

# Jezik na TikToku

---

**Kolak, Karla**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2024**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:142:596710>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-11-23**



*Repository / Repozitorij:*

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet u Osijeku

Diplomski studij engleskog jezika i književnosti – nastavnički i hrvatskog jezika i  
književnosti – nastavnički

Karla Kolak

**Jezik na TikToku**

Diplomski rad

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Ana Mikić Čolić

Sumentorica: izv. prof. dr. sc. Maja Glušac

Osijek, 2024.

Sveučilište J. J. Strossmayera u Osijeku  
Filozofski fakultet u Osijeku  
Odsjek za hrvatski jezik i književnost  
Diplomski studij engleskog jezika i književnosti – nastavnički i hrvatskog jezika i  
književnosti – nastavnički

Karla Kolak  
**Jezik na TikToku**  
Diplomski rad

Znanstveno područje humanističkih znanosti, polje filologije, grana kroatistike

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Ana Mikić Čolić  
Sumentorica: izv. prof. dr. sc. Maja Glušac

Osijek, 2024.

## IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napisala te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s navođenjem izvora odakle su preneseni.

Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasna da Filozofski fakultet u Osijeku trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta u Osijeku, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku 27. lipnja 2024.

Karla Kolak, 0122233069

## SAŽETAK

U ovome će radu biti riječi o društvenoj mreži TikTok te će se analizirati jezik na TikToku. Opisuju se razlozi nastanka riječi na TikToku poput potrebe za imenovanjem novih pojava i predmeta. Nadalje, definira se *algospeak*, jezik koji je karakterističan za TikTok i koji služi za izbjegavanje automatiziranog moderiranja sadržaja. *Algospeak* su kodne riječi sa zvjezdicama, točkama, brojevima i simbolima ili sinonimi riječi. *Algospeak* se može usporediti s jezikom karakterističnim za specifičnu grupu – argotom. Raspravljat će se o uvjetima uspješne komunikacije od kojih je jedan primjerenost jezičnih elemenata. Ključ je uspješne komunikacije s TikTok izrazima poznavanje tih izraza što može biti izazovno zbog viralnosti, odnosno velike brzine širenja sadržaja i velikog broja trendova i izraza koji nastaju svakodnevno. Ponekad ni svakodnevno korištenje TikToka nije garancija da će korisnik poznavati svaki TikTok izraz. Također će biti riječi o svrsi TikToka i o utjecaju TikTok slenga. TikTok ima značajan utjecaj na društveni i profesionalni život. Brojni su ljudi upravo s pomoću TikToka i jezika na TikToku izgradili uspješne karijere. TikTok sleng može pomoći pri učenju stranoga jezika te se smatra jednom od modernih aktualnih metoda učenja stranih jezika. Opisivat će se odnos TikToka i purizma te će se detaljnije prikazati priroda neologizama i razlozi nastajanja neologizama. Zatim slijedi analiza jezika društvenih mreža općenito te analiza jezika na Facebooku, Instagramu i X-u. Postoje brojne sličnosti i razlike između jezika na navedenim društvenim mrežama i jezika na TikToku. Na kraju rada slijedi analiza jezika na TikToku na ortografskoj razini, grafostilističkoj, morfološkoj, sintaktičkoj, semantičkoj i leksičkoj razini.

**KLJUČNE RIJEČI:** TikTok, jezik na TikToku, *algospeak*

# SADRŽAJ

1. <b>Uvod</b> .....	1
2. <b>TikTok</b> .....	2
2.1. <i>Algospeak</i> .....	4
3. <b>Razlozi nastanka novih riječi na TikToku</b> .....	8
3.1. Svrha jezika na TikToku .....	14
3.2. Utjecaj TikTok slenga .....	15
4. <b>TikTok i purizam</b> .....	18
4.1. Neologizmi .....	20
5. <b>Jezik na društvenim mrežama</b> .....	22
5.1. Facebook .....	23
5.2. Instagram .....	26
5.3. X .....	27
6. <b>Jezik na TikToku</b> .....	29
6.1. Jezik mladih .....	29
6.2. Analiza jezika na TikToku .....	31
7. <b>Zaključak</b> .....	41
8. <b>Literatura</b> .....	43

## 1. Uvod

Na početku rada bit će riječi o TikToku. Prvo poglavlje podijeljeno je na dva potpoglavlja. U prvome potpoglavlju govori se općenito o TikToku. U drugome potpoglavlju raspravlja se o *algospeaku*.

Slijedi drugo poglavlje pod nazivom *Razlozi nastanka novih riječi na TikToku* u kojemu se govori o tri glavna razloga nastanka novih riječi. Sadrži jedno potpoglavlje u kojemu se govori o svrsi jezika na TikToku i drugo u kojemu se govori o utjecaju TikTok slenga.

U trećem poglavlju govori se o TikToku i purizmu te o neologizmima.

Četvrto poglavlje pod nazivom *Jezik na društvenim mrežama* raspravlja o jeziku na Facebooku, Instagramu i X-u.

*Jezik na TikToku* peto je poglavlje u kojemu se definira jezik mladih te analizira jezik na TikToku na ortografskoj razini, grafostilističkoj, morfološkoj, sintaktičkoj, semantičkoj i leksičkoj razini.

Na kraju rada slijedi *Zaključak* u kojemu se sažimaju saznanja istraživanja te *Literatura* koja se koristila pri pisanju rada.

## 2. TikTok

TikTok društvena je mreža koja je nastala u Kini. Njezin je osnivač informatički genijalac Zhang Yiming koji ju je osnovao s ciljem stvaranja aplikacije slične već postojećoj aplikaciji Musical.ly. Naime, aplikacija Musical.ly, pokrenuta u Šangaju 2014. godine, omogućuje korisnicima snimanje kratkih videa u trajanju od 15 do 60 sekundi u kojima korisnici zapravo snimaju *playback* videa na glazbene komade. Taj inovativni koncept nije ostavio nikoga ravnodušnim te je Musical.ly u 2017. godini imao već 200 milijuna korisnika. Vidjevši ogroman uspjeh i popularnost aplikacije Musical.ly, Yiming je odlučio osnovati tvrtku ByteDance. Ubrzo nakon toga pokrenuo je platformu Douyin koja je u godinu dana imala 100 milijuna korisnika samo iz Azije, najviše iz Kine i Tajlanda. Zatim je u 2018. godini otkupio aplikaciju Musical.ly kako bi ju mogao ugasiti i tako je pobijedio konkurenciju. U istoj godini izašla je i aplikacija TikTok. Douyin i TikTok i dalje postoje, ali namijenjene su različitoj skupini korisnika. Aplikacije imaju isto sučelje, ali različit sadržaj. Sadržaj aplikacije Douyin namijenjen je samo korisnicima u Kini, dok je TikTok sadržaj namijenjen i dostupan cijelome svijetu, uključujući Kinu. Osim aplikacije Musical.ly postojala je i platforma pod imenom Vine. Vine je funkcionirao po sličnom konceptu kao i Musical.ly. Razlika je u tome što je Vine dopuštao snimanje videa dugih samo 6 do 7 sekundi te se sadržaj dijelio na Twitteru. Vine je ugašen 2017. godine zbog toga što su korisnici bili nezadovoljni ograničenošću duljine videa i zbog toga što nisu mogli zaraditi na sadržaju koji objavljuju te su iz toga razloga korisnici odlučili koristiti druge aplikacije. Kasnije, u 2020. godini, objavljen je Byte, nova verzija Vinea, ali platforma nije doživjela uspjeh zbog velike konkurencije – TikToka (Grgić, Kučiš 2021: 12–13).

Iako je TikTok doživio velik uspjeh, pogotovo u Indiji gdje je 700 milijuna korisnika skinulo TikTok aplikaciju na mobitele, Indija je prva zemlja koja je odlučila zabraniti TikTok pod optužbom širenja pornografije. Zbog sukoba Kine i Indije oko granice u lipnju 2020. godine TikTok je službeno zabranjen u Indiji i optužen je za špijunažu. U Americi su nakon toga krenule tvrdnje da je TikTok „kinesko špijunsko oružje, koje prikuplja previše podataka za potrebe kineskih komunističkih vlasti“ (Grgić, Kučiš 2021: 14). Američki je političar Donald Trump tijekom svojega predsjedničkog mandata u 2020. godini pokušao zabraniti TikTok aplikaciju u Americi jer je smatrao da je TikTok prijetnja nacionalnoj sigurnosti te da narušava privatnost korisnika aplikacije. Naime, u ožujku 2024. godine Donald Trump odlučio je napraviti svoj TikTok račun kako bi mogao lakše komunicirati s Amerikancima. Navodi da je aplikacija i dalje prijetnja



nacionalnoj sigurnosti, ali da bi zabrana TikToka u Americi ojačala Facebook koji Trump inače smatra neprijateljem ljudi zajedno s drugim medijima.<sup>1</sup>

Statistike su pokazale da je 45 minuta dnevno prosječno vrijeme koje osoba provede na TikToku (Grgić, Kučiš 2021: 20). TikTok dobio je svjetsku pozornost u 2019. godini kada je objavljen kratki video od 15 sekundi u kojem su Haribovi gumeni medvjedići otpjevali Adelinu pjesmu „Someone Like You“. Naime, u tom videu „jedan crveni medvjedić od želatine poveo je zbor od nekoliko ispražnjenih vrećica, a rezultat je prvi viralni hit TikToka koji je milijun lajkova skupio gotovo odmah“ (Grgić, Kučiš 2021: 8–9). Društvena mreža TikTok doživjela je popularizaciju tijekom pandemije koronavirusa u 2020. godini, „kada su mnogi našli utjehu (ali i slobodno vrijeme) u „tiktokanju“, stvarajući prave male utopijske svjetove plesa i smijeha u trajanju od tri do 15 sekundi, *cupcakeove* za instant-zalogaj uvijek dostupne zabave“ (Grgić, Kučiš 2021: 9).

Brojni su ljudi upravo s pomoću TikToka izgradili karijeru i stekli slavu. Jedna je od najpoznatijih TikTokerica Addison Rae Easterling koja ima preko 88 milijuna *followersa*, a karijeru je započela u 2019. godini kada je objavila video u kojem pleše. Osim Addison Rae na listi najuspješnijih TikTokera nalaze se i Charli D'Amelio, Dixie D'Amelio, Loren Gray, Josh Richards, Michael Le i Spencer X (Grgić, Kučiš 2021: 22–27). Popularne su i zajedničke influencerske kuće u kojima živi skupina influensera sa svrhom stvaranja sadržaja, a nerijetko te kuće posjeduju poznate osobe poput Rihanne i Belle Thorne. Neke su od najpoznatijih kuća *Byte Squad*, *Clubhouse*, *Clubhouse Next*, *Fenty Beauty House*...

TikTok se smatra jednom od najpopularnijih društvenih mreža u svijetu. TikTok ima preko 2,05 milijardi aktivnih korisnika u svijetu u 2024. godini.<sup>2</sup> Prema podacima iz travnja 2024. Hrvatska broji 1,25 milijuna aktivnih korisnika.<sup>3</sup> Među hrvatskim i regionalnim TikTokerima izdvajaju se Splitska Ana Nicole Vrdoljak koja često objavljuje putopise, Dario Marčac koji je organizator prvog Tiktok *meet-upa* u Hrvatskoj. Zatim poznati lovac Dean Kotiga, putopisni bloger Kristijan Iličić, Petra Dimić koja je poznata osim TikToka i na Instagramu i YouTubeu te brojni drugi (Grgić, Kučiš 2021: 162–165).

---

<sup>1</sup> Donald Trump joins TikTok despite previously wanting ban <https://www.bbc.com/news/articles/cyjj08vvz43o> (Pristupljeno 4. lipnja 2024.).

<sup>2</sup> TikTok User Statistics 2024 (Global Data) <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/> (Pristupljeno 4. lipnja 2024.).

<sup>3</sup> TIKTOK: PLATFORMA KOJA OSVAJA SVIJET <https://akterpublic.hr/blog/tiktok-platforma-koja-osvaja-svijet> (Pristupljeno 4. lipnja 2024.).

## 2.1. *Algospeak*

TikTok postao je izvor novih riječi i izraza od kojih je nastao novi jezik – *algospeak*. Brza rasprostranjenost i popularnost TikTok slenga najviše su doprinijele razvoju *algospeaka*. U *Washington postu* *algospeak*<sup>4</sup> se definira kao kodne riječi ili obrati fraza koje su korisnici „posvojili“ kako bi stvorili siguran leksikon s pomoću kojega će izbjeći brisanje objava ili niže rangiranje videozapisa zbog automatiziranog moderiranja sadržaja. TikTok u smjernicama zajednice navodi da se automatiziranim moderiranjem sadržaja pokušava postići sigurnost, pouzdanost i dinamičnost na platformi.<sup>5</sup> Kombiniraju se različiti sigurnosni pristupi kao što su uklanjanje nedopuštenog sadržaja, ograničavanje sadržaja koji nije prikladan za mlade, onemogućavanje sadržaja opcije FYF koji ne ispunjava TikTok standarde preporuka te osnaživanje zajednice informacijama, alatima i resursima.<sup>6</sup>

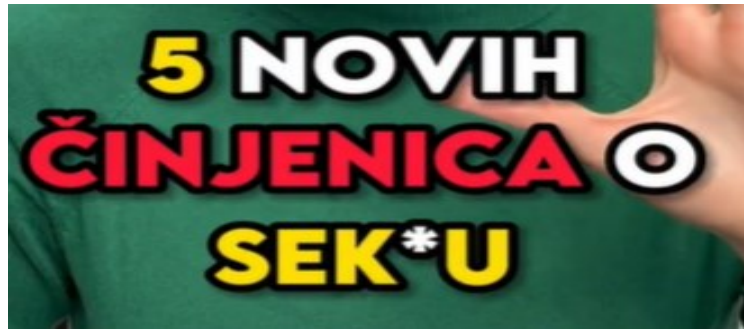
U *algospeaku* česta je uporaba zvjezdica, točaka, brojeva, *emojija* i sinonima. U nastavku slijede primjeri *algospeaka* na TikToku.



