

Akronimi u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji

Čopec, Monika

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:743447>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-15**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Monika Čopec

**AKRONIMI U HRVATSKOJ
ELEKTRONIČKOJ KOMUNIKACIJI**

Diplomski rad

ZAGREB 2023.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Monika Čopec

**AKRONIMI U HRVATSKOJ
ELEKTRONIČKOJ KOMUNIKACIJI**

Diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Ivana Kresnik

ZAGREB 2023.

Zahvala

Studiranje je razdoblje života koji nas uvelike oblikuje kao osobu te odluku o studiranju nikada nisam požalila. U njega sam uložila velik trud i odricanja, no najviše dugujem svojoj majci koja je bila najveća potpora i pomoć u danima studiranja.

Sažetak

Akronimi u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji

Živimo u vremenu gdje tehnološki razvoj ima ključnu ulogu u svim sferama života. U ovom radu istražuje se uporaba akronima u pisanju u elektroničkoj pošti. Svrha je ovoga rada istražiti izumiru li akronimi ili se koriste više u današnje vrijeme. Također će se istražiti koliko često se koriste akronimi u elektroničkoj pošti te koji se akronimi najčešće koriste.

Ključne riječi: akronimi; tehnološki razvoj; elektronička pošta; korištenje akronima

Summary

Acronyms in Croatian electronic communication

We live in a time where technological development has a key role in all aspects of life. In this paper a study will be conducted on the use of acronyms while writing e-mails. The purpose of this paper is to conclude if acronyms are dying out or if their use has increased in recent times. How often acronyms are used in e-mail and which ones in particular are being used will also be investigated in this paper.

Keywords: acronyms; technological development; e-mail; the use of acronyms

Sadržaj

Contents

1. Uvod	5
2. Akronimi	7
2.1. Što su akronimi	7
2.2. Povijest uporabe akronima	12
2.3. Jesu li akronimi štetni?	13
3. Zastupljenost i utjecaj akronima u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji	19
3.1. Cilj i hipoteze	19
3.2. Metoda istraživanja	20
3.3. Rezultati istraživanja	21
3.3.1. Spol ispitanika	21
3.3.2. Dobne skupine ispitanika	22
3.3.3. Stupanj obrazovanja ispitanika	22
3.3.4. Radni status ispitanika	23
3.3.5. Bračni status ispitanika	24
3.3.6. Mjesečni dohodak ispitanika	25
3.3.7. Mjesto života ispitanika	25
3.3.8. Korištenje akronima u svakodnevnom životu	27
3.3.9. Korištenje engleskih akronima	28
3.3.10. Korištenje hrvatskih akronima	29
3.3.11. Koriste li mladi danas više akronime?	30
3.3.12. Je li tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca?	31
3.3.13. Karakteristike uporabe akronima	32
3.3.14. Korištenje akronima u pisanju	36
3.3.15. Smeta li vam akronim kao poruka?	37
3.3.16. Je li pisanje akronima korisno u svakodnevnom životu?	38

3.3.17. U kolikoj mjeri pisanje akronima utječe na vaš život?	38
3.3.18. Oblikuju li mediji danas pisanje akronima?	39
3.3.19. Jesu li društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima?	40
3.4. Zaključak istraživanja	41
4. Zaključak	43
5. Literatura	45

1. Uvod

Svjedoci smo pojave raznih društvenih mreža, a isto tako i korisnici istih, koje su nezaobilazni dio suvremenoga života. Mnogi korisnici imaju otvorene profile na raznim društvenim mrežama kao što su Facebook, Twitter, Instagram, Tik-Tok i sl., na kojima komuniciraju porukama u *messengeru*, objavljuju razne sadržaje te komentiraju tuđe i svoje objave, a isto tako komentiraju razne objave različitih portala. Isto tako služimo se raznim aplikacijama, kao što su WhatsApp, Viber i Telegram, a u poslovnom svijetu elektroničkom poštom koja je sve više zatupljena u životu građana.

Što više komuniciramo elektroničkim putem, to više komunikacija poprima skraćeni oblik u vidu akronima. Akronimi se sve više koriste, a posebno ih koriste mlađe generacije koje ne koriste samo hrvatske akronime, nego jako često i engleske akronime. Kako se akronimi sastoje od početnih slova riječi, sve se više koriste i akronimi koji zamjenjuju rečenicu.

Akronimi se koriste i u stručnim područjima kao što su vojska, pravo, medicina, tako da tu vrstu akronima najviše poznaju pripadnici tih struka. Upravo zbog uštede vremena porasla je uporaba akronima, ali ako ih ciljana publika ne poznaje, onda isti mogu biti i prepreka u komunikaciji.

