредељености. Од 106 испитаника из латиничног поткорпуса, 70 (66%) се изјаснило по питању религије, и то: православље (61.4%), атеизам (18.6%), агностицизам (12.9%) и хришћанство (7.1%). Од 271 испитаника из ћириличног поткорпуса, 223 (82.3%) се изјаснило по питању религије, и то: православље (87%), атеизам (3.6%), агностицизам (3%) и хришћанство (4%). Двоје испитаника се изјаснило као припадници многобожачких религија (деизам односно словенско родноверје).

Као симпатизер или припадник једне од политичких странки у Србији, само се 10 испитаника (9.4%) изјаснило из латиничног поткорпуса, и то: Демократска странка (6 испитаника), Либерална демократска партија (2) и Српска напредна странка (2%). Ако се из ћириличног поткорпуса изузме поткорпус активиста, и у остатку ћириличног поткорпуса мали број се изјаснио по овом питању. Од укупно 104 испитаника, само 9 (8.7%) је навео име неке од странака, и то: Српска напредна странка (3), Демократска странка (2), Демократска странка Србије (2), Српски покрет обнове (1) и Српска радикална странка (1). С друге стране, проценат изјашњавања по истом питању у поткорпусу активиста на ћириличној верзији је знатно виши. Од 168 испитаника, њих 50 се изјаснило, и то за следеће странке: Двери српске (15), Демократска странка Србије (10), Трећа Србија (7), Српска радикална странка (4), Српска напредна странка (3), и по један испитаник је навео следеће парламентарне, непарламентарне, али и непостојеће странке, као и једну странку из Босне и Херцеговине (СНСД – Милорад Додик (БиХ): Демократска странка, Равногорски покрет, Руска странка, Српски покрет обнове, Образ, Социјалдемократска странка, Сељачка странка, Српски сабор Заветници, те тзв. (непостојећи) “Покрет за независност од Велса преко Каталоније, Хаваја и Корзике до Републике Српске”.

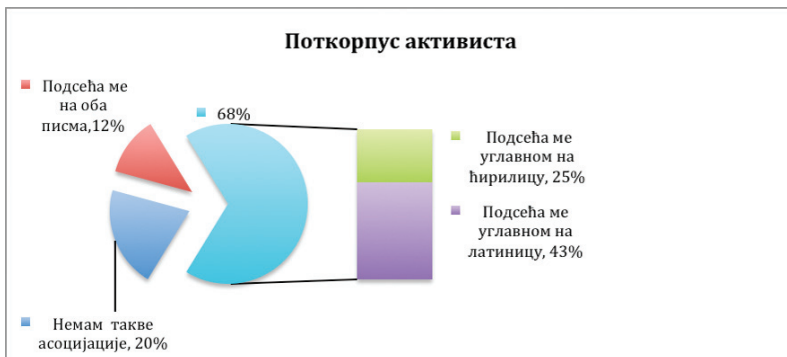
У наставку, приказани су резултати упитника асоцијација у сва три поткорпуса индивидуално.

5.2 Одговори асоцијација у три поткорпуса

Графикони 1–3 илуструју одговоре на 32 постављена питања која се тичу асоцијација између поддомена употребе и писма, у сва три поткорпуса посебно. Графикон 1 приказује резултате асоцијација из поткорпуса активиста (на основу 177 упитника), графикон 2 приказује резултате асоцијација из латиничног поткорпуса (на основу 97 упитника), док графикон 3

приказује резултате асоцијација из ћириличног поткорпуса (на основу 103 упитника). Обележени црвеном бојом су одговори ‘*подсећа ме на оба писма подједнако*’, тамноплавом бојом су обележени одговори ‘*немам таква асоцијације*’, зеленом бојом су обележени одговори ‘*подсећа ме углавном на ћирилицу*’, док су љубичастом бојом обележени одговори ‘*подсећа ме на латиницу*’. Последња два одговора су издвојено приказана, и њихов збир је илустрован светлоплавом бојом.

Укупно је било 12,064 одговора асоцијација (32 питања * 377 упитника).



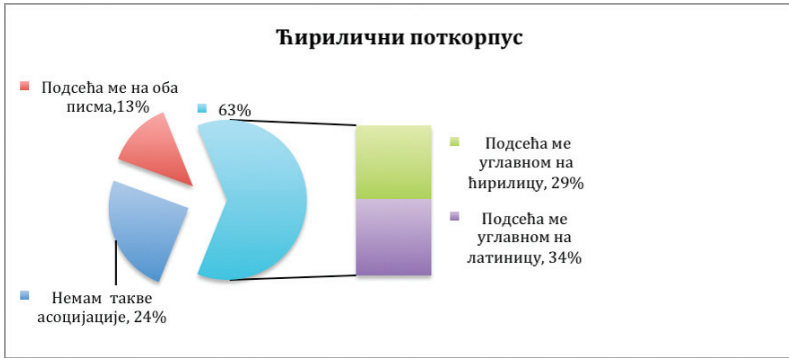
Графикон 1. Асоцијације из поткорпуса активиста

У поткорпусу активиста, од окупно 5,664 одговора асоцијација (32 питања * 177 упитника), 12% (678) су одговори ‘*подсећа ме на оба писма подједнако*’, 20% (1,134) ‘*немам такве асоцијације*’, 25% (1417) ‘*подсећа ме на ћирилицу*’ и 43% (2435) ‘*подсећа ме на латиницу*’.