<sup>4</sup> Internet ‘algospeak’ is changing our language in real time, from ‘nip nops’ to ‘le dollar bean’ <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/04/08/algospeak-tiktok-le-dollar-bean/> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.).

<sup>5</sup> Smjernice zajednice <https://www.tiktok.com/community-guidelines/hr/> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.).

<sup>6</sup> Isto.



Dragutin

pa sam si izabral k...r.vu

2023-12-6    Odgovori

♡ 1



j\*\*\*\*\* te večera

5-22    Odgovori

♡



Malaaa ❤️

Jeb.. te Dragan vise 🍺🍺

5-19    Odgovori

♡ 42



am\_ir7

a jesi dosadila je bo te dragan

5-20    Odgovori

♡ 1



bolje .ebe @!

2023-4-14    Odgovori

♡



[.-.]


a zasto ti samo o tom se\*\*u

2023-4-16    Odgovori

♡



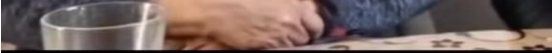
 Roman Barber 🤔  
Šta si zapeo za tim ku\*\*evi\*\*ma jbt 😂😂  
2023-4-18    Odgovori    ❤️    💬

 koliko si ih po...ila do sad?  
1-20    Odgovori    ❤️ 2    💬


 Darmar9  
sestru da mu iz""m ja..  
6-7    Odgovori    ❤️    💬


 Rio  
Al ga vozi koks  
2021-8-10    Odgovori    ❤️ 18    💬

myfakelifeee · 2021-1-25    16  
OVO JE MOJ STAV ZA ✍️ . KOJI JE VAS  
STAV 🤔? #korona #balkan    ➡️  
9

  
**PA...PU\_IM**

**ZA NAJBOLJU** 🤩  
**SVAKI DAN**

 Milica Jakovljevic  
tiho "mš" je reklo sve 🤔  
3-29    Reply    ❤️  
11

 whoami  
30god patn\*e je li dosta ili cemo jos?  
3-30    Reply    ❤️  
0

*Algospeak* se vrlo brzo širi društvenim mrežama te se sve češće koristi sa svrhom izbjegavanja automatiziranog moderiranja sadržaja na društvenim mrežama kao što su TikTok, YouTube, Instagram i Twitch. Kreatori TikTok sadržaja osmišljavaju nove riječi kako bi mogli izbjeći moderiranje sadržaja i zadržati objave, ali kako je *algospeak* sve više popularan i „zamjenske riječi“ ulaze u sleng, korisnici moraju biti sve kreativniji kako bi izbjegli filtere. Neki korisnici vjeruju da se čak i „zamjenske riječi“ filtriraju. Svrha jezika poput *algospeaka* jest izbjegavanje moderiranja te zadržavanje kreativnog prostora za korisnike. Zbog otpora moderiranju sadržaja riječi polako postaju dio žargona.

Karakteristike *algospeaka* zapravo su značajno slične argotu, odnosno jeziku kojim se služi određeni tip ili grupa ljudi. Argot<sup>7</sup> je jezik koji je karakterističan za specifičnu grupu. Može biti neki tip slenga, tehnički jezik ili kod. *Algospeak* i argot mogu se usporediti jer su oba jezika poznata samo jednoj grupi ljudi i nitko izvan te grupe ne može razumjeti jezik. Razlika između *algospeaka* i argota je u tome da je *algospeak* rasprostranjeniji od argota te se argot smatra više nekim tipom tajnog jezika.

---

<sup>7</sup> Argot <https://www.vocabulary.com/dictionary/argot> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.).

### 3. Razlozi nastanka novih riječi na TikToku

Kako bi se istinski razumio jezik na TikToku, potrebno je detaljnije istražiti same riječi koje se pojavljuju na toj društvenoj mreži. Brojne riječi na TikToku zapravo su nastale iz različitih razloga. Prema Muhvić-Dimanovski (2005) izdvajaju se sljedeći razlozi:

1. potreba su za imenovanjem novih predmeta i pojava

npr. **imati drip** = imati (modni) stil, lijepo se obući

*Imaš dobar drip.*<sup>8</sup>

**verifikacija** = potvrda identiteta, a često i simbol statusa<sup>9</sup>

*Dobio si verifikaciju*<sup>10</sup>

**lajv** = prijenos uživo

*Vidjela sam te u lajvu od domagojaa*<sup>11</sup>

**stitch** = videozapis koji korisnik kombinira s drugim videozapisom na TikToku<sup>12</sup>

*čekam Plenkovićev stitch na ovo ahahahahahaha*<sup>13</sup>

**edit** = uređeni videozapis

*jako los edit, previse se isticu osobe koje to rade iza tebe ali svaka cast za*

*ideju* 🙌🙌<sup>14</sup>

**credit** = odati priznanje

*Mogls si bar dat credit!* 😊<sup>15</sup>

**stan tour** = obilazak stana

---

<sup>8</sup> Primjer je pronađen u videu „Znaš li ove izraze?“

<https://www.tiktok.com/@zagrebinfo/video/7320248096577916192> (Pristupljeno 3. svibnja 2024.).

<sup>9</sup> Paid verification explained: Everything you need to know <https://www.techtarget.com/whatis/feature/Paid-verification-explained-Everything-you-need-to-know> (Pristupljeno 24. lipnja 2024.).

<sup>10</sup> Primjer je pronađen u videu „Spasio sve zavjese...“

[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7377038529353846048](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7377038529353846048) (Pristupljeno 24. lipnja 2024.).

<sup>11</sup> Primjer je pronađen u videu „Ograničenja nema 🙌🙌“

[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7365910543217069344](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7365910543217069344) (Pristupljeno 24. lipnja 2024.).

<sup>12</sup> Stitch <https://support.tiktok.com/hr/using-tiktok/creating-videos/stitch> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>13</sup> Primjer je pronađen u videu „#stitch with @Andrej Plenković smijati se ili plakati, pitanje je sad...“

[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7351804992367512864](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7351804992367512864) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>14</sup> Primjer je pronađen u videu „🙌🙌🙌“ <https://www.tiktok.com/@saamopetraa3/video/6948851048031227142> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>15</sup> Isto.

*Di je stan tour*<sup>16</sup>

**highlight** = vrhunac ili najznačajniji događaj

*Kaži nam u komentarima svoj **highlight** godine!*<sup>17</sup>

2. dodavanje novih naziva već postojećima u svrhu ekspresivnosti (derogacija, vulgarnost, šaljivost), stilistike (žargon) ili pragmatike (estetika, pomodni trendovi ili trenutačne inspiracije)

npr. **screen time** = vrijeme uporabe zaslona

*Koji ti je **screen time** na mobitelu? – Sedam sati.*<sup>18</sup>



**outfit** = odjevna kombinacija

*Koliko košta tvoj **outfit**?*<sup>19</sup>

**hack** = savjet

*Najbolji **hack**   za zavjese *<sup>20</sup>

**movie night** = filmska večer

* pov: ja koji odlučim imati **movie night** pa završim na istoj seriji koju sam već religiozno pogledao milijun puta *<sup>21</sup>

**influenced** = biti pod utjecajem

*nakon magične dm-ove spužve, im **influenced** again *<sup>22</sup>

**respekt** = poštovanje

---

<sup>16</sup> Primjer je pronađen u videu „Svi kućanski hackovi su dobrodošli u komentarima“  
<https://www.tiktok.com/@saamopetraa3/video/7365567134795140384> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>17</sup> Primjer je pronađen u videu „Top 10 događaja ove nastavne godine“  
[https://www.tiktok.com/@srednja\\_hr/photo/7383359793920068896](https://www.tiktok.com/@srednja_hr/photo/7383359793920068896) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).


<sup>18</sup> Primjer je pronađen u videu „A koji je vaš screen time?“  
<https://www.tiktok.com/@dnevno.hr/video/7291666296293412128?q=screen%20time%20hrvatska&t=1715699793149> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.).

<sup>19</sup> Primjer je pronađen u videu „Je li vaš najbolji outfit skuplji ili jeftiniji od ovih?“  
<https://www.tiktok.com/@dnevno.hr/video/7355861028300786976> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.).

<sup>20</sup> Primjer je pronađen u videu „Spasio sve zavjese...“  
[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7377038529353846048](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7377038529353846048) (Pristupljeno 24. lipnja 2024.).

<sup>21</sup> Primjer je pronađen u videu „Zašto se uvijek ovo dogodi?“  
[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7375210385491627297](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7375210385491627297) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).


<sup>22</sup> Primjer je pronađen u videu „IKEA hack zvan SAVRŠENSTVO“  
[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7354033635265203489](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7354033635265203489) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

moj **respekt** za vas od sada <sup>23</sup>


**fleksati** = praviti se važan<sup>24</sup>

Ja kad se **fleksam** sa užinom<sup>25</sup>

**i'm obsessed** = biti vrlo zadivljen

Kakaavv stann ... **i'm obsessed** <sup>26</sup>


**benger** = pjesma koja je hit

odkad 24 sata slusa ove **bengere** <sup>27</sup>

**hendlati** = nositi se, izaći na kraj

Misliš da bi mogla **hendlati** predavanja i seminare i sve to ostalo?<sup>28</sup>

**hejtati** = ne simpatizirati koga<sup>29</sup>

Šta ovog lika svi **hejtaju**? I rođ mi je u nedjelju i briga me za izbore <sup>30</sup>


### 3. povijesni, politički i drugi društveni izvanjezični razlozi

npr. **lider** = vođa

---

<sup>23</sup> Primjer je pronađen u videu „  “ <https://www.tiktok.com/@saamopetraa3/video/6948851048031227142> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>24</sup> Flex, flexing, fleksati – čuli ste ali ne znate što to znači? <https://www.itnovosti.com/191275-flex-flexing-fleksati-culi-ste-ali-ne-znate-sto-to-znaci> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>25</sup> Primjer je pronađen u videu „Jedite slatkou zivite kratkou JEEEE “ <https://www.tiktok.com/@mrAle24/video/7296159494357273889> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>26</sup> Primjer je pronađen u videu „Odužilo se čišćenje, tako da part 2 sutra“ <https://www.tiktok.com/@saamopetraa3/video/7365175878638210337> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>27</sup> Primjer je pronađen u videu „Države s najviše neradnih dana u godini“ <https://www.tiktok.com/@24sata/photo/7383749837012962593> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>28</sup> Primjer je pronađen u videu „Kako vi usklađujete studij i posao?“ [https://www.tiktok.com/@srednja\\_hr/video/7383016377256316193](https://www.tiktok.com/@srednja_hr/video/7383016377256316193) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>29</sup> Pišković, Tatjana Hrvatsko rječotvorje na društvenim mrežama // Periferno u hrvatskom jeziku, kulturi i društvu / Bońkowski, Robert ; Lukić, Milica ; Mićanović, Krešimir et al. (ur.). Katovice: Wydawnictwo Uniwersytetu Ślaskiego, 2021. str. 67-94 doi: 10.31261/PN.4038.06. <https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/706762> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>30</sup> Primjer je pronađen u videu „Tko želi odmor od sat i pol?“ [https://www.tiktok.com/@srednja\\_hr/video/7376639232879758625](https://www.tiktok.com/@srednja_hr/video/7376639232879758625) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).



*Veliki svjetski lideri čestitali Plenkoviću nakon pobjede Hrvatske*<sup>31</sup>

*selfie kraljica* = žena koja objavljuje puno selfija<sup>32</sup>

*Onaj koji je selfie kraljica*<sup>33</sup>

*big match* = veliki meč/susret

*big match* godine, Plenki vs Milanovic<sup>34</sup>

*housing* = stambena politika

*prvo što mi je palo na pamet je bio housing, odnosno, engleski termin za stambenu politiku, točnije za probleme vezane uz unajmljivanje i iznajmljivanje stanova i tako to.*<sup>35</sup>

*politička prostitucija* = korištenje sredstava jednog kandidata za korist njegovih suparničkih kandidata

*Politička prostitucija. Fuj*<sup>36</sup>

Jedan je od glavnih razloga sama pojava društvene mreže TikTok. Na toj društvenoj mreži korisnici imaju slobodu izražavanja, a sam izgled aplikacije, algoritam i sadržaji koji se tamo objavljuju utječu na stvaranje novih riječi. O koliko se velikoj količini novih riječi radi, dokazuje samo postojanje *online* rječnika TikTok izraza. Na primjer *Večernji list* objavio je članak pod nazivom „Znate li što je POV? Ovo su TikTok kratice koje trebate znati ako želite biti u trendu.“

---

<sup>31</sup> Primjer je pronađen u videu „Veliki svjetski lideri čestitali Plenkoviću nakon pobjede Hrvatske“ <https://www.tiktok.com/@vecernjilist/video/7175223789456739590?q=plenkovic%20lider&t=1715701695952> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.).

<sup>32</sup> *Selfie* je prema definiciji „novi engleski pojam za formu autoportretne fotografije. To je fotografija na kojoj je osoba fotografirala samu sebe ili s drugim osobama držeći fotoaparat, mobilni telefon ili pametni telefon pritom ih ne odloživši iz ruke.“ [https://hr.wikipedia.org/wiki/Selfie#cite\\_note-prikazi-1](https://hr.wikipedia.org/wiki/Selfie#cite_note-prikazi-1) (Pristupljeno 14. svibnja 2024.).

<sup>33</sup> Primjer je pronađen u videu „Označi nekoga tko odgovara opisu“ <https://www.tiktok.com/@zagrebinfo/video/7361797020471856417> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.).