Cilj je ovoga rada prepoznati koriste li se akronimi više danas ili nekada, odnosno na koji su se način akronimi koristili nekada, a na koji danas te što sami korisnici misle o uporabi akronima. Za potrebe istraživanja u ovom radu informacije su prikupljene iz primarnih i sekundarnih izvora istraživanja. U teorijskom (uvodnom) dijelu za prikupljanje sekundarnih podataka poslužile su internetske stranice, a temelj samoga rada bila je knjiga *Život riječi: Etimologija i uporaba* od Tomislava Ladana. Za praktični dio primarno je istraživanje provedeno metodom anketiranja. U ovom diplomskom radu analiziramo uporabu akronima u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji, kakva je zastupljenost korištenja akronima u elektroničkoj

komunikaciji te kakva je distribucija te zastupljenost po dobnim skupinama. Za potrebe anketiranja izrađen je mjerni instrument, odnosno mrežni anketni upitnik koji su ispunili dobrovoljni ispitanici. Dobiveni podatci analizirani su Googleovim programom Google Docs i Excellom, a rezultati su prikazani u tablicama i grafikonima.

2. Akronimi

2.1. Što su akronimi

Prije nego definiramo što su to akronimi, potrebno je definirati značenje naziva *riječ*. Bez riječi ne postoji komunikacija, dakle ne možemo ništa izreći o sebi samima niti bilo što doznati o onom što nas zanima. Tako Tomislav Ladan (2000) kaže: »Međutim, pojam značenja riječi i njegova razrješenja nekako se podrazumijeva (to jest: da riječi imaju i moraju imati neko značenje, uzima se kao nešto jasno samo po sebi). Isto tako i to da riječi imaju neku uporabu, gotovo i ne treba posebno tumačiti. Ali da riječi imaju i podrijetlo – već je nešto drugo. Tu nastupa onaj dio jezikoslovlja koji se zove etimologija. Za nju je osnovni pojam etymon, koji je vezan za pridjeve etymos i eteos u značenju istinit, pravi, pa je i najjednostavnije školski uzeto to etymon: istinsko, pravo značenje riječi od njezine osnove ili korijena.« Također, Tomislav Ladan (2009) navodi: »Riječi se ne mogu odrediti bez stvari na koje se odnose, upravo kao što se ni stvari ne mogu shvatiti bez riječi koje ih imenuju, opisuju i time određuju. Riječ je sve i po riječima je sve.«

Akronimi su vrsta kratica koja se tvori pomoću početnih slova ili početnih nizova višechlanoga izraza. O akronimima najviše podataka nalazimo u pravopisima, koji nastoje propisati njihovu uporabu u rečenici. Akronimima se bavi i tvorba riječi, koja nastoji utvrditi tvorbene modele nastanka akronima i njihov daljnji razvoj u jeziku. U nastavku prikazujem kako akronimima pristupaju aktualni hrvatski pravopisi.

Četvrto izdanje *Hrvatskoga pravopisa* Stjepana Babića, Božidara Finke i Milana Mogušaa (1996) kratice dijeli na stalne i prigodne. Akronime svrstava u stalne kratice pridajući im termin **sastavljene kratice**: »Druge su kratice nastale spajanjem početnih slova ili grupa slova višechlanih naziva i imena i obično se čitaju kako su napisane. To su tzv. sastavljene kratice« (Babić i dr., 1996, 135). O sastavljenim kraticama dalje postoji detaljno obrazloženje i opis uporabe. Ti autori ne rabe naziv *akronim*. Sastavljene kratice, tj. akronim podijeljeni su u dvije vrste:

1. U prvoj skupini su oni koji su nastali od početnih slova svakoga člana izraza koji se u njemu krati. Pišu se bez točke i sva su slova velika (primjerice: GK za *Glas Koncila*, HAZU za Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, HBZ za Hrvatska bratska zajednica, HDZ za *Hrvatski dijalektološki zbornik* i Hrvatska demokratska zajednica, HINA za Hrvatska izvještajna novinska agencija, HKD za Hrvatsko kulturno društvo, HPT za Hrvatska pošta i telekomunikacije, HUS za Hrvatska udruga sindikata, HVO za Hrvatsko vijeće obrade, MH za Matica hrvatska, NDH za Nezavisna Država Hrvatska, OTV za Otvorena televizija, RH za Republika Hrvatska, SAD za Sjedinjene Američke Države, SHM za Savez Hrvata u Mađarskoj, UN za Ujedinjeni narodi, USA za United States of America, ZAVNOH za Zemaljsko antifašističko vijeće narodnog oslobođenja Hrvatske). Neke od tih kratica mogu se i sklanjati na način da se gramatički morfem pridodda pomoću spojnice (primjerice: HUS-a, HUS-u, HUS-om; ZAVNOH-a, ZAVNOH-u, ZAVNOH-om). Pojedine od njih ne mogu se sklanjati (primjerice HAZU i MH), a postoji jedna skupina kojoj se dodaje padežni nastavak, ali se čitaju po abecednim nazivima slova (primjerice: HDZ – Hadeze, HDZ-a – Hadezea; HKD – Hakade, HKD-a – Hakadea; HSP – Haespe, HSP-a – Haespea; OTV – Oteve, OTV-a – Otevea) (Babić i dr., 1996, 138-139).