Графикон 2. Асоцијације из латиничног поткорпуса

У латиничном поткорпусу, од окупно 3,104 одговора асоцијација (32 питања * 97 упитника), 18% (559) су одговори ‘*подсећа ме на оба писма подједнако*’, 33% (1025) ‘*немам такве асоцијације*’, 22% (682) ‘*подсећа ме на ћирилицу*’ и 27% (838) ‘*подсећа ме на латиницу*’.



Графикон 3. Асоцијације из ћириличног поткорпуса

У ћириличном поткорпусу, од укупно 3,296 одговора асоцијација (32 питања * 103 упитника), 13% (428) су одговори *'подсећа ме на оба писма подједнако'*, 24% (791) *'немам такве асоцијације'*, 29% (955) *'подсећа ме на ћирилицу'* и 34% (1121) *'подсећа ме на латиницу'*.

Уколико упоредимо ова три графика, можемо закључити да постоји концензус да је у односу на ћирилицу, у датим поддоменима, латиница доминантна. Ова разлика у асоцијацијама је нарочито изражена у поткорпусу активиста (43% асоцијација са ћирилицом у односу на 25% асоцијација са латиницом), што се може тумачити већом осетљивошћу активиста на питања присуства и одржања ћирилице у јавној и званичној употреби у Србији. Логично је да активисти ћирилице, од којих су многи учесници форума који се тичу употребе и статуса писама у Србији, више обраћају пажњу на присуство писама у друштву од просечног грађанина. У односу на остала три поткорпуса, у латиничном поткорпусу је највећи проценат одговора *'немам такве асоцијације'* (33%), и такође највећи проценат одговора *'подсећа ме на оба писма подједнако'* (18%).

У наставку се анализирају асоцијације у односу на поддомене употребе на нивоу читавог корпуса. Поддомени су категорисани у следећих девет домена: религија, историја и традиција, старосно доба, јавни и комерцијални простор, политички ентитети, активизам и удружења грађана, традиционални медији, нови медији, популарна култура и забава.

5.3 Одговори асоцијација у односу на домен употребе

Религија

Велика већина испитаника (90%) повезује Српску православну цркву (СПЦ) са ћирилицом, а релативна већина (29.9%) повезује Исламску заједницу (ИЗ) са латиницом, уколико се код потоњег поддомена искључе

одговори ‘*немам такве асоцијације*’ (Табела 1). Док неколицина испитаника има асоцијације СПС са оба писма (5.7%), ниједан испитаник се није изјаснио да има асоцијације СПЦ са латиницом. Интересантно је да, што се тиче ИЗ, преовлађује одговор ‘*немам такве асоцијације*’ (59,9%), што не изненађује будући да је ова мањинска верска заједница концентрисана углавном у Рашкој области (Санџаку).

Табела 1. Религија

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Српска православна црква	339 (90%)	0 (0%)	4 (1)	34 (9%)
Исламска заједница	17 (4.5%)	112 (29.9%)	22 (5.7%)	226 (59.9%)
Умрлице/Читуље	248 (65%)	11 (2.9%)	51 (13.5%)	67 (17.8%)

Историја и традиција

Као и у случају религијске припадности, и у односу на историјски догађај из даље прошлости (*Косовска битка*) и период (*СФРЈ*) и личност (*Јосип Броз*) из нове историје, постоји поларизованост перцепције употребе писама (Табела 2). Велика већина испитаника (84.6%) повезује Косовску битку и годину кад се битка одиграла (1389) са ћирилицом, док релативна већина (44%) повезује СФРЈ и Јосипа Броза са латиницом. Такође, релативно мали број испитаника “нема такве асоцијације” (13.53% и 22.3%) (Табела 2). Док је неколицина испитаника изнела да асоцира Косовску битку са оба писма (1.1%), само један испитаник (0.3%) од 377 се изјаснио да има асоцијације са латиницом. С друге стране, везу између оба писма и СФРЈ/Јосипа Броза види 25.8% испитаника.

Табела 2. Историја и традиција

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
1389 (Косовска битка)	319 (84.6%)	1 (0.3%)	4 (1.1%)	51 (13.5%)
СФРЈ/Јосип Броз Тито	30 (8%)	166 (44%)	97 (25.8%)	84 (22.3%)

Старосно доба

Што се тиче асоцијација између писма и поддомена *пензионер*, већина или уопште нема такве асоцијације (36.1%) или има асоцијације са оба писма (22.5%) (Табела 3). Ипак, код оних који су изабрали једно или друго писмо, преовлађују асоцијације са ћирилицом (36.6%). С друге стране, натполовична већина од укупног броја испитаника има асоцијације између поддомена *тинејџер* и латинице, у односу на 8.5% испитаника који виде везу између ћирилице и овог старосног доба.

Табела 3. Старосно доба

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Тинејџери	32 (8.5%)	194 (51.5%)	57 (15.1%)	94 (24.9%)
Пензионери	138 (36.6%)	18 (4.8%)	85 (22.5%)	136 (36.1%)

Јавни и комерцијални простор

Испитаници су оценили поддомене *рекламе* и *модни бутик* као изразито ‘латиничне’ (преко 66%) (Табела 4). Превасходно ‘ћириличним’ поддоменима су оцењени *село* и *занатска радња* (65% односно 50%), док асоцијације између поддомена *град* и *натписи на улици* и летинице преовлађују у односу на асоцијације са ћирилицом, али не са натполовичном већином.