<sup>34</sup> Primjer je pronađen u videu „#stitch with @Andrej Plenković smijati se ili plakati, pitanje je sad...“ [https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7351804992367512864](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7351804992367512864) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>35</sup> Primjer je pronađen u videu „Imate li vi sreće s pronalaženjem stanova?“ [https://www.tiktok.com/@srednja\\_hr/video/7378549157876829472](https://www.tiktok.com/@srednja_hr/video/7378549157876829472) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<sup>36</sup> Primjer je pronađen u komentarima ispod videa „Jeli Domovinski pokret prevario birače?“ <https://www.tiktok.com/@politika.hr/photo/7366979298638515488> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

U tom članku pojašnjavaju se kratice poput *POV*, *TBT*, *IRL*, *CEO* te riječi *slay*, *rizz*, *noob* i *drip*.<sup>37</sup> Iako neki ljudi možda ne koriste društvenu mrežu TikTok, s pomoću takvih članaka i *online* rječnika oni i dalje mogu biti uključeni u „svijet TikTok izraza“ koji je inače rezerviran samo za njegove korisnike. Naime, osobe koje nisu upoznate s TikTok izrazima nisu nužno starije dobi, nego to mogu biti i osobe koje nisu korisnici TikToka ili osobe koje jesu korisnici TikToka, ali se dosad nisu susrele s određenim izrazom.

TikTok je društvena mreža na kojoj se svakodnevno objavljuju milijuni videozapisa te je iz tog razloga vrlo teško biti upoznat sa svim novim trendovima ili riječima, kraticama i izrazima koji su nastali u tako kratkom vremenu. Jedna od karakteristika TikToka upravo je viralnost. Često se događa da preko noći određeni videozapisi, plesovi ili izrazi postanu viralni, odnosno postanu vrlo popularni i dobiju milijune pregleda u rekordnom vremenu.<sup>38</sup> TikTok je sam svojim dizajnom i grupom korisnika stvorio okruženje, ali i jezik koji je dostupan ili ponajprije namijenjen samo korisnicima TikToka. Takvo okruženje isključuje sve druge osobe koje ne koriste tu društvenu mrežu i to je razlog zbog kojega se pišu članci poput navedenoga iz *Večernjeg lista*.

Društvena grupa ili društvena skupina definira se kao „skup ljudi koji se nalaze u razmjerno stalnoj i redovitoj interakciji, koja pridonosi razvijanju zajedničkog identiteta, odnosno osjećaja »mi«, osjećaja pripadnosti i razlike prema drugima (»oni«).“<sup>39</sup> Ljudska je težnja pripadnost grupi ili skupini, a upravo je to situacija u kojoj ljudi teže k pripadnosti grupi korisnika i to ne samo grupi korisnika TikToka, nego i grupi korisnika svojevrsnoga jezika. Andre Martinet naziva jezik metaforički kao „sredstvo ili instrument“ te navodi da je „bitna funkcija takva sredstva (fr. *instrument*) kakvo je (stanovit konkretan) jezik, [jest] funkcija komunikacije (fr. *communication*): francuski je, na primjer, prije svega sredstvo koje ljudima »francuskog jezika« omogućuje da stupe u svezu jedni s drugima.“ (Martinet 1982: 3) Roman Jakobson također ističe komunikaciju kao bitnu funkciju jezika: „Jezik se tumači u prvome redu kao sredstvo za komunikaciju, a njegova se struktura analizira u svjetlu svrha kojima on i njegove sastavnice služe.“ (Jakobson 2008: 83) Naime, Jakobson osim komunikacijske funkcije navodi šest drugih funkcija jezika jer kaže da „teško bismo mogli naći verbalne poruke koje bi imale samo jednu funkciju.“ (Jakobson 2008: 109) Uzimajući u obzir da je osnovna i primarna funkcija jezika komunikacija, društvena mreža TikTok zapravo narušava tu funkciju jezika svojim virtualnim okruženjem koje prelazi granicu u

---

<sup>37</sup> Članak je dostupan na ovoj poveznici: <https://novac.jutarnji.hr/novac/tiktok/znate-li-sto-je-pov-ovo-su-tiktok-kratice-koje-trebate-znati-ako-zelite-biti-u-trendu-15440324> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.).

<sup>38</sup> The Unique Vitality of TikTok: Unraveling the Virality and Community Conundrum <https://medium.com/@raycombs0904/the-unique-vitality-of-tiktok-unraveling-the-virality-and-community-conundrum-f30ce7b96dcc> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.).

<sup>39</sup> društvena grupa <https://www.enciklopedija.hr/clanak/drustvena-grupa> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.).

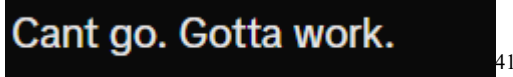
stvarno okruženje. Dolazi do situacija u stvarnome životu gdje osobe koje su korisnici TikToka koriste u svome govoru TikTok izraze i na taj način svojim govorom, odnosno verbalnom komunikacijom isključuju osobe koje nisu korisnici TikToka i koje iz tog razloga ne razumiju TikTok izraze. Takva je komunikacija narušena i jezik ne uspijeva izvršiti svoju primarnu funkciju.

Ponekad jezična granica između virtualnog i stvarnog okruženja nije razvidna jer se broj TikTok izraza u svakodnevnom govoru stalno povećava. Postavlja se pitanje, trebaju li izrazi s društvenih mreža prelaziti virtualnu granicu u stvarno okruženje i koristiti se u svakodnevnoj komunikaciji znajući da će ona isključiti određen broj osoba ili takvi izrazi trebaju ostati samo u virtualnome okruženju među korisnicima kojima su ti izrazi i namijenjeni. Je li takva komunikacija svrhovita i uspješna odnosno ima li funkciju? Mikić Čolić (2021: 24) navodi da uspješna komunikacija podrazumijeva „primjereno jezično izražavanje u društvenome okruženju koje, osim jezičnoga znanja (ili jezične kompetencije), podrazumijeva i sociolingvistiku kompetenciju – znanje o tome kako započeti i završiti razgovor, kako biti uljudan – te stratešku kompetenciju, odnosno znanje kako učinkovito organizirati govor.“ U ovome slučaju, uporaba TikTok izraza u komunikaciji zapravo je neprimjerenost u odabiru jezičnih elemenata zbog koje je ta komunikacija neuspješna. Iako je sociolingvistička i strateška kompetencija primjerena, dovoljan je jezični element poput TikTok izraza *drip* koji će narušiti uspješnu komunikaciju. Roman Jakobson nasljeđuje od Karla Bühlera, njemačkog psihologa, trodijelnu shemu govornoga događaja: govornik, primatelj, referent, a dodaje kao četvrtu odrednicu i poruku (Jakobson 2008: 111–112). Govorni događaj odvija se upravo na ovaj način: „Pošiljatelj šalje poruku primatelju. Da bi bila djelotvorna, poruka iziskuje kontekst na koji se odnosi („referent“ u jednoj drugoj, pomalo dvosmislenoj nomenklaturi), koji je shvatljiv primatelju i koji je bilo verbalan bilo takav da se može verbalizirati; zatim kod koji je u cijelosti ili bar dijelom zajednički pošiljatelju i primatelju (ili, drugim riječima, koderu i dekoderu poruke); i, naposljetku, kontakt – fizički kanal i psihološku vezu između pošiljatelja i primatelja – koji obojici omogućuje ulazak u komunikaciju i ostajanje u njoj.“ (Jakobson 2008: 109) S pomoću opisa samoga govornog događaja može se zaključiti da je razlog neuspješne komunikacije koja sadrži TikTok izraze nejasnoća poruke primatelju ili pošiljatelj poruke nije uputio poruku primatelju kojemu će ta poruka biti shvatljiva. Svi su čimbenici govornoga događaja važni jer određuju različitu funkciju jezika, odnosno omogućuju uspješnu komunikaciju (Jakobson 2008: 109).

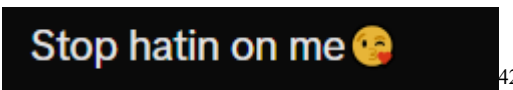
### 3.1. Svrha jezika na TikToku

Svrha je jezika na TikToku povezivanje i ostvarivanje komunikacije među korisnicima. Jezik je na TikToku specifičan i konstantno donosi promjene i novine u jezik – od stvaranja novih riječi zbog različitih pojava i trendova koje je potrebno imenovati pa sve do mijenjanja i skraćivanja riječi zbog izbjegavanja automatiziranog moderiranja sadržaja. Jezik na TikToku također omogućava korisnicima slobodu izražavanja.

Jezik na TikToku omogućava korisnicima brz i učinkovit pristup informacijama. S pomoću pjesama, skečeva i izazova korisnici imaju priliku istraživati i učiti strane jezike. Gramatiku i vokabular mogu savladati upravo na taj način.<sup>40</sup> No, zbog stvaranja okruženja u kojemu su gramatičke pogreške i zatipci prihvatljivi, postoje i nedostaci korištenja takvoga jezika. Primjerice, ako korisnik koristi TikTok za učenje stranog jezika, postoji mogućnost da će krivo naučiti kako se neka riječ piše ili izgovara zbog česte uporabe slenga i žargona na platformi. Na primjer glagol *can't* (ne moći) često se piše bez apostrofa *cant* ili se u glagolima često izostavlja glas *g* na kraju riječi pa se tako glagol *hating* (mrziti) piše kao *hatin*.



Cant go. Gotta work. <sup>41</sup>



Stop hatin on me 🙄 <sup>42</sup>

Još jedna svrha jezika na TikToku jest pružanje osjećaja zajedništva i povezanosti što pozitivno utječe na „emocionalnu dobrobit mnogih korisnika“ (Jelavić Mitrović 2023: 20). Na primjer u opisu jednog videa koji je vezan uz utakmice Hrvatske na Europskom prvenstvu u nogometu piše sljedeće „MI SMO HRVATI!!! ZAPAMTITE JOS NIJE GOTOVO!!!“<sup>43</sup> Također, nastale su brojne kratice i izrazi vezani uz „borbe protiv diskriminacije, rasizma i drugih društvenih problema“, ali i prosvjedi i akcije za društvene promjene (Jelavić Mitrović 2023: 20). Na primjer izraz „Budi mRAK!“ odnosi se na „javnozdravstveni projekt udruge studenata medicine CroMSiC

<sup>40</sup> Globalna učionica: Novi pristupi učenju stranih jezika putem TikTok aplikacije <https://novac.jutarnji.hr/novac/tiktok/globalna-ucionica-novi-pristupi-ucenju-stranih-jezika-putem-tiktok-aplikacije-15450481> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.).

<sup>41</sup> <https://www.tiktok.com/@waynecountylyfe/video/7257634284427726126> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

<sup>42</sup> <https://www.tiktok.com/@diegovalladares52/video/7236564981381385518> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

<sup>43</sup> Primjer je pronađen u videu na sljedećoj poveznici: <https://www.tiktok.com/@zvonemusic/video/7382982571937844513> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

usmjeren na edukaciju o prevenciji i cijepljenje protiv HPV-a.“<sup>44</sup> Tako je nastao hashtag #budimrak koji se koristi na TikToku sa svrhom poticanja na cijepljenje protiv HPV-a.



Naposljetku, jezik na TikToku omogućava globalnu povezanost i razmjenu ideja pomoću kojih ljudi mogu steći veće razumijevanje i toleranciju za različite kulture i običaje diljem svijeta (Jelavić Mitrović 2023: 20–21). Na primjer u videozapisu „Ovo je 8 savjeta koje bi dala svakome tko ide prvi put u New York“<sup>45</sup> kreatorica Ana govori o cijenama i napojnicama u New Yorku te upozorava na moguće opasnosti.

### 3.2. Utjecaj TikTok slenga

Utjecaj jezika na TikToku vidljiv je u raznim područjima života, a posebno se očituje u društvenom aspektu života pojedinca. Ipak, važno je zapamtiti primarnu funkciju jezika, čak i u virtualnome svijetu. Ulfah (2022) navodi da kada je riječ o društvenoj svrsi jezika, najkritičniji je aspekt jezik kojim komuniciraju individualci. Uspješnost komunikacije upitna je zbog nerazumljivih poruka (TikTok sleng) između pošiljatelja (kreator TikTok sadržaja) i primatelja (korisnik TikToka). Popularnost slenga na TikToku može se objasniti s pomoću pojma individualnosti. Ulfah (2022) spominje da ljudi koriste sleng zato što su to individualci koji teže jedinstvenosti. Oni pretpostavljaju da će sleng biti često korišten zbog odražavanja društvene zajednice te zato što je *cool* i *trendy*. Ako riječ sadrži određene karakteristike slenga, to znači da se onda može klasificirati kao sleng.

Pojam individualnosti i problem u uspješnosti komunikacije povezani su. Naime, svaki kreator TikTok sadržaja želi biti jedinstven i popularan te zato objavljuje sadržaj koji sadrži sleng. Kreator očekuje da će na taj način stvoriti zbunjenost među korisnicima jer će oni pokušavati razumjeti sadržaj, uključujući korišteni sleng. Takav način korištenja slenga podiže kreatorovu

<sup>44</sup> Budi mRAK! <https://budi-mrak.com/> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

<sup>45</sup> „Ovo je 8 savjeta koje bi dala svakome tko ide prvi put u New York“ [https://www.tiktok.com/@anamihaljevic\\_/video/7301698497080855840?q=ovo%20je%208%20savjeta%20koje%20bi%20dala&t=1719397887686](https://www.tiktok.com/@anamihaljevic_/video/7301698497080855840?q=ovo%20je%208%20savjeta%20koje%20bi%20dala&t=1719397887686) (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

popularnost te upravo zbog toga velik broj kreatora koristi sleng u svojim videozapisima. Na primjer kreator ko.je.niko u svome videozapisu „najveci guilty pleasure su mi grwm videi tbh“<sup>46</sup> koristi sleng *ekipa*, *get ready with me*, *skin care*, *late brunch*, *full paše*, *čekirajte*, *final look*, *guilty pleasure*, *tbh*... Ne razumijevajući sadržaj te komentirajući o tome na objavi kreatora, korisnici zapravo nesvjesno podižu broj interakcija na objavi. Može se reći da funkcija TikTok slenga nije komunikacija, nego podizanje kreatorove popularnosti na platformi. To se može smatrati jednom od TikTok tajni koja omogućava brojnim kreatorima veliki uspjeh koji ne bi bio prisutan bez specifičnoga jezika na TikToku i okretanja algoritma u vlastitu korist.