Табела 4. Јавни и комерцијални простор

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Село	245 (65%)	11 (2.9%)	46 (12.2%)	75 (19.9%)
Град	43 (11.4%)	152 (40.3%)	106 (28.2%)	76 (20.2%)
Натписи на улици	67 (17.8%)	168 (44.6%)	112 (29.7%)	30 (8%)
Занатска радња	188 (50%)	44 (11.7%)	79 (20.9%)	66 (17.5%)
Модни бутик	11 (2.9%)	250 (66.3%)	39 (10.3%)	77 (20.4%)
Рекламе	19 (5%)	248 (66.1%)	58 (15.4%)	55 (15.6%)

Политички ентитети

За разлику од Лиге социјалдемократа Војводине, коју испитаници већински повезују са латиницом (50.1%), чак 81.7% испитаника има асоцијације између странке Двери српске и ћирилице (Табела 5). Између њих је Демократска странка, која се перципира као ‘благо латинична’. Нешто изнад једне трећине испитаника (36.1%) повезује Демократску странку са латиницом у односу на 13.9% оних за које Демократска странка има ћирилични предзнак. Ова странка се такође налази приближно у средини у континууму скала ‘*имам асоцијације са оба писма*’ и ‘*немам такве асоцијације*’ између Двери и Лиге социјалдемократа Војводине. Док само 15.4% испитаника нема асоцијације између Двери и употребе писама, у случају Лиге социјалдемократа Војводине чак 40% испитаника се тако изјаснило.

Табела 5. Политички ентитети

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Двери српске ⁴	308 (81.7%)	3 (0.8%)	8 (2.1%)	58 (15.4%)
ЛСВ/Н. Чанак ⁵	19 (5%)	191 (50.1%)	16 (4.2%)	151 (40%)
Демократска странка	47 (13.9%)	136 (36.1%)	74 (19.6%)	120 (31.8%)

⁴ *Српски сабор Двери* је “удружење грађана и ванпарламентарни политички покрет чији се ставови заснивају на светосавском и српском национализму, евроскептицизму и антиглобализму”. http://sr.wikipedia.org/wiki/Српски_сабор_Двери. Приступљено 29. маја 2015.

⁵ *Ненад Чанак* “је српски политичар, посланик у Народној скупштини Републике Србије и председник *Лиге Социјалдемократа Војводине*, парламентарне политичке партија левог центра у Аутономној Покрајини Војводини и Србији”, чија је идеологија, према википедији на српском језику, регионализам, социјалдемократија, либерализам и европеизам. http://sr.wikipedia.org/sr-el/Ненад_Чанак. http://sr.wikipedia.org/wiki/Лига_социјалдемократа_Војводине. Приступљено 29. маја 2015.

Активизам и удружења грађана

Као што би се и очекивало, постоји асоцијативна комплементарност у одговорима на питања која се тичу геј параде (Табела 6). Док 57.6% повезује геј параду са латиницом (и само 2.9% са ћирилицом), 56.5% има асоцијације између ћирилице и протеста против параде (и само 1.1% између протеста против параде и латинице). Занимљиво је, такође, да 37.1% нема асоцијације између избора писма и геј параде, у поређењу са 30.8% испитаника који такву везу не уочавају у случају протеста против параде. Слично, на супротним странама континуума диграфијске скале се налазе удружење навијача Црвене звезде *Делије*, које 64.2% испитанике доводи у везу са ћирилицом, с једне стране, и две активисткиње независних владиних организација које делују у Србији, Наташе Кандић и Соње Бисерко, с друге стране. Иако се веома висок број испитаника изјаснио да ‘нема такве асоцијације’ (43.8%), већина (50.1%) је ипак констатовала везу између ове две личности и латинице, у поређењу са само 1.9% испитаника који имају асоцијације са ћирилицом.

Табела 6. Активизам и удружења грађана

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Делије ⁶	242 (64.2%)	12 (3.2%)	25 (6.6%)	98 (26%)
Геј парада	4 (1.1%)	213 (56.5%)	20 (5.3%)	140 (37.1%)
Протести против геј параде	217 (57.6%)	11 (2.9%)	32 (8.5%)	116 (30.8%)
Н. Кандић ⁷ /С. Бисерко ⁸	7 (1.9%)	192 (50.1%)	11 (2.9%)	165 (43.8%)

Традиционални медији

Традиционални медији се могу дефинисати оквирно, као претходница дигиталне комуникације, то јест, *нових медија* (new media). Релативно мали проценат испитаника се изјаснио да немају асоцијације, нарочито што се тиче асоцијација са поддоменом *буквар* (6.6%) и *дневне новине* (8%) (Табела 7). Док је поддомен *Буквар* ”оцењен” као апсолутно ћирилички

6 *Делије* “је назив за уједињене навијаче спортског друштва Црвена звезда, пре свега Фудбалског клуба Црвена звезда”. http://sr.wikipedia.org/sr/Делије_север <http://www.oaza.rs/sport/delije/> Приступљено 29. маја 2015.