Kada se govori o utjecaju TikTok slenga, on je posebno prisutan na leksičkoj razini jezika. Naime, dolazi do širenja jezika jer u njega ulaze brojne nove riječi, najčešće posuđenice. To su na primjer riječi *folovati* (‘pratiti na društvenoj mreži’), *apdejtati* (‘ažurirati’), *lajkati* (‘označiti da se kome što sviđa na društvenoj mreži’), *komati* (‘komentirati’), *twitati* (‘koristiti Tweeter’), *hejtati* (‘mrziti’), *stalkati* (‘uhoditi koga putem društvene mreže’) (Palinić 2019: 30). Engleski jezik najveći je izvor TikTok slenga. Polako s vremenom engleski sleng na TikToku postaje dio hrvatskoga razgovornoga jezika mladih. Mladi često koriste TikTok sleng u pisanoj komunikaciji i na drugim društvenim mrežama koje nisu TikTok, poput Whatsapp, Instagrama, Facebooka i Youtubea. Na primjer na Whatsappu se koristi sleng poput *log* (‘logično’), *ln* (‘laku noć’), *dns* (‘danas’), *inst* (‘Instagram’), *nmvz* (‘nema veze’), *vcrs* (‘večeras’), *naci* (‘znači’), *ipk* (‘ipak’), *odl* (‘odlično’)... (Katić 2023: 25–26). Na Instagramu se koriste izrazi poput *instic*, *fejsic*, *stancic*, *friker*, *sigurica*, *likusa*, *druskat*, a na Facebooku izrazi kao što su *afterparty*, *ok*, *story*, *kakoe*, *nie*... (Katić 2023: 30–40). Na YouTubeu u komentarima ispod videozapisa „PREVARA SE MOŽE DOGODITI BILO GDJE“ kreatorice Nike Ilčić mogu se pronaći izrazi kao *podcast*, *lik*, *lajkk*...<sup>47</sup> Osim pisane komunikacije, TikTok sleng pojavljuje se i u usmenoj komunikaciji, najčešće u razgovorima mladih s vršnjacima. Navedene posuđenice nisu jedine novine u jeziku, nego su vrlo česte i skraćnice koje se također koriste u usmenoj komunikaciji što je zapravo neuobičajeno za taj tip komunikacije. Na primjer to su skraćnice *POV* (*Point of View*), *FYP* (*For You Page*), *stitch*, *duet*, *IRL* (*in real life*), *GOAT* (*Greatest Of All Time*), *NOOB*, *SLAY*, *DRIP*...<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> „najveci guilty pleasure su mi grwm videi tbh“

<https://www.tiktok.com/@ko.je.niko/video/7372903391577509152> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

<sup>47</sup> ”PREVARA SE MOŽE DOGODITI BILO GDJE” [https://www.youtube.com/watch?v=JN\\_hGdzR3e4](https://www.youtube.com/watch?v=JN_hGdzR3e4) (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

<sup>48</sup> Znete li što je POV? Ovo su TikTok kratice koje trebate znati ako želite biti u trendu <https://novac.jutarnji.hr/novac/tiktok/znate-li-sto-je-pov-ovo-su-tiktok-kratice-koje-trebate-znati-ako-zelite-biti-u-trendu-15440324> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

Utjecaj TikTok slenga nije ostao nezamijećen i od strane škola stranih jezika. Naime, škole stranih jezika poput *OMNIA Centra za strane jezike* ističu da je „razumijevanje ovih novih izraza ključno za stvaranje mosta između tradicionalnog učenja i digitalnog svijeta u kojem naši mladi učenici žive i komuniciraju.“<sup>49</sup> Također se navodi da je jezik dio svakodnevnice te da „slang nije samo način za mlade da izraze svoju individualnost – on također igra važnu ulogu u razvoju jezičnih vještina. Kroz upotrebu slenga, studenti postaju više uronjeni u jezik i kulturu, što olakšava učenje i pamćenje novih riječi i izraza“,<sup>50</sup> odnosno korištenje slenga pomaže pri učenju stranih jezika.

---

<sup>49</sup> Engleski slang na TikToku: Vodič kroz govor Generacije Z <https://omnia-jezici.com/engleski-slang-na-tik-toku-razumijevanje-govora-generacije-z/> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

<sup>50</sup> Isto.

## 4. TikTok i purizam

Purizam se „obično percipira kao odbojnost prema jezičnim elementima stranoga podrijetla te se stoga ocjenjuje kao jezična isključivost“ (Mikić Čolić 2021: 25). Purizam se još naziva „jezična kultura, purizam, jezično čistunstvo, planiranje jezika, jezično inženjerstvo, standardizacija te jezična točnost“ (Mikić Čolić 2021: 24). Katičić tumači purizam kao „svjesno ograničenje spontanosti koje nije različito od ostalih oblika kulture jer kultura je uvijek uvođenje oblika, reda i smisla prihvaćanjem sustavnih ograničenja koja se postavljaju mogućnostima spontanoga ponašanja“ (Mikić Čolić 2021: 25). Međutim, još jedno njegovo tumačenje purizma odnosi se na „odbijanje jezičnih sredstava, najčešće stranog podrijetla“ (Mikić Čolić 2021: 25). Osim navedenih riječi stranog podrijetla, „geografski i društveni dijalektizmi, arhaični izrazi te neologizmi“ također se ne prihvaćaju (Mikić Čolić 2021: 25). Integritet, samostalnost i nacionalna samobitnost glavni su razlozi „obrane“ jezika koja proizlazi iz izvanjezične potrebe, a ta obrana jezika može rezultirati zatvaranjem „prema mogućim izvorima jezičnoga proširivanja“ (Mikić Čolić 2021: 25–26).

Purizam ima četiri smjera shvaćanja. Prvo shvaćanje jest to da je purizam „ideja o apsolutnoj točnosti standardnoga jezika koju treba održavati“ (Mikić Čolić 2021: 27). Iduće je shvaćanje prema Aitchisonu (prema Mikić Čolić 2021: 27) i bavi se problematikom savršenstva u jeziku, odnosno purizam se shvaća kao „ideja o jeziku koji je nekada u prošlosti dosegnuo stupanj savršenstva te neprestano moramo tom savršenstvu težiti“. Nadalje, prema Dorianu (prema Mikić Čolić 2021: 27) purizam je „konzervativizam, odbijanje novoga, tj. težnja da se jezik vrati na neko staro ‘čisto stanje’“. Posljednje shvaćanje purizma prema Katičiću (prema Mikić Čolić 2021: 27) koji opisuje purizam kao jezičnu kulturu.

Purizam je proces koji obuhvaća sljedeće korake:

1. uočavanje „ugroženosti“ jezika
2. identifikacija elemenata koji ga ugrožavaju
3. čišćenje tekstova od ugrožavajućih elemenata
4. nastojanje da se preduhitri ulazak „prijetećih“ elemenata u jezik
5. zamjena uklonjenih elemenata prihvatljivim alternativama
6. recepcija zamjena
7. procjena uspješnosti cjelokupnoga procesa (Mikić Čolić 2021: 27).

Kako bi puristička intervencija bila uspješna, potrebna su tri činitelja – korektna tvorba, pravodobna ponuda i prihvatljivost jezičnoj zajednici (Mikić Čolić 2021: 26).




Sa stajališta zagovornika purizma i čistoće jezika TikTok izrazi ne bi trebali biti dio jezika jer su to najčešće riječi stranog podrijetla. TikTok se može nazvati alatom ili oružjem opiranja normi jer izrazi koji nastaju na toj društvenoj mreži vrlo se brzo šire i koriste u svakodnevnom govoru, pogotovo kod mlađe populacije. Trebaju li TikTok izrazi biti dio jezika ili se jezik treba „obraniti“ od njih?

TikTok izrazi korisni su u komunikaciji jer pridonose dinamičnosti (raz)govora, intrigiraju slušatelja i „u trendu su“, odnosno pokazuju pripadnost zajednici TikTok korisnika. Među korisnicima koji znaju značenje svih izraza takav tip komunikacije (koji uključuje TikTok izraze) omogućuje bržu komunikaciju i daje govornicima priliku za izražavanje kreativnosti. TikTok izrazi imaju svoju svrhu u jeziku, a jedna je od njih uvođenje zabave u jezik, odnosno ludizam. Takvi izrazi doprinose različitosti u govoru te posebno plijene pozornost slušatelja. Postojanje je TikTok izraza u jeziku opravdano jer postoji cijela zajednica govornika koja ih koristi, tako da se može reći da je još jedna njihova svrha ispunjavanje jezičnih zahtjeva zajednice o kojoj i Martinet govori: „Premda se svaki jezik u toku vremena mijenja, vidjet ćemo da je to u biti zato da bi se na najekonomičniji način prilagodio tome da zadovolji potrebe za komunikacijom u zajednici koja njime govori.“ (Martinet 1982: 3)

S druge strane, TikTok izrazi ograničavaju komunikaciju osobama koje nisu upoznate s tim izrazima, najčešće osobama starije životne dobi. Na primjer u videozapisu na TikToku pod nazivom „Kako vam se sviđa ovaj gen z rječnik?“<sup>51</sup> novinarka ispituje ljude na ulici znaju li značenje određenih TikTok izraza. Pitala je jednu gospođu zna li značenje izraza *rizz* na što je ona odgovorila „Ipak ja imam 50 i nešto godina...“ Također, TikTok izrazi su prolazni. Na primjer TikTok izrazi koji su bili popularni u 2020. godini za vrijeme pojave virusa COVID-19 poput *koronaš* i *socijalna distanca* više se ne koriste jer za to nema potrebe u tolikoj mjeri u kojoj je trebalo tada. Naime, riječ koja je bila popularna jedan mjesec može se smatrati idući mjesec zastarjelom, a govornici koji tu riječ i dalje koriste bit će smatrani osobama koje ne prate trendove. Komunikacija s pomoću TikTok izraza često zna biti kratka jer se koriste skraćenice poput *log*, *ln*, *dns*, *nmvz*, *vcrs*, *odl*, a takvi govornici zbog česte uporabe kratica i slenga mogu zaboraviti kako pravilno pisati standardnim hrvatskim jezikom kada je to potrebno. Pretjerano korištenje TikTok izraza u komunikaciji može dovesti do lošijeg znanja gramatike i pravopisa jer su često ljudi mlađe dobi izloženi više takvoj komunikaciji nego onoj koja odgovara standardima hrvatskoga jezika. Tako se Težak pita: „treba li unositi žargon u osnovnoškolski program i udžbenike kada mladi

---

<sup>51</sup> „Kako vam se sviđa ovaj gen z rječnik?“   
<https://www.tiktok.com/@zagrebinfo/video/7310971799544630561?q=gen%20z%20rje%C4%8Dnik&t=1719470520145> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

ionako više ne znaju reći da je nešto odlično, izvrsno, divno, izvanredno, prekrasno, sjajno, veličanstveno, čudesno, čarobno. Za njih je sve super – pjesma, film, auto, mačka.“ (Težak, 1991: 26 prema Mioč, 2015) Na primjer, ponekad se događa da govornici nehotice na nastavi hrvatskoga jezika koriste TikTok izraze što je neprihvatljivo. Težak kaže sljedeće o žargonu i nastavi: „Mjesta mu nema u poslovnim razgovorima i pismama, znanstvenim, stručnim, ozbiljnim raspravama i studijima (osim ako nije njihov predmet) pa ni u nastavi gdje učenicima treba dati uzoran jezik koji će nasljedovati.“ (Težak 1991: 30 prema Mioč 2015) Međutim, kasnije Težak navodi da dijalekt i žargon ne trebaju biti izopćeni iz škole, nego da učenicima treba ponuditi izbornu nastavu Hrvatskoga jezika gdje će moći učiti o žargonu (Težak 1996: 27–28 prema Mioč 2015; Težak 1991: 122 prema Mioč 2015). Ono što se želi poručiti jest da govornici trebaju uzeti u obzir situaciju, govornika i okruženje te procijeniti je li komunikacija TikTok izrazima primjerena.

#### 4.1. Neologizmi

Neologizmi su riječi koje se smatraju novima i neuobičajenima. Naime, „riječ postoji kao neologizam sve do onoga trenutka dok nije postala uobičajena, odnosno kada se više ne doživljava kao nova, nakon čega ulazi u rječnik“ (Mikić Čolić 2021: 17). Riječi poput *drip*, *outfit* i *screen time*, koje su navedene u poglavlju *Razlozi nastanka novih riječi na Tiktoku*, primjeri su neologizama u hrvatskome jeziku. Neki su od načina nastanka neologizama posuđivanje (najčešći način), preuzimanje riječi iz pasivnog leksika ili arhaizama, stvaranje kratica i njihova leksikalizacija. Riječ prestaje biti neologizam kada se prestane „osjećati njezina svježina i novost. Dobro oblikovani neologizmi brzo gube spomenute predznake te postaju dijelom općeuporabnoga leksika“ (Mikić Čolić 2021: 19). Postoje različiti pristupi neologizmima, a to su povijesni, stilistički, strukturalistički, leksikografski i denotativni (Mikić Čolić 2021: 19).

Što se tiče razloga nastanka neologizama, glavni razlog za pojavu neologizama različite su promjene u društvu (materijalne ili intelektualne), inovacije, otkrića ili ratovi koji zahtijevaju nove riječi u jeziku. Na primjer, pojava virusa COVID-19 u 2020. godini donijela je mnoštvo neologizama u jezik, upravo zbog potrebe komuniciranja o tom virusu i svim posljedicama koje su došle s njim. Tako su se pojavili neologizmi poput *koronaš*, *koronašica*, *koronafobija*, *koronamanija*, *koronamjere*, *koronašoping*, *infodemija*, *kovidiot*, *koronizacija*... (Mikić Čolić

2021: 9). Pojava društvene mreže TikTok također je jedan od razloga nastanka neologizama. Neki su od primjera *bussin*, *vibing*, *POV*, *OK boomer*<sup>52</sup> te će o njima biti kasnije više riječi.

Ljudi se često protive uvođenju novih riječi u jezik jer je to nešto novo što ljudima nije poznato. Ljudi imaju „puristički stav“ prema jeziku te žele u jeziku samo ono što mu već pripada. Riječi iz stranih jezika teško se prihvaćaju i potrebno je vremena da bi bile prihvaćene. Ljudi mlađe životne dobi lakše i brže prihvaćaju te riječi i češće ih koriste od ljudi starije životne dobi. Na primjer u 2020. godini čak su i ljudi starije životne dobi prihvatili neologizme vezane uz virus COVID-19 jer je to bilo vezano uz njihovo preživljavanje i opstanak. Rijetke su situacije kada će ih stariji ljudi prihvatiti osim ako se ne tiču njih samih ili u navedenom primjeru njihova opstanaka.

Iako je u ljudskoj prirodi ne prihvaćati olako promjene, pa i one u jeziku, promjene u jeziku i uvođenje novih riječi u jezik nužno je za opstanak jezika i komunikaciju. Neologizmi omogućuju fleksibilnost i adaptabilnost jezika, odnosno dokazuju prilagodljivost i fluidnost jezika.

---

<sup>52</sup> Primjer pronađeni u članku „Vodič kroz Gen Z rječnik - svi pojmovi koje morate znati!“ <https://joomboos.24sata.hr/prvi/vodic-kroz-gen-z-rjecnik-svi-pojmovi-koje-morate-znati-22219>

## 5. Jezik na društvenim mrežama

Jezik na društvenim mrežama obuhvaća sve komunikacijske obrasce na društvenim mrežama kao što su Facebook, Instagram, TikTok, X<sup>53</sup>, YouTube, WhatsApp i druge. Kako bi komunikacija na internetu uopće mogla biti uspostavljena, potrebno je zadovoljiti određene preduvjete kao što su pristup internetu, računalo ili mobilni telefon, telefonska linija, modem i softverski paket (Filipan-Žignić 2012: 22). Jezik na društvenim mrežama karakterističan je po tome što sadrži mnoštvo emotikona, skraćenica, aloglotskih elemenata i općenito posuđenica.



<sup>53</sup> Društvena mreža *Twitter* od 2023. godine ima novi naziv *X*. <https://www.tportal.hr/tehnolo/clanak/muskov-twitter-postao-je-x-a-mi-smo-se-prisjetili-njegova-slicnog-projekta-iz-1999-foto-20230725> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.).

David Crystal u svojim knjigama „Language and the Internet“ i „Internet Linguistics“ progovara o *netspeaku*. *Netspeak* ili jezik na internetu jest „lingvistička artikulacija u elektroničkoj pošti, pričaonicama i drugim oblicima“, odnosno tip jezika koji sadrži značajke jedinstvene internetu, a te značajke proizlaze iz karaktera interneta kao medija koji je elektronički, globalan i interaktivan (Filipan-Žignić 2012: 49). U nastavku će biti više riječi o jeziku na Facebooku, Instagramu i X-u.

## 5.1. Facebook

Facebook je jedna od najpoznatijih društvenih mreža. Mark Zuckerberg, bivši student Harvarda, osnovao ju je 2004. godine s ciljem povezivanja ljudi putem interneta (Filipan-Žignić 2012: 122). Budući da je „Facebook od početka 2011. s preko 645 milijuna korisnika diljem svijeta do sredine 2011. godine narastao na 750 milijuna korisnika“, a i danas je jedna od vodećih društvenih mreža po broju korisnika, „nemoguće je bilo zaobići ovu društvenu mrežu i njezin jezik iz mnogo razloga“ (Filipan-Žignić 2012: 122). Što se tiče svrhe i broja korisnika na ovoj društvenoj mreži „danas gotovo sva školska djeca posjeduju svoj profil na Facebooku budući da se radi o besplatnoj usluzi za sve korisnike. Za mlade Facebook predstavlja nepresušno vrelo za komunikaciju s prijateljima i upoznavanje novih“ (Filipan-Žignić 2012: 122). Facebook je besplatan jer „financira se putem sponzora i oglašavanja na profilima Facebooka“ (Filipan-Žignić 2012: 123). Također, još jedan od razloga popularnosti Facebooka jest taj da „Facebook omogućuje spoj teksta, slike, animacije, tona i grafike“ i na taj način mladi „tako mogu brinuti o svojim virtualnim kućnim ljubimcima, slati virtualne čestitke, darove, zagrljaje, razmjenjivati elektroničku poštu, fotografije, igrati video igrice, slušati omiljene pjesme, davati ili primati instrukcije ili pak rješavati i testove“ (Filipan-Žignić 2012: 123).

Što se tiče jezika na Facebooku, na ortografskoj razini ima puno slučajeva odstupanja od norme kao što su „pisanje malim slovima, kojem se pridružuje hibridno pisanje i malim i velikim slovima, a potom i pisanje samo velikim slovima. Pojavljuje se i pisanje bez razmaka“ (Filipan-Žignić 2012: 129). Interpunkcijski znakovi ponavljaju se vrlo često „posebno tri točke, a potom i uskličnici i upitnici. Ponavljaju se i glasovi sa svrhom pojačavanja iskaza“ (Filipan-Žignić 2012: 129). Jedan od primjera za nepoštivanje pisanja velikim početnim slovom i nepoštivanje pravila interpunkcije jest sljedeći:

Poz, može fb, insta cure koja Je bila danas u cb blue u  
valpovu, cura je imala kratku plavu kosu skoro do  
ramena, bila je sa tri prijateljice i pila je pol i pol.





## pa dobro.. ja nmg doci nijedan ponedjeljak

Na sintaktičkoj razini često je „ispadanje pomoćnoga glagola, uporaba aorista i imperfekta umjesto perfekta, ispadanje subjekta, skraćivanje rečenica trima točkama na svim mogućim mjestima, telegramski stil“ (Filipan-Žignić 2012: 131).

vecernji.hr

**Luka Modrić nakon utakmice žestoko psovao jednog čovjeka, poznato je i zašto!**

   631

500 komentara Dijeljenja: 12

 Sviđa mi se  Komentiraj  Pošalji  Dijeli

**Ak su ovi ljudi normalni ..... ubio me bog**

8 g. [Sviđa mi se](#) [Odgovori](#)

Na semantičkoj se razini kod odraslih korisnika „najčešće mogu pronaći teme iz slobodnoga vremena, a kod mlađih iz škole i svega što je vezano za školu (nastavnici, zadaće, seminari itd.) kao i ljubav, glazba, a potom i slobodno vrijeme“, a na leksičkoj razini česti su anglicizmi poput *hy, hi, helo*, poneki germanizam, dijalektizmi i vulgarizmi (Filipan-Žignić 2012: 134).

Htjela bi se prebaciti u drugu skolu obrtnicku il nesto slicno drugi razred pa mi pisite kakve su cure i kakva je ta skola hvala 😊

 13

78 komentara

Može objava...imali ovdje neka ekipa za nogos, nov sam ovdje, nezz nikog pa ako ima nek se neko javi

  22

10 komentara

Bok idem u sezonu i nezz kako prebaciti bicikli, autoprijevoznik me odbio, HZ samo na krace relacije..neko sa slicnim iskustvom da je to vec napravio ?

 11

11 komentara

Traži se mala prekrasna cura koja je bila u Valpovu u Barcodeu sinoć vani u crvenom miniću, bila je sa kolegicama i "Najbolja je u klubu" molio bih djevojku ili njene kolegice da ju oznace!!

👍👉 16

28 komentara

## 5.2. Instagram

Društvena mreža Instagram nastala je 2010. godine, a njezini su osnivači Kevin Systrom i Mike Krieger. Svrha je aplikacije dijeljenje fotografija i videa, a opisi fotografija nisu od velike važnosti (Beno 2019: 16). Opisi fotografija imaju ograničenje od 2200 znakova<sup>54</sup>, no neki korisnici zaobilaze to ograničenje pišući ostatak misli u komentare ispod objave fotografije. Sama pojava Instagrama donijela je novine na području grafostilistike: „Također, na Instagramu je istaknuto korištenje oznaka ili *hashtagova* koji se koriste kako bi se objavljena fotografija ili video mogli povezati s temom, lokacijom na kojoj su snimljeni te tako objava postaje dostupna svim korisnicima zainteresiranima za lokaciju ili temu. Oni mogu biti potpuno izmišljeni pa poznate osobe nerijetko ispod svojih fotografija stavljaju personalizirani *hashtag*.“ (Beno 2019: 16)



<sup>54</sup> Character Count 101: Ideal Length for Instagram, Facebook, X, & LinkedIn Posts <https://blog.hubspot.com/marketing/character-count-guide> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.).



### 5.3. X

*X* je „društvena internetska mreža za *microblogging*, tj. namijenjena je za slanje (i čitanje) kratkih poruka koje su prema imenu mreže nazvane *tweetovima*“ (Filipan-Žignić 2012: 138). Jedan *tweet* ograničen je na 140 znakova te se to ograničenje ne može premašiti (Filipan-Žignić 2012: 138). Osnivači *X*-a (tadašnjeg *Twittera*) su Jack Dorsey, Biz Stone i Evan Williams, djelatnici tvrtke *Odeo*, koji su 2006. godine stvorili *X* za potrebe interne komunikacije (Filipan-Žignić 2012: 138). U srpnju 2023. godine Elon Musk otkupio je *Twitter* za 44 milijarde dolara i promijenio naziv aplikacije u *X*<sup>55</sup>.

Jezik na *X*-u „ima sličnosti s jezikom posebice pričaonice i Facebooka, ipak najviše dodirnih elemenata ima s jezikom SMS-a“ (Filipan-Žignić 2012: 142). Jezik je ekonomičan zbog ograničenosti znakova te je česta uporaba skraćenica koja dokazuje korisnikovo vladanje jezikom koji je specifičan za ovaj medij (Filipan-Žignić 2012: 143).

Nezz za vas ali ja radi posla sam promjenio  
gledanje utakmica umjesto eura gledam copu,a  
stas bolje ista nego nista

03:38 · 22.06.2024. S lokacije: Earth · Broj prikaza: 48



Na ortografskoj razini uočava se nepoštivanje pravila interpunkcije, krivo pisanje znakova zbog naglašavanja i ne ostavljanje razmaka između riječi zbog uštede broja znakova.

Da hoce dijaspora vise nazad tamo nmg da ih  
gledam vise te telece oci vidjeli svijeta mi nista  
ne znamo nemamo pojma, sjecate se prije  
dodju ljudi iz dijaspore nezz se ko je ljepsi svi  
izgledaju kao da treniraju tenis a ovo sto sad  
dodje kao svinja pred klanje

18:58 · 30.07.2021. S lokacije: Earth



<sup>55</sup> Apple Musku odbio Twitter preimenovati u X, evo i zašto <https://www.smartphonehrvatska.com/2023/07/30/apple-musku-odbio-twitter-preimenovati-u-x-evo-i-zasto/> (Pristupljeno 2. lipnja 2024.).

Na grafostilističkoj razini ističe se znak koji se zove *hash*, odnosno ljestve, koji služi za označivanje teme. Taj je znak isti onaj koji se koristi i na Instagramu.



Širimo dalje

#hrvatska 🇭🇷

Također je karakteristična skraćenica *RT* koja označava *retweet* to jest prosljeđenost ili dijeljenje određenog *tweeta*. Skraćenice poput *BTW*, *RSS*, *LOL*, *min* i *ugl* javljaju se na morfološkoj razini. Jezična ekonomija najizraženija je na sintaktičkoj razini u obliku elipse, ispadanja subjekta, prijedloga i pomoćnoga glagola.

nezz ništa meni obje mrtve

18:59 · 18.04.2020. S lokacije: Earth



Na semantičkoj razini prisutne su sve teme, a na leksičkoj razini najzastupljeniji su anglicizmi (Filipan-Žignić 2012: 144–149).