7 *Наташа Кандић* “је директорица *Фонда за хуманитарно право*, регионалне невладине организације за људска права и међународно хуманитарно право. Фонд је основан 1992. године у Београду ради расветљавања истине о ратним злочинима током оружаних сукоба у бившој Југославији током 90-их година XX века.”

http://sr.wikipedia.org/wiki/Фонд_за_хуманитарно_право.

<http://www.hlc-rdc.org>. Приступљено 29. маја 2015.

8 *Соња Бисерко* је председница невладине организације *Хелсиншког одбора за људска права у Србији*. <http://www.helsinki.org.rs/serbian>. Приступљено 29. маја 2015.

(83.8%), поддомен *дневне новине* 39.8% испитаника повезују са оба писма, те 27.6% са ћирилицом и 24.7% латиницом. С друге стране, поддомен *периодика* испитаници углавном асоцирају са латиницом (32.1%), те са оба писма (28.4%), док је постотак оних који доводе у везу ову врсту штампе са ћирилицом значајно мањи (15.1%).

Као претежно латинични оцењени су поддомени *Популарна литература/Лагуна* (45.1%) и *телевизија* (40.6%). Међутим, постотак испитаника који повезују телевизију са оба писма је такође висок (34.2%), што није случај са поддоменом *Популарна литература/Лагуна* (18%).

Табела 7. Традиционални медији

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Буквар	316 (83.8%)	3 (0.8%)	33 (8.8%)	25 (6.6%)
Штампа – дневне новине	104 (27.6%)	93 (24.7%)	150 (39.8%)	30 (8%)
Штампа – периодика	57 (15.1%)	121 (32.1%)	107 (28.4%)	92 (24.4%)
Популарна литература/ Лагуна	41 (10.8%)	170 (45.1%)	68 (18%)	96 (25.5%)
Телевизија	31 (8.2%)	153 (40.6%)	129 (34.2%)	64 (17%)

Нови медији

За разлику од традиционалних медија, са којима испитаници повезују оба писма у зависности од поддомена, нови медији (мобилни телефон, интернет и мејл) за испитанике имају изразито ‘латиничну конотацију’. Изражено у процентима, *интернет* 63.4%, *мобилни телефон* 71.1% и *мејл* чак 76.7% од укупног броја испитаника асоцира са латиницом. Домен *нових медија* такође има релативно низак постотак одговара ‘*немам такве асоцијације*’: *интернет* 15.9%, *мобилни телефон* 15.4% и *мејл* тек 3.7%.

Табела 8. Нови медији

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Мобилни телефон	27 (7.2%)	268 (71.1%)	24 (6.4%)	58 (15.4%)
Интернет	39 (10.3%)	239 (63.4%)	39 (10.3%)	60 (15.9%)
Мејл	28 (7.4%)	289 (76.7%)	46 (12.2%)	14 (3.7%)

Популарна култура и забава

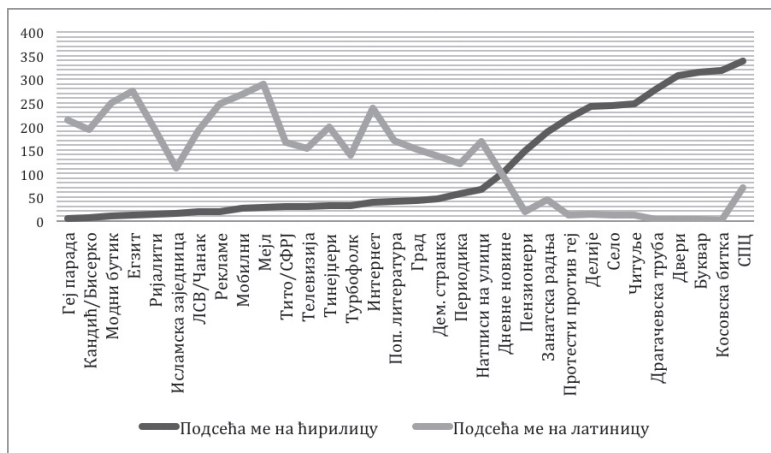
Домен *популарна култура и забава* је такође перципиран као претежно латинични (на пример, *турбофолк* – 36.9% латиница, у односу на 8.7% ћирилица), изузев поддомена *драгачевска труба* са којим чак 74% испитаника има ‘ћириличне’ асоцијације. У случају поддомена *ријалити шоу*, и нарочито *Турбофолк*, такође је висок проценат изјашњених који су изабрали одговор ‘*немам такве асоцијације*’ (37.9%, односно чак 48.8%). Од свих поддомена, *Егзит* има најмањи број оних који овај новосадски музички фестивал асоцирају са ћирилицом, то јест тек 3.2% испитаника.

Табела 9. Популарна култура и забава

Поддомен	Ћирилица	Латиница	Оба писма	Нема асоц.
Турбофолк/Ј. Карлеуша	33 (8.7%)	139 (36.9%)	21 (5.6%)	184 (48.8%)
Егзит фестивал	12 (3.2%)	275 (72.9%)	25 (6.6%)	65 (17.2%)
Ријалити шоу	14 (3.7%)	193 (51.2%)	27 (7.2%)	143 (37.9%)
Драгачевска труба	279 (74%)	3 (0.8%)	21 (5.6%)	74 (19.6%)

5.4 Континуум жанровске диграфије

Графикони 4–6 илуструју диграфијски континуум на основу пресека индивидуалних одговора. Графикон 4 приказује асоцијације са одговорима ‘подсећа ме на ћирилицу’ у односу на асоцијације са одговорима ‘подсећа ме на латиницу’, графикон 5 приказује асоцијације са одговорима ‘подсећа ме на оба писма подједнако’, док графикон 6 приказује асоцијације са одговорима ‘немам такве асоцијације’.