@vijak\_fi\_trista nemoj hejtat :P tamo djecu jadnu izhejta :D hahahaha

19:51 · 12.10.2014. S lokacije: Earth

Postoje ljudi s twitera koji ce vas toliko stalkat da ce vas naći i na fejsu i pistat vam poruke tamo. Nemojte to radit. #nađživot #dobrojutro 🙏🧘



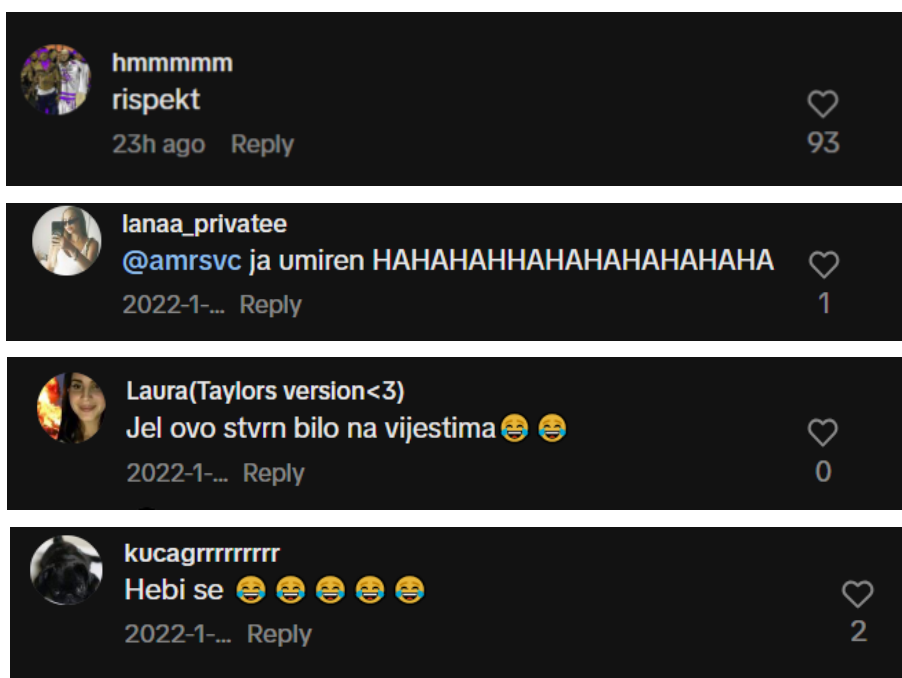
trebalo mi par mjeseci da kliknem taj unfolov napokon i onda mi par sati kasnije instagram tu osobu stavi kao prvi prijedlog za folovat

## 6. Jezik na TikToku

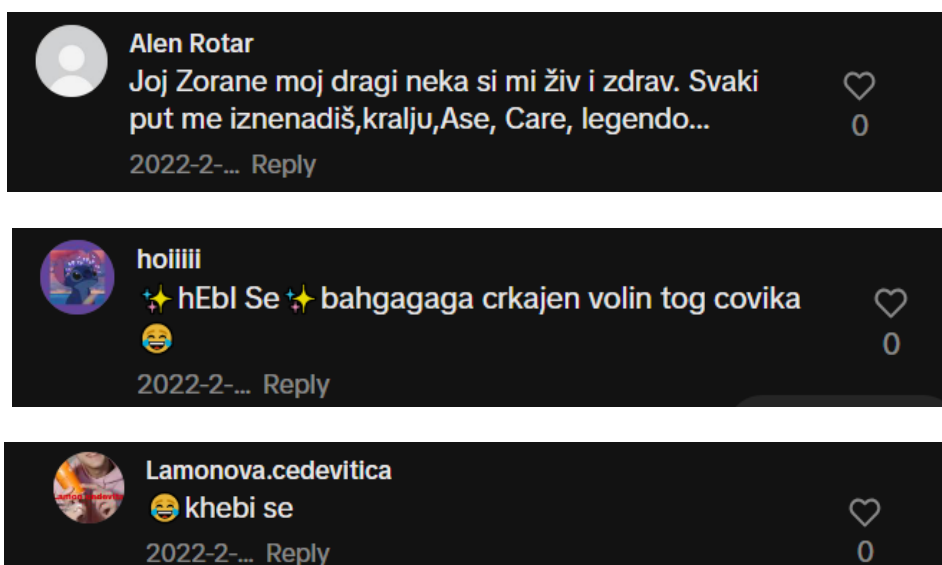
Kao što je već spomenuto, TikTok je jedna od najpopularnijih društvenih mreža današnjice, a najveći broj korisnika TikToka pripada upravo skupini mladih i adolescenata. Budući da se u ovome poglavlju analizira jezik na TikToku, a najveći broj korisnika su mladi, to znači da će se analizirati i govor mladih. Kako bi se lakše razumio govor mladih, potrebno je prvo definirati tko su mladi.

### 6.1. Jezik mladih

Filipan-Žignić (2012: 77) jezik mladih definira kao „jezik koji pretežno rabe mladi iako ovdje nije moguće posve ograničiti leksik koji bi pripadao samo u tu grupu“, a mladi su osobe koje se svrstavaju u „doba između početka puberteta koja se proteže od 11. do 14. godine i postadolescentnog doba“. Postoje poteškoće pri definiranju jezika mladih zbog različitosti toga jezika u različitim situacijama. Na primjer, govor je mladih različit u razgovoru s roditeljima i u razgovoru s vršnjacima. Jezik mladih najviše ovisi o dvama glavnim utjecajima u njihovim životima, a to su upravo roditelji i vršnjaci. Također, govor se mladih „brzo mijenja i heterogen je i zbog toga teško odrediti njegova osnovna obilježja, no moguće je pronaći neke osnovne principe koji vrijede za ovaj varijetet“ (Filipan-Žignić 2012: 77–78). Obilježja jezika mladih jesu „upotreba slenga, vulgarizama, tabu izraza, kolokvijalnih i dijalekatskih riječi“ (Skelin Horvat 2017: 43).



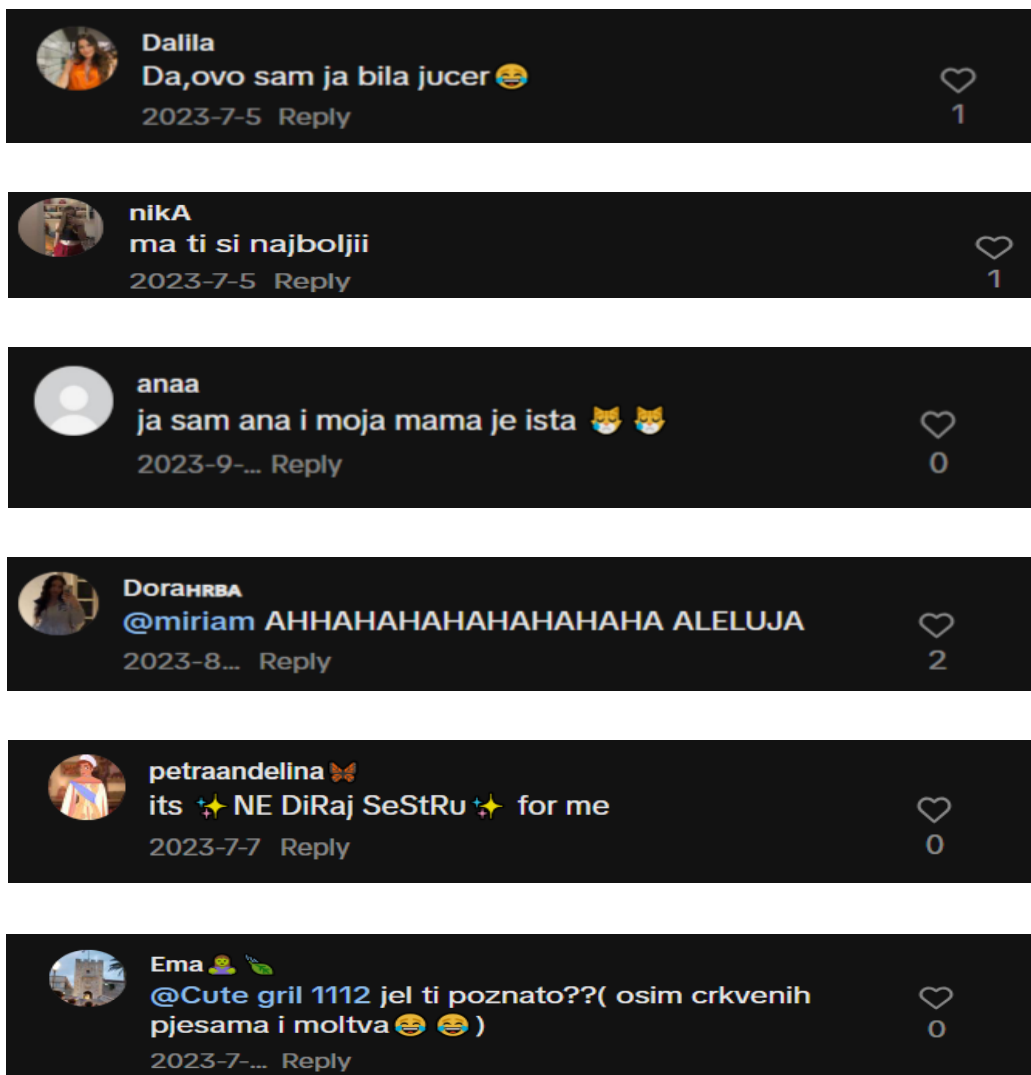
Marlies Reinke (prema Filipan-Žigni<sup>ć</sup> 2012: 78) opisala je jezik mladih s pomoću jezičnih razina. Prozodijske jezične igre, varijacije jezičnog tempa i ritma i naglašavanje hiperboličnih elemenata dio su fonološko-artikulacijske razine, dok su izostavljanje flektivnih nastavaka, uporaba skraćeniica i neobična slaganja novih riječi i konverzije dio morfološke razine. Na leksičkoj razini ističe se uporaba anglicizama i uporaba frazeologizama, a na sintaktičkoj razini „anakoluti, elipse, parenteze, nepoštivanje ustaljenoga redosljeda riječi u rečenici, tendencija parataksi i asindetskom izražavanju kao i višestrukoj i učestaloj uporabi partikula“. Zaključuje se da je za jezik mladih karakteristično „eksperimentiranje s temama, jezičnim pravilima i konvencijama što se onda ogleda u igrama riječi, metaforičkom pa često i preuveličavanom načinu izražavanja, skraćivanju glasova, grafostilističkim elementima, tvorenicama, aloglotskim elementima i sl.“ (Filipan-Žigni<sup>ć</sup> 2012: 79). To se može vidjeti u sljedećim primjerima.

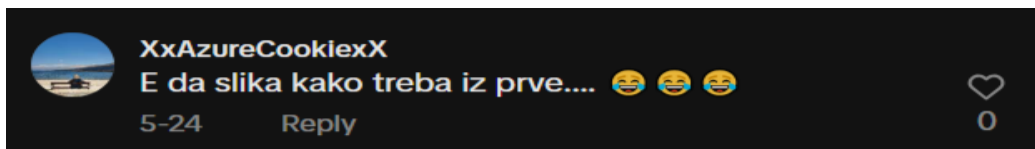


## 6.2. Analiza jezika na TikToku

U nastavku rada bit će analiziran jezik na TikToku na različitim jezičnim razinama. Bit će analiziran na ortografskoj razini, grafostilističkoj, morfološkoj, sintaktičkoj, semantičkoj i leksičkoj razini.

Na ortografskoj razini prisutno je odstupanje od norme. Ne poštuju se pravila o pisanju velikog početnog slova i često je pisanje svega samo malim ili samo velikim slovima. Prisutno je i pisanje i malih i velikih slova naizmjenice unutar riječi sa svrhom naglašavanja. Također, razmaci se ne stavljaju iza riječi ili interpunkcijskih znakova. Interpunkcijski znakovi kao točke, uskliknici i upitnici ponavljaju se na kraju riječi radi naglašavanja. U nastavku slijede primjeri s odstupanjima.





Nadalje, na grafostilističkoj razini vrlo je česta pojava osjećajnika. Osjećajnici odnosno emotikoni rabe se kao „nadomjestak za različite izraze lica i iskazivanje osjećaja“ (Filipan-Žignić 2012: 130). Najčešći osjećajnici su osjećajnici smješka i plačka: „:-)“ i „:-(.“ S druge strane, od osjećajnika na TikToku puno su popularniji emotikoni. Ivas i Žaja (2003) nazivaju emotikone još i smajlicima i smješcima, a kažu da su oni „slikovni izrazi emocija, raspoloženja i stavova (u pravilu shematizirano oslikavajući odgovarajući izraz lica) te radnji, situacija, bića i predmeta“.



Slika 1. Emoji

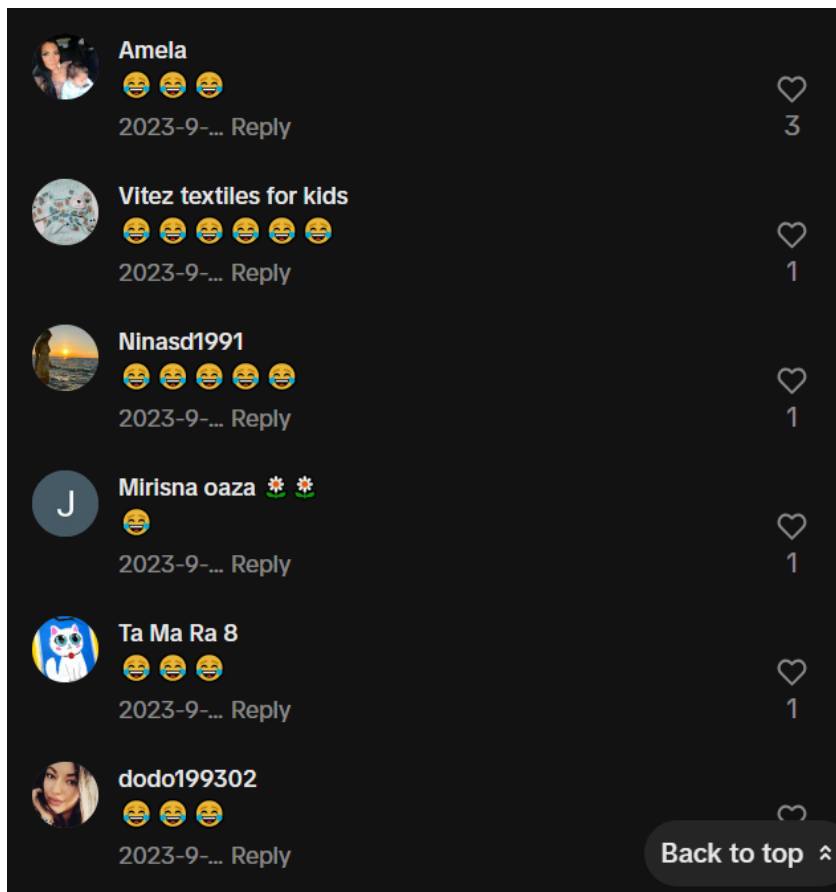
ASCII text	Shortcut	Small Smiley	Large Smiley	Description
: -)	Ctrl+1	😊	😄	The happy aim smiley
: -(	Ctrl+2	☹	😞	The sad aim smiley
; -)	Ctrl+3	😉	😏	The winking (joking) aim smiley
: -P	Ctrl+4	😜	😝	The tongue aim smiley
= -O	Ctrl+5	😱	😲	The shocked aim smiley
: -*	Ctrl+6	😘	😙	The red lips (kissing) aim smiley
> :O	Ctrl+7	😡	😠	The angry aim smiley
8 -)	Ctrl+8	😎	😌	The cool aim smiley
: -\$	Ctrl+Shift+1	😐	😑	The indifferent aim smiley
: -!	Ctrl+Shift+2	😬	😭	The foot in mouth aim smiley
: -[	Ctrl+Shift+3	😳	😇	The embarrassed aim smiley
O: -)	Ctrl+Shift+4	😇	😇	The angel aim smiley
: -/	Ctrl+Shift+5	😕	😕	The confused aim smiley
: '(	Ctrl+Shift+6	😭	😭	The crying aim smiley
: -X	Ctrl+Shift+7	😬	😬	The silent aim smiley
: -D	Ctrl+Shift+8	😂	😂	The laughing aim smiley

Slika 2. Emotikoni

Osim osjećajnika i emotikona, pojavljuju se i ikonični znakovi poput srca i zvjezdice. Vrlo su česti izrazi za obilježavanje smijeha poput *hehe*, *hihi*, *hahahaha*... Naime, obilježavanje smijeha moguće je i s pomoću emotikona ‘nasmiješeno lice sa suzama’. Taj je emotikon najpopularniji te je prisutan u skoro svakoj objavi ili komentaru.

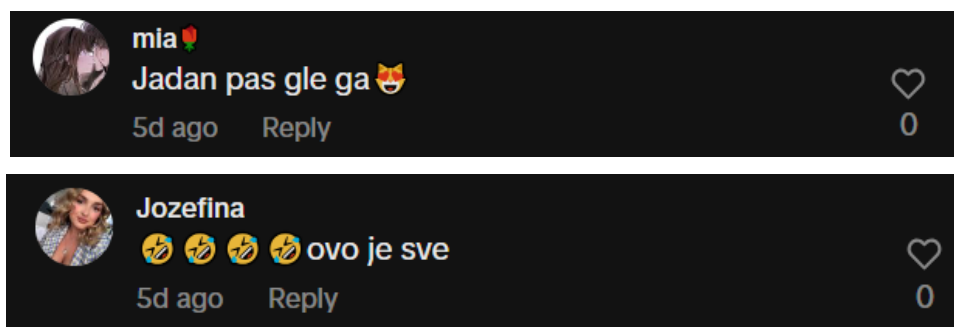


Slika 3. Emotikon – ‘nasmiješeno lice sa suzama’



Na primjer, na slici iznad prikazani su komentari ispod objave<sup>56</sup> jednoga hrvatskog TikTokera. Većina komentara sadrži emotikon ‘nasmiješeno lice sa suzama’, a taj emotikon zapravo „oslikava primarnu ulogu emotikona u inače riječima oblikovanim iskazima – simulaciju humoristične situacije, zabavu, naglašava činjenicu da je iskaz pozitivnoga duha“ (Vuković 2022: 34).

U nastavku slijede primjeri s odstupanjima na grafostilističkoj razini na TikToku.

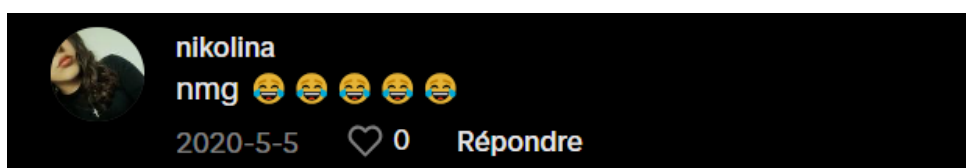


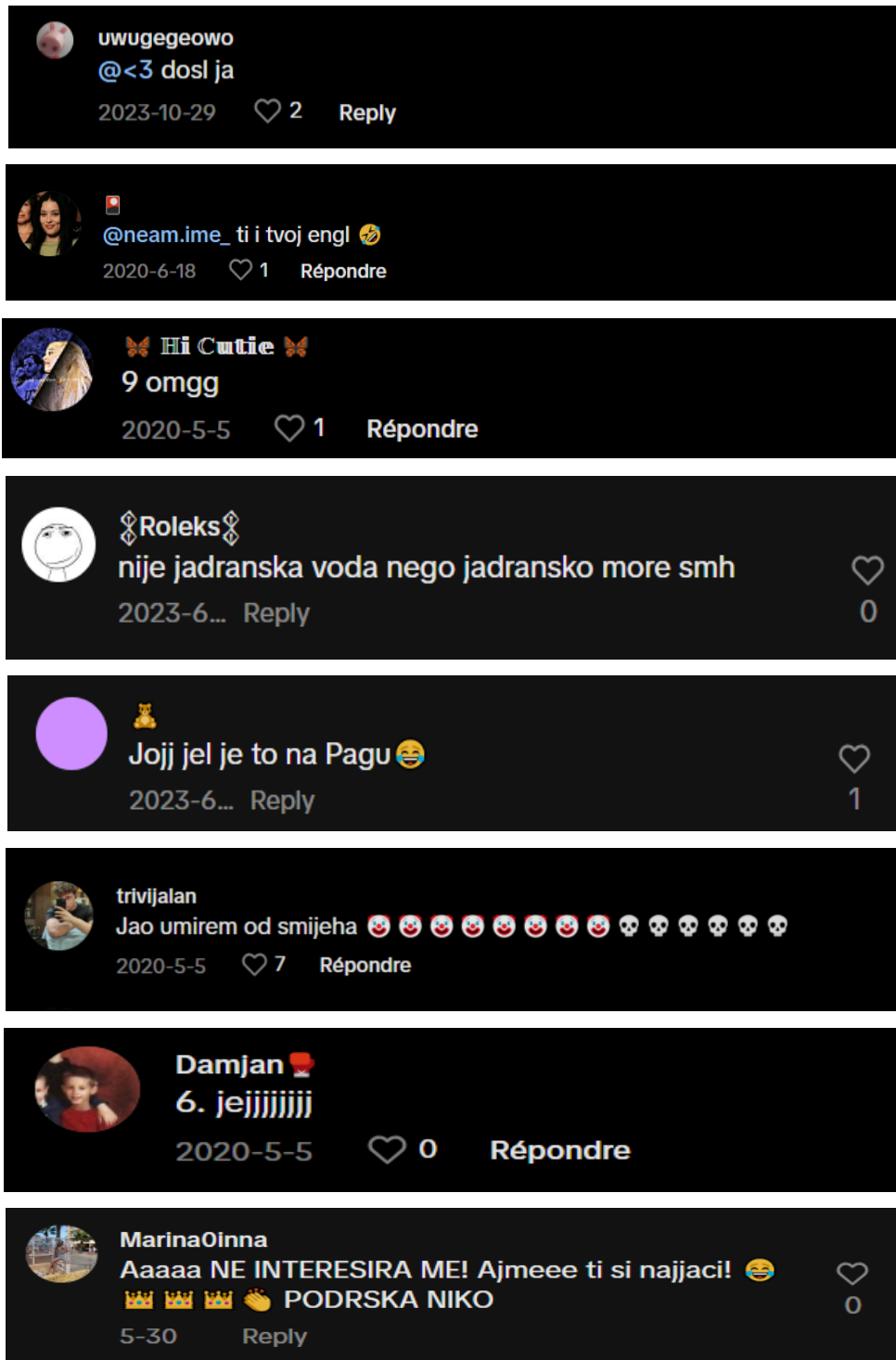
<sup>56</sup> <https://www.tiktok.com/@ko.je.niko/video/7280474427844824352> (Pristupljeno 10. lipnja 2024.).







Na morfološkoj razini uočava se skraćivanje. Vrlo su česti akronimi engleskoga podrijetla poput *NP*, *BTW*, *LOL*, *OMG* i *IDC* te hrvatske slogovne i kompleksnije skraćenice kao što su *NNČ*, *LP*, *NPR*, *APP* i *LN*. Također su prisutni uzvici i interjeksije poput *oho*, *ajde*, *eeej*, *hm* i *ups* koji su u funkciji oponašanja zvuka, opisa onoga što se događa ili izražavanja stanja autora (Filipan-Žignić 2012: 131). U nastavku slijede primjeri s odstupanjima na morfološkoj razini s TikToka.











Sintaktička razina sadrži puno elipsa, odnosno različitih izostavljanja poput ispadanja pomoćnoga glagola, uporabe aorista i imperfekta umjesto perfekta, ispadanje subjekta, skraćivanja rečenica trima točkama, korištenja neispravnog položaja enklitika, nezamjenjivanje posvojnog genitiva posvojnim pridjevom, nepravilne uporabe zareza... Kako Filipan-Žignić (2012: 131) navodi, za sintaktičku jezičnu razinu na *Facebooku* očigledno je da je „jezična ekonomija u



potpunosti na djelu“. Može se reći da za TikTok vrijedi isto. U nastavku slijede primjeri s odstupanjima na sintaktičkoj razini.



 **Mateja**  
s 26 jos da al 29 ne ide vise nema sanse 😂😂😂   
5-4 Reply 28

 **justlnes87**  
i sad zamislis da si dosao iz nocne...legnes u krevet... pa ovo 🤔🤔🤔   
4-24 Reply 0


 **Jennifer Sheffield**  
Druga cura Jennifer Lawrence 🙄   
5-29 Reply 9


 **Den**  
Za potpuni trigger si trebao rec "gledam ovu vodu"   
2023-6... Reply 254


 **Ja Bolji Građanin**  
😂😂😂😂😂😂😂😂😂😂😂😂 baš to. I svaki dan isto. No hejt ali mene izluđuje, ja to više ne mogu slušati.   
2023-6... Reply 68


 **party\_b** Party b™ · 2-17   
Kuća od zlata/House made of gold#fyp #zatebe #golddigger  
#viraltiktok #vietnamtiktok #balkantiktok


Na semantičkoj razini prisutne su sve teme. Mogu se pronaći teme iz slobodnog vremena, škola, ljubav, glazba, ali i ozbiljnije teme poput znanosti i književnosti (Filipan-Žignić 2012: 133). Prevladavaju ipak osobna mišljenja u videima i komentarima. Prisutni su i razni obrazovni sadržaji koji se tiču različitih područja života. U nastavku slijede primjeri različitih tema koje se spominju na TikToku.


 **Stefiii28**  
Kada par zivi skupa realno u braku su samo bez papira, nije puno drukcije. ♥ 16  
4d ago Reply


 **Ana** 🤔 📌  
jel se sjećaš serije "Teini Dnevnici" ♥ 5  
1w ago Reply


 **SaamoPetraa** · Creator  
Naravnoo ♥ 2  
1w ago Reply


 **larissa9441**  
ljepotice izgled nema broja gorii te lijepo se provedite ♥ 0  
5-29 Reply Back to top ^

 **hqnter**  
Išla si u samobor u srednju ♥ 0  
5-30 Reply


 ✨ **NINA** ✨  
gdje si kupila kupaci ♥ 0  
5-30 Reply

 👑  
Koji je hotel u pitanju? Hvala ❤️ ♥ 0  
1d ago Reply

 **J**  
zanimljivo kako su svi influenceri kuhari, psihijatari, makeup stručnjaci, fitnes treneri... ♥ 146  
5-22 Reply

 **fitness.heaven**  
Fitness Heaven · 2022-8-10 Follow


Brze i jednostavne kućne vježbe! 💪 #fitness #vježbe #vježbanje #trening #trbuh #stomak #trbušnjaci


**dinobenedetti**  
 Dino Benedetti | SUPER STUDENT · 2022-11-11 Follow

Znaš li kako brže učiti? Isprobaj tehniku aktivno prisjećanje 🤔.  
 #ucenje #skola #savjeti #superstudent

Naposljetku, na leksičkoj razini vrlo je česta pojava anglicizama: „Kod uporabe anglicizama moguće su različite inačice. Oni se pojavljuju samo kao leksemi, kao dijelovi rečenica ili pak kao čitave rečenice ili iskazi.“ (Filipan-Žignić 2012: 134) Osim anglicizama, prisutni su i germanizmi te srbizmi zbog ubrzanih promjena društvene sredine i napretka tehnologije. Također, „u posljednjih desetak godina zamjetna je popularizacija srpske YouTube scene (ali i ostalih društvenih mreža poput Tik-Toka, Facebooka i Instagrama) koja zauzima veliki medijski prostor te na taj način indirektno oblikuje jezik mladih“<sup>57</sup>. Pojavljuju se također i dijalektizmi i vulgarizmi (Filipan-Žignić 2012: 134). Prisutni su i frazeologizmi odnosno „ustaljeni višečlani izrazi u jeziku koji se u govoru reproduciraju kao cjelina i kod kojih značenje nije zbroj značenja pojedinih sastavnica, npr. *jabuka razdora*, *baciti koplje u trnje*, *ići grlom u jagode*, *prevesti žedna preko vode* i sl.“<sup>58</sup> U nastavku slijede primjeri rečenica sa spomenutim leksemima.




**lorenny\_ddarmy**  
 Ja be like 😂 ❤️  
 2022-11... Reply 0



**Алекса Марковић**  
 Baba isflexovala na max ❤️  
 4-30 Reply 7160




**Josip155**  
 baba got drip ❤️  
 4-30 Reply 1255



<sup>57</sup> <https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/734912> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).



<sup>58</sup> frazeologija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 27.6.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/frazeologija>>.