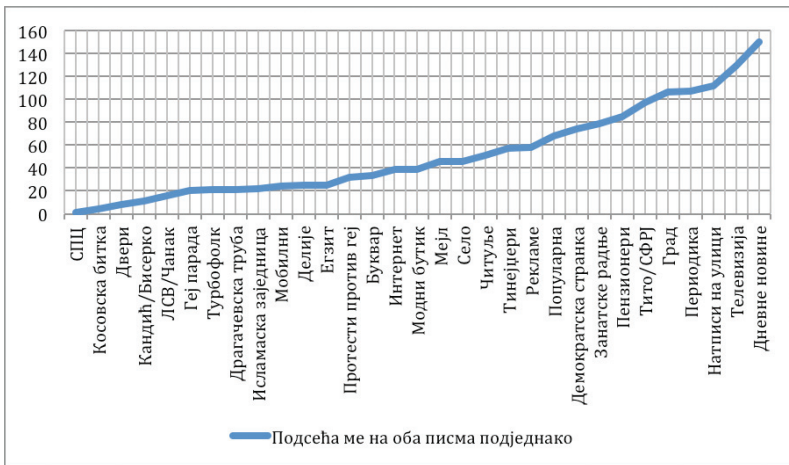
Графикон 4. ‘подсећа ме на ћирилицу’ vs. ‘подсећа ме на латиницу’

На графикону горе приказани су одговори ‘подсећа ме на ћирилицу’ у односу на одговоре ‘подсећа ме на латиницу’, означени плавом и црвеном линијом. Плавом линијом на графикону је означен континуум жанровске диграфије одговора ‘подсећа ме на ћирилицу’, почев од поддомена са најмање асоцијација са ћирилицом (*геј парада*). Линија се завршава са поддоменом који има највећи број асоцијација са ћирилицом (*Српска православна црква*).

У пресеку плаве и црвене линије налази се поддомен *дневне новине*, који од свих поддомена најмање одсликава ‘жанровску подељеност’, односно, у највећој мери је диграфијски. Лево од овог поддомена приказани

су претежно ‘латинични поддомени’: *геј парада, Кандић/Бисерко, модни бутик, Егзит, ријалити шоу, Исламска заједница, ЛСВ/Н.Чанак, рекламе, мобилни телефон, Тито/СФРЈ, телевизија, тинејџери, интернет, популарна литература, град, Демократска странка, периодика и натписи на улици*. Од поменутих поддомена највише асоцијација са латиницом имају *мејл (289), Егзит (275), модни бутик (225), рекламе (248), интернет (239)* и *геј парада (213)*. С десне стране графикана приказани су следећи, претежно ‘ћирилични поддомени’: *Српска православна црква, Косовска битка, буквар, Двери српске, читуље, село, Делије, протести против геј параде, занатска радња, пензионери и дневне новине*.

Разлика између одговора ‘*подсећа ме на ћирилицу*’ и одговора ‘*подсећа ме на латиницу*’ варира у зависности од поддомена. На пример, разлика између поддомена *дневне новине, Исламска заједница, натписи на улици* и *занатска радња*, с једне стране, је мања него разлика између поддомена *Егзит, мејл, Двери српске и буквар* с друге стране, што се на графикону препознаје на местима на којима је црвена линија изломљена, са оштрим успонима и падовима.

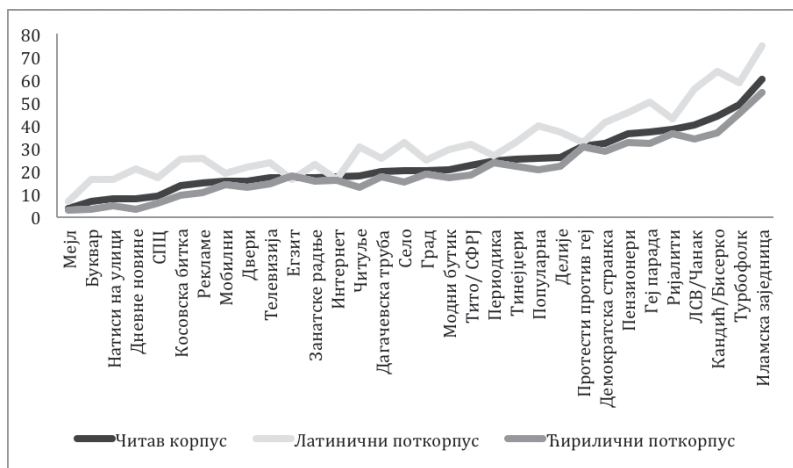


Графикон 5. ‘*подсећа ме на оба писма подједнако*’

Графикон 5 илуструје одговоре ‘*подсећа ме на оба писма подједнако*’. Резултати добијени на основу ових одговора су комплементарни са резултатима из претходног графикана, у коме су приказане асоцијације у односу на једно или друго писмо. Тако, на пример, у случају поддомена *дневне новине*, који има највећи постотак асоцијација ‘*подсећа ме на оба писма*’ (39.8%, односно 150 одговора), 27.6% испитаника се изјаснило да ‘*има асоцијације са ћирилицом*’, док 24.7% испитаника ‘*има асоцијације са ла-*