 **Luka Lekovic**  
ja koji nosim outfit 10 000e 🤪  
5-5      Reply       0

 **sladjanbirta**  
Sladjan Birta · 2022-4-13      [Follow](#)  
Moj Bruder ❤️ @paletici #fypシ #music #harmonika #viral


 **Julka**  
@🦋 nas mate vutrom časti AAA  
2023-9-5       3      Reply

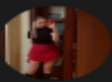
 **alic**  
znan oba covika i to je kuca od mog fr hahahah  
2023-7-18       161      Reply  
[View 4 replies](#) ▾

 **aleksastanojevic27**  
nikad nećeš biti gas  
2023-11...      Reply       0

 **Gabli24255**  
Imas isti mozak ko ove kidare o cemu pricamo?  
2023-1...      Reply       0

 **Mikesevic**  
uuuu jebote  
2021-9-...      Reply       1

 **Lorik Prince** 👑  
Jel ti d\*kaš 🤪  
1-19      Reply       0

 **ljubica.ruzic**  
Ljubica Ružić · 2022-6-11  
Neće grom u koprive 🤪 #takojekakoje #viral

## 7. Zaključak

TikTok je jedna od najpopularnijih društvenih mreža danas. Unatoč zabranama u određenim državama i zabrinutosti po pitanju sigurnosti, ta društvena mreža danas broji milijarde aktivnih korisnika u svijetu. TikTok je razvio čak i svoj jezik koji se zove *algospeak*. To su kodne riječi koje se koriste kako bi se izbjeglo automatizirano moderiranje sadržaja. Za *algospeak* je karakteristična uporaba zvjezdica, točaka, brojeva i simbola. *Algospeak* se može usporediti s argotom, jezikom specifične grupe, zato što oba jezika može prepoznati samo jedna grupa ljudi. Muhvić-Dimanovski (2005) izdvaja tri razloga nastajanja novih riječi, a to su potreba za imenovanjem novih predmeta i pojava, dodavanje novih naziva već postojećima u svrhu ekspresivnosti, stilistike ili pragmatike te povijesni, politički i drugi društveni izvanjezični razlozi. Jezik na TikToku namijenjen je ponajprije korisnicima TikToka i isključuje sve one koji nisu korisnici TikToka te se na taj način narušava komunikacija ako se u njoj koristi TikTok izraz. Uspješna komunikacija zahtijeva upoznatost s korištenim jezikom, što je ponekad rijetkost kada se radi o TikTok izrazima. Glavna je svrha jezika na TikToku stvaranje povezanosti među korisnicima TikToka te omogućavanje komunikacije. Utjecaj TikTok slenga vidljiv je najviše u društvenom području života, kada se radi o gradnji karijere, ali i o učenju stranog jezika. Jezik drugih društvenih mreža poput jezika na Facebooku, Instagramu i X-u usporediv je s jezikom na TikToku i može se uočiti puno sličnosti, ali i razlika. Sličnosti su vidljive u nepravilnom korištenju velikih i malih slova, nepoštivanju pravila interpunkcije, korištenju *emojija* i emotikona, korištenju akronima engleskog podrijetla, skraćivanju rečenica trima točkama, prisutnosti različitih tema u objavama te u pojavi anglizama, germanizama, dijalektizama i vulgarizama. Razlike su vidljive u tome što je na TikToku najprisutnije hibridno pisanje velikim i malim slovima u svrhu naglašavanja te u tome što TikTok nema ograničenja znakova kao što na primjer X ima. Jezik na TikToku sadrži mnoštvo neologizama. Na ortografskoj razini prisutno je pisanje i malih i velikih slova naizmjenice i nepoštivanje pravila o pisanju interpunkcijskih znakova (*Da, ovo sam ja bila jučer, NE DiRaj SeStRu*). Osjećajnici i emotikoni vrlo su česta pojava na grafostilističkoj razini (*Zoki je car* 🤔🤔🤔🤔🤔). Na morfološkoj razini se uočava skraćivanje i akronimi engleskoga podrijetla (*nmg* 🤔🤔, *omgg*), a na sintaktičkoj izostavljanja poput ispadanja pomoćnoga glagola, uporabe aorista i imperfekta umjesto perfekta, skraćivanja rečenica trima točkama (*Druga cura Jennifer Lawrence, legnes u krevet...*). Na semantičkoj razini zastupljene su svakodnevne teme (*Znaš li kako brže učiti?, gdje si kupila kupaci*), a na leksičkoj se ističe pojava anglizama,

germanizama, srbizama te dijalektizama i vulgarizama te frazeologizmi (*Ja be like, Baba isflexovala na max, uuuu jebote*).



## 8. Literatura

1. Filipan-Žignić, Blaženka. (2012). *O jeziku novih medija : kvare li novi mediji suvremeni jezik?*. Split [i. e.] Čakovec : Matica hrvatska, Ogranak.
2. Grgić, Velimir, Kučič, Andrea. (2021). *TikTok Book*, Zagreb : Media bar.
3. Jakobson, Roman. (2008). *O jeziku*. Zagreb : Disput.
4. Martinet, Andre. (1982). *Osnove opće lingvistike ; prijevod i predgovor August Kovačec*. Zagreb : Grafički zavod Hrvatske.
5. Mikić Čolić, Ana. (2021). *Neologizmi u hrvatskome jeziku*, Osijek : Filozofski fakultet.
6. Muhvić-Dimanovski, Vesna. (2005). *Neologizmi : problemi teorije i primjene*. Zagreb : Filozofski fakultet, Zavod za lingvistiku. Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.

### Mrežni izvori:

Beno, Mia. (2019). Jezik društvenih mreža (Završni rad). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:111:666898> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

frazeologija. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2013. – 2024. Pristupljeno 27.6.2024. <<https://www.enciklopedija.hr/clanak/frazeologija>>.

Ivas, Ivan i Žaja, Lana. (2003). Znakovi usmene komunikacije u pisanoj komunikaciji na IRC-u i ICQ-u. *Medijska istraživanja*, 9 (1), 77–97. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/23326> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

Jelavić Mitrović, Petra. (2023). TIKTOK – NOVI OBLIK DRUŠTVENE PLATFORME I KOMUNIKACIJE (Diplomski rad). Split: Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:124294> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

Katić, Paola. (2023). *JEZIK MLADIH NA DRUŠTVENIM MREŽAMA: NOVI ONLINE-IDENTITETI* (Diplomski rad). Split: Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:172:67568> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

Knežević, Antonela. (2015). Morfološka i sintaktička razina jezika novina i mrežnih portala (Diplomski rad). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:368428> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

Palinić, Lea. (2019). Žargon zagrebačke mladeži i komunikacija putem alata za Instant Messaging (Diplomski rad). Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:135803> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

Pišковиć, Tatjana. Hrvatsko rječotvorje na društvenim mrežama // Periferno u hrvatskom jeziku, kulturi i društvu / Bońkowski, Robert ; Lukić, Milica ; Mićanović, Krešimir et al. (ur.). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, 2021. str. 67-94 doi: 10.31261/PN.4038.06. <https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/706762> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

Ulfah, Nadia. (2022). „Sociolinguistics Study of Slang words used in TikTok Memes Videos.“ Diss. Uln Ar-Raniry. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/20258/1/Nadia%20Ulfah,%20170203067,%20FTK,%20PBI,%20081360811262.pdf> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

Vuković, Ivana. (2022). Komunikacijska uloga emotikona (Diplomski rad). Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:782880> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

Donald Trump joins TikTok despite previously wanting ban <https://www.bbc.com/news/articles/cyjj08vvz43o> (Pristupljeno 4. lipnja 2024.)

TikTok User Statistics 2024 (Global Data) <https://www.demandsage.com/tiktok-user-statistics/> (Pristupljeno 4. lipnja 2024.)

TIKTOK: PLATFORMA KOJA OSVAJA SVIJET <https://akterpublic.hr/blog/tiktok-platforma-koja-osvaja-svijet> (Pristupljeno 4. lipnja 2024.)

Internet ‘algospeak’ is changing our language in real time, from ‘nip nops’ to ‘le dollar bean’ <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/04/08/algospeak-tiktok-le-dollar-bean/> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.)

Smjernice zajednice <https://www.tiktok.com/community-guidelines/hr/> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.)

Argot <https://www.vocabulary.com/dictionary/argot> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.)

„Znaš li ove izraze?“ <https://www.tiktok.com/@zagrebinfo/video/7320248096577916192> (Pristupljeno 3. svibnja 2024.)

„A koji je vaš screen time?“ <https://www.tiktok.com/@dnevno.hr/video/7291666296293412128?q=screen%20time%20hrvatska&t=1715699793149> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.)

„Je li vaš najbolji outfit skuplji ili jeftiniji od ovih?“ <https://www.tiktok.com/@dnevno.hr/video/7355861028300786976> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.)

„Veliki svjetski lideri čestitali Plenkoviću nakon pobjede Hrvatske“  
<https://www.tiktok.com/@vecernjilist/video/7175223789456739590?q=plenkovic%20lider&t=1715701695952> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.)

Selfie [https://hr.wikipedia.org/wiki/Selfie#cite\\_note-prikazi-1](https://hr.wikipedia.org/wiki/Selfie#cite_note-prikazi-1) (Pristupljeno 14. svibnja 2024.)

„Označi nekoga tko odgovara opisu“  
<https://www.tiktok.com/@zagrebinfo/video/7361797020471856417> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.)

„Znate li što je POV? Ovo su TikTok kratice koje trebate znati ako želite biti u trendu“  
<https://novac.jutarnji.hr/novac/tiktok/znate-li-sto-je-pov-ovo-su-tiktok-kratice-koje-trebate-znati-ako-zelite-biti-u-trendu-15440324> (Pristupljeno 14. svibnja 2024.)

The Unique Vitality of TikTok: Unraveling the Virality and Community Conundrum  
<https://medium.com/@raycombs0904/the-unique-vitality-of-tiktok-unraveling-the-virality-and-community-conundrum-f30ce7b96dcc> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.)

društvena grupa <https://www.enciklopedija.hr/clanak/drustvena-grupa> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.)

Globalna učionica: Novi pristupi učenju stranih jezika putem TikTok aplikacije  
<https://novac.jutarnji.hr/novac/tiktok/globalna-ucionica-novi-pristupi-ucenju-stranih-jezika-putem-tiktok-aplikacije-15450481> (Pristupljeno 16. lipnja 2024.)

Engleski slang na TikToku: Vodič kroz govor Generacije Z <https://omnia-jezici.com/engleski-slang-na-tik-toku-razumijevanje-govora-generacije-z/> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

„Vodič kroz Gen Z rječnik – svi pojmovi koje morate znati!“  
<https://joomboos.24sata.hr/prvi/vodic-kroz-gen-z-rjecnik-svi-pojmovi-koje-morate-znati-22219> (Pristupljeno 20. lipnja 2024.)

Paid verification explained: Everything you need to know  
<https://www.techtarget.com/whatis/feature/Paid-verification-explained-Everything-you-need-to-know> (Pristupljeno 24. lipnja 2024.).

„Spasio sve zavjese...“ [https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7377038529353846048](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7377038529353846048) (Pristupljeno 24. lipnja 2024.).

„Ograničenja nema 🙄👉“  
[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7365910543217069344](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7365910543217069344) (Pristupljeno 24. lipnja 2024.).

„IKEA hack zvan SAVRŠENSTVO“  
[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7354033635265203489](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7354033635265203489) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„#stitch with @Andrej Plenković smijati se ili plakati, pitanje je sad...“  
[https://www.tiktok.com/@hey\\_andro/video/7351804992367512864](https://www.tiktok.com/@hey_andro/video/7351804992367512864) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

Stitch <https://support.tiktok.com/hr/using-tiktok/creating-videos/stitch> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„🌀 ☐ 🗑️ 🗑️“ <https://www.tiktok.com/@saamopetraa3/video/6948851048031227142> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

Flex, flexing, fleksati – čuli ste ali ne znate što to znači? <https://www.itnovosti.com/191275-flex-flexing-fleksati-culi-ste-ali-ne-znate-sto-to-znaci> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„Jedite slatkou zivite kratkou JEEEE 🧡“  
<https://www.tiktok.com/@mrAle24/video/7296159494357273889> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„Odužilo se čišćenje, tako da part 2 sutraa 🗑️ ☐“  
<https://www.tiktok.com/@saamopetraa3/video/7365175878638210337> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„Kako vi usklađujete studij i posao?“  
[https://www.tiktok.com/@srednja\\_hr/video/7383016377256316193](https://www.tiktok.com/@srednja_hr/video/7383016377256316193) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„Tko želi odmor od sat i pol?“  
[https://www.tiktok.com/@srednja\\_hr/video/7376639232879758625](https://www.tiktok.com/@srednja_hr/video/7376639232879758625) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„Imate li vi sreće s pronalaženjem stanova?“  
[https://www.tiktok.com/@srednja\\_hr/video/7378549157876829472](https://www.tiktok.com/@srednja_hr/video/7378549157876829472) (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

„Jeli Domovinski pokret prevario birače?“  
<https://www.tiktok.com/@politika.hr/photo/7366979298638515488> (Pristupljeno 25. lipnja 2024.).

<https://www.tiktok.com/@zvonemusic/video/7382982571937844513> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).


Budi mRAK! <https://budi-mrak.com/> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

„Ovo je 8 savjeta koje bi dala svakome tko ide prvi put u New York“  
<https://www.tiktok.com/@anamihaljevic/video/7301698497080855840?q=ovo%20je%208%20savjeta%20koje%20bi%20dala&t=1719397887686> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

„najveci guilty pleasure su mi grwm videi tbh“  
<https://www.tiktok.com/@ko.je.niko/video/7372903391577509152> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

Znate li što je POV? Ovo su TikTok kratice koje trebate znati ako želite biti u trendu  
<https://novac.jutarnji.hr/novac/tiktok/znate-li-sto-je-pov-ovo-su-tiktok-kratice-koje-trebate-znati-ako-zelite-biti-u-trendu-15440324> (Pristupljeno 26. lipnja 2024.).

”PREVARA SE MOŽE DOGODITI BILO GDJE”  
[https://www.youtube.com/watch?v=JN\\_hGdzR3e4](https://www.youtube.com/watch?v=JN_hGdzR3e4) (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

„Kako vam se sviđa ovaj gen z rječnik? “  
<https://www.tiktok.com/@zagrebinfo/video/7310971799544630561?q=gen%20z%20rje%C4%8Dnik&t=1719470520145> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

<https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/734912> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

<https://www.tiktok.com/@waynecountylyfe/video/7257634284427726126> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).

<https://www.tiktok.com/@diegovalladares52/video/7236564981381385518> (Pristupljeno 27. lipnja 2024.).