тиноцом’, што је разлика мања од 2%. Ако се узме 75 одговора као пресек, у односу на 150 (39.8%) остали ‘диграфијски’ поддомени су *телевизија* (129 одговора), *натписи на улици* (112), *периодика* (107), *град* (106), *Тито/СФРЈ* (97), *пензионери* (85) и *занатска радња* (79). С друге стране, типични ‘не-диграфијски’ поддомени су: *Српска православна црква* (1 одговор), *Косовска битка* (4), *Двери* (8), *Н. Кандић/С. Бисерко* (11), *Лига социјалдемократата Војводине/Н. Чанак* (16), *геј парада* (20), *турбофолк* (21), *драгачевска труба* (21), *Исламска заједница* (22), *мобилни телефон* (24), *Делије* (25), *Егзит* (25), *протести против геј параде* (32), *буквар* (33), *интернет* (39), *модни бутик* (39), *мејл* (46), *село* (46), *читуље* (51), *тинејџери* (57), *рекламе* (58), *популарна литература/Лагуна* (68) и *Демократска странка* (74). Док је у првој групи заступљено 8 поддомена, у другој се налази чак 23 поддомена употребе писама.

На основу горенаведених података може се закључити да, иако постоји значајан број поддомена језичке употребе у којима се користе релативно подједнако оба писма, жанр језичке употребе представља пресудан мотив да се одабере ћирилица или латиница. У том смислу, може се конставовати да овакав избор асоцијација потврђује хипотезу да избор није случајан нити арбитран, него, напротив, мотивисан идеолошким ставом и/или прагматичким принципом комуникације (Ivković, 2013).



Графикон 6. “*немам такве асоцијације*”

Графикон 6 илуструје одговоре ‘*немам такве асоцијације*’. Средишња, плава линија приказује податке добијене из читавог корпуса, црвена се односи само на латинични поткорпус, док зелена линија приказује само податке добијене из ћириличног поткорпуса. Подаци указују да највећи број

испитаника нема асоцијације ни са једним писмом код следећих поддомена: *Исламска заједница* (60%), *турбофолк* (48.8%), *Н. Кандић/С. Бисерко* (43.8%), *Лига Социјалдемократа Војводине/Н. Чанак* (40%), *ријалити шоу* (38%) и *геј парада* (37.1%). С друге стране, најмањи број таквих одговора је код поддомена *мејл* (3.71%), *буквар* (6.6%), *натписи на улици* (8%), *дневне новине* (8%) и *Српска православна црква* (9%).

Могући разлози због којих испитаници имају више асоцијација са поддоменима из друге групе су следећи: Испитаници су завршили најмање основну школу и користили буквар, читали уличне натписе и дневне новине, а они који су одговорили на питања преко интернета (97.5%) користили су и технологију медија барем приликом испуњавања упитника. Такође, с обзиром на то да је православно хришћанство доминантна религија у Србији већина је или имала директног контакта са Српском православном црквом или на други начин имала информације о овој верској заједници.

Оно што је посебно занимљиво, међутим, јесте да се значајно већи проценат испитаника из латиничног поткорпуса изјаснио да нема асоцијација ни са једним писмом. Изузев у случају поддомена *мејл*, *рекламе*, *Егзит*, *интернет*, *периодика* и *протести против геј параде*, у случају осталих поддомена из упитника, одговор 'немам такве асоцијације' указује на значајнија размимоилажења између два поткорпуса. Највећа разлика је у односу на поддомене *турбофолк*, *Кандић/Бисерко*, *популарна литература/Лагуна*, *село*, *Косовска битка*, *геј парада* и *дневне новине* (овакав однос се на графикаону види на местима где су и највеће амплитуде).

6 Дискусија и закључак

Сврха овог рада је допринос бољем разумевању проблема диграфије и ефекта присуства и употребе двају писама у доменима јавног живота у Републици Србији. Рад је део студије која се тиче диграфије као основне карактеристике језичког крајолика Србије, у ком се истражује перцепција језичког крајолика са фокусом на диграфију из перспективе становника Републике Србије. Централно место заузима упитник, у ћириличној и латиничној верзији, који испитује асоцијације из 32 поддомена јавне сфере језичке употребе са присуством и употребом писама.

Значајан број упитника је попуњен такозваном ошишаном латиницом, то јест, латиницом без дијакритичких знакова. Међутим, док је четвртина испитаника испунила упитник на ћириличној верзији латиноцом, ни један упитник на латиници није био испуњен ћириличним писмом. Последњи податак може послужити као показатељ функционалне диграфије у диги-

талној комуникацији, то јест, доминантности латинице као писма које се користи у текстуалној продукцији (писање), док су оба писма подједнако заступљена, или је ћирилична чак доминантнија, у текстуалној рецепцији (читање). Другим речима, у дигиталној комуникацији, латиницом се радије пише, мада се чита на оба писма подједнако, или се, евентуално, радије чита текст написан ћириличним писмом, што је проблем за будуће емпиријско истраживање.

Као што би се могло очекивати велика већина испитаника из поткорпуса активиста је изабрала и испунила упитник на ћирилици, док су у остатку анкете коришћена оба писма. Овај корпус бележи и значајан број испитаника (10%) који су се изјаснили да им је матерњи *србски*, односно *срБски*. Будући да је мало вероватно да се ради о правописној грешци, нарочито при писању великог слова <Б> и то искључиво ћирилицом, овакав начин писања придева би се могао тумачити као својеврсни показатељ њиховог емотивног односа према језику и писму.

Резултати студије потврђују тврдњу о постојању свести да избор писма у српској језичкој пракси у великој мери зависи од домена/поддомена употребе. Конкретно, на нивоу корпуса као и на нивоу три поткорпуса, подаци указују да постоји консензус о доминантности латинице у већем броју домена и поддомена савременог живота, нарочито у новим медијима, популарној култури, као и у комерцијали уопште. Остали домени у којима се латиница перципира као доминантно писмо су политички сегменти окренути западном погледу на свет и такозваној либералној политичкој провенијенцији. Истовремено, домени/поддомени у којима је ћирилица доминантна јесу пре свега Српска православна црква и образовање, нарочито на основном нивоу, традиција, те политички сегменти претежно националног предзнака.

На основу датих одговора, претежно 'ћирилични' поддомени (који имају више асоцијација са ћирилицом него латиницом) су *СПЦ, Косовска битка, буквар, Двери, Драгачавка труба, читуље, село, Делије, протести против геј параде, занатска радња и пензионери*. Док поддомен *дневне новине* има приближно једнак број асоцијација са оба писма, следећи поддомени су претежно 'латинични': *геј парада, Кандић/Бисерко, модни бутик, Егзит, ријалити, Исламска заједница, Лига социјалдемократа Војводине/Ненад Чанак, мобилни, мејл, Јосип Броз Тито/СФРЈ, телевизија, тинејџери, интернет, популарна литература, Демократска странка, периодика и натписи на улици*.

Оваква подвојеност у употреби писама у односу на домен и/или поддомен употребе, односно на садржај (нпр. рекламе, турбофолк музика, Драгачавска труба, умрлице/читуље, популарна литература, натписи на улици, мејл), актере (нпр. Ненад Чанак, Наташа Кандић, Демократска странка, Ис-

ламска заједница), активности (нпр. геј парада и покрет против геј параде) и контекст, временски или просторни (нпр. СФРЈ, Косовска битка, модни бутик, занатска радња, град, село, интернет) се овде назива *жанровском диграфијом*.

Потребно је напоменути, да иако је избор домена, и нарочито поддомена, мотивисан поред личних запажања, такође и дискурсом из медија, укључујући коментаре на форумима и из онлајн издања дневних новина, избор репрезентативних домена укључених у студију није (и не може бити) дефинитиван. Другим речима, уместо поддомена Деморкатске странке, Лиге социјалдемократе Војводине и Двери, могле су се изабрати искључиво актери који имају једну или другу идологију, или се чак могао изоставити читав један домен, као што су нови медији (интернет, мејл, мобилни), што би резултате истраживања одвело у потпуно другом правцу, где би се евентуално фаворизовало једно или друго писмо. Међутим, важније од чињеница да постоји више ‘латиничних’ или ‘ћириличних’ подомена је случај да у значајним доменима језичке употребе (као што су нови медији), па чак и више традиционалним медијима, попут телевизије, издаваштва, а онда и у области комерцијале и привредног живота, постоји перцепција да латиница суверено влада, а да су за ћирилицу резервисани домени или поддомени који више упућују на прошлост, то јест, традидију, историју, идентитет.

Иако, у принципу, нема тачних и нетачних одговора кад је реч о асоцијацијама, може се говорити о значајном подударењу асоцијација са стварном употребом писама (објективном реалношћу). На пример, чињеница је да је велика већина реклама исписана на латиници, као што је и чињеница да одређене странке готово искључиво користе једно или друго писмо, што се лако емпиријски може проверити освртом на њихов пропагандни материјал, дизајн сајтова и логотипе. У том смислу, иако има варијација у индивидуалним одговорима, и у ћириличној и у латиничној верзији упитника постоји подударење са “објективном реалношћу”, што је предмет другог рада у оквиру студије о језичком крајолику Србије и жанровској диграфији.

Наставак овог рада у оквиру студије документује, илуструје и анализира стварну заступљеност писама у односу на дати домен, што је поткрепљено статистичким подацима, фотографијама, семиотичком анализом, текстовима из медија, те ставовима изнешеним у интернет упитнику, на интернет форумима, у блогovima, као и у интервјуима које сам водио за време теренског рада у Србији у новембру и децембру 2014. Иако комплементарни у томе што се баве анализом језичког крајолика Србије и жанровском диграфијом, оба рада представљају засебне целине јер обрађују два ‘наличја’ овог феномена: условно речено, субјективну перспективу и објективну реалност.

Литература

- Androutsopoulos, J. (2012). “Greeklsh”: Transliteration practice and discourse in the context of computer-mediated digraphia. In A. Jaffe (Ed.), *Orthography as social action: scripts, spelling, identity and power* (pp. 359–392). Boston, MA: De Gruyter.
- Atkinson, D., & Máiread, MM. (2012). ‘There’s no excuse. Speak Catalan!’—the marketing of language acquisition to mobility students. *International Journal of Applied Linguistics*, 22(2), 189–204.
- Bazerman, C., Bonini, A., & Figueiredo, D. (Eds.). (2009). *Genre in a changing world*. Fort Collins, CO: Wac Clearinghouse.
- Cenoz, J., & Gorter, D. (2008). The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition. *IRAL-International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 46(3), 267–287.
- Charte de la langue française. *Projet de loi*, 101.
- Feldman, L. B. (1983). Bi-alphabetism and word recognition. In D. Rogers & J. A. Sloboda (Eds.), *The acquisition of symbolic skills* (pp. 137–147). New York, NY: Springer.
- Ivković, D. (2015). Cyber-Latinica: A comparative analysis of Latinization in Internet Slavic. *Language@Internet*, 12, article 2.
- Ivković, D. (2013). Pragmatics meets ideology: Digraphia and non-standard orthographic practices in Serbian online news forums. *Journal of Language and Politics*, 12(3), 335–356.
- Ivković, D., & Lotherington, H. (2009). Multilingualism in cyberspace: Conceptualising the virtual linguistic landscape. *International Journal of Multilingualism*, 6(1), 17–36.
- Jørgensen, J. N. (2008). Polylingual languaging around and among children and adolescents. *International Journal of Multilingualism*, 5(3), 161–176.
- Kramer, C., Ivković, D., & Friedman, V. (2014). Seeing double: Latin and Cyrillic in the linguistic landscape of Macedonia. *Proceedings PLLP, Skopje 2014, 14–20 (UDK 81’246.2) Зборник ПЈЈП, Скопје 2014, 14–20*.
- Lee, C. (2015). Digital discourse@public space. In R. H. Jones, A. Chik, & C. A. Hafner (Eds.), *Discourse and digital practices: Doing discourse analysis in the digital age* (pp. 175–192). New York, NY: Routledge.
- Moore, D. (2008). Linguistic landscape and language awareness. In E. Shohamy & D. Gorter (Eds.), *Linguistic landscape: Expanding the scenery* (pp. 253–269). New York, NY: Routledge.
- Palfreyman, D., & al Khalil, M. (2003). A funky language for teenz to use: Representing Gulf Arabic in instant messaging. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 9(1).

- Russell, D. R. (1997). Rethinking genre in school and society an activity theory analysis. *Written Communication*, 14(4), 504–554.
- Shohamy, E. G. (2006). *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. New York, NY: Routledge.
- Thorne, S. L., & Ivković, D. (2015). Multilingual Eurovision meets plurilingual YouTube: Linguascaping discursive ontologies. In D. Koike & C. Blyth (Eds.), *Dialogue in multilingual and multimodal communities*. Amsterdam, Netherlands: John Benjamins.
- Troyer, R. A. (2012). English in the Thai linguistic netscape. *World Englishes*, 31(1), 93–112.
- Zagoricnik, J. (2014). “Serbisch-schweizerdeutsches Code-Switching in der WhatsApp-Kommunikation.” Unpublished MA Thesis. http://www.ds.uzh.ch/_files/uploads/studarb/41.pdf Приступљено 16. јуна 2015.
- Zima, P. (1974). Digraphia: The case of Hausa. *Linguistics*, 124, 57–69.

Primljeno 28. 05. 2015.

Prihvaćeno: 05. 06. 2015.

Dejan Ivković

**THE LINGUISTIC LANDSCAPE OF SERBIA (PART ONE):
PERCEPTIONS OF ALPHABET PRESENCE IN THE PUBLIC
SPHERE**

Digraphia – the use of more than one writing system by the same speech community for the same language – is perhaps the most intriguing feature related to the modern Serbian usage. The crux of the phenomenon lies in a repertoire of ways modalities of alphabet use are embedded in almost every pore of the quotidian life of a Serbian speaker, where the choice of one or the other alphabet is not arbitrary but rather motivated, depending on the function of language use. With consequences that stretch beyond a mere alphabet preference, the functional split affects perceptions, attitudes and ultimately influences orthographic behavior, depending on the context of use (Ivković, 2013, 2015). The purpose of the study is to explore awareness of the speakers of Serbian about the presence of the Cyrillic and Latin alphabets in Serbia’s linguistic landscape, including traditional and new media. An online survey, with versions in both scripts, was conducted from November 2014 to January 2015. In total, 377 respondents, from different parts of Serbia, answered 32

multiple-choice questions examining associations between alphabet choice and a particular domain of language use: context, situation, agency or discourse. The respondents had the option to select one of the following answers: “I have associations mostly with Cyrillic,” “I have associations mostly with the Latin alphabet,” “I have associations with both alphabets, equally,” and “I have no such associations.” The respondents also had the option to write a comment expressing their thoughts on digraphia. The participants responded to survey calls distributed across various social media, including several webpages and forums of “Cyrillic activists,” that is, groups of citizens who advocate the use of Cyrillic as the only script in official use in Serbia. This group, constituting approximately one third of the respondents, comprise the *Activist sub-corpus*. The rest of the respondents comprise the *Latin* and *Cyrillic sub-corpora*, named after the alphabet they used to complete the survey, respectively. The results of the study indicate that there is awareness about the dominance of one or the other alphabet across different domains of use, with the Cyrillic alphabet primarily being associated with the context of use of the Serbian Orthodox Church, tradition, national identity, and rural Serbia, whilst the Latin alphabet is associated primarily with consumerism, pro-Western groups and policies, entertainment, urban contexts, and the Yugoslav era, as illustrated in the graphs showing the continua of digraphia and alphabet choice across domains of language use.