2. U drugoj su skupini sastavljene kratice, tj. akronim koji imaju oblik promjenljivih riječi te se kao vlastita imena pišu velikim početnim slovom (primjerice: Binoza – Biblioteka novinske zadruge, Nama – Narodni magazin, Roma – Robni magazin). Ako takva kratica završava na -a, sklanja se kao imenica ženskoga roda (primjerice: *Sofka, Sofke; Fifa, Fife*), a ako završavaju na suglasnik, sklanjaju se kao imenice muškoga roda (primjerice: *Zavnoh, Zavnoha; Ifor, Ifora, Unprofor, Unprofora; Unicef, Unicefa*) (Babić i dr., 1996, 139-140).

U *Hrvatskom pravopis* Lade Badurine, Ivana Markovića i Krešimira Mićanovića (2008) akronimi su opisani također u poglavlju o kriticama. Autori kratice dijele na *jednostavne kratice* ili *abrevijacije* i *složene kratice* ili *akronime* (Badurina i dr., 2008, 179).

Akronimi su tu dobili opsežno podpoglavlje. Kao bitne točke izdvojeno je sljedeće: a) akronimi nastaju skraćivanjem imena na početna slova ili slogove članova imena (primjerice: RH za republika Hrvatska, EU za Europska unija, HNK za Hrvatsko narodno kazalište, MH za Matica hrvatska, HSU za Hrvatska stranka umirovljenika, SAD za Sjedinjene Američke Države, PDV za porez na dodanu vrijednost); b) načelno se pišu velikim početnim slovima bez točke; c) jezično se “osamostaljuju”, tj. mogu se sklanjati kao imenice i sudjelovati u tvorbi riječi; d) “čuju se” ili

prema nazivima slova (primjerice: RH – [er-ha], EU – [e-u], SAD – [es-a-de]) ili kao osamostaljene leksičke jedinice (MUP – [mup]). Posebne su napomene da se u složenim kraticama prijedlozi i veznici načelno izostavljaju (primjerice: MUO – Muzej za umjetnost i obrt, IHJJ – Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje) te da se sve sastavnice dvoslova pišu velikim slovom (primjerice: HLJK – Hrvatska ljekarnička komora, NJJK – njemački jezik i književnost) (Badurina i dr., 2008, 181-182).

U ovom pravopisu po prvi put se spominju elektronički akronimi, kao napomena sitnim slovima: »Složene kratice koje se rabe u informatičkoj i telekomunikacijskoj tehnologiji – najčešće podrijetlom iz engleskoga – mogu se pisati i malim slovima: JPEG i jpeg, MP3 i mp3, MPEG i mpeg, FTP i ftp, WWW i www, GSM i gsm, SMS i sms« (Badurina i dr., 2008, 182).

Dosta je prostora posvećeno sklanjanju akronima. Istaknuto je da se sklonidba akronima određuje prema rodu kratice, a rod se određuje prema izgovornom obliku kratice te može biti muški ili ženski. Muškoga su roda kratice koje izgovorno završavaju suglasnikom (primjerice: FER [fer], GONG [gong], MUP [mup], MORH [morh], UN[u-en], UNICEF [unicef]), zatim kratice koje izgovorno završavaju samoglasnicima *e*, *i*, *o*, *u* (primjerice: HNB [ha-en-be], KBC [ka-be-ce], PDV [pe-de-ve], FOI [foi], NATO [nato], EU [e-u], HAZU [hazu]) te kratice koje izgovorno završavaju naglašenim *a*, a među njima i one na *ha* i *ka* (primjerice: DNA [de-en-a], WTA [ve-te-a], MH [em-ha], HNK [ha-en-ka], NK [en-ka], DNK [de-en-ka], HDKA [ha-de-ka-a], RH [er-ha]). Ženskoga su roda oni akronimi koji izgovorno završavaju nenaglašenim *a* (primjerice: CIA [cia], FIFA [fifa], ETA [eta], HINA [hina], INA [ina], IPA [ipa], IRA [ira], OA [oa], POA [poa], NASA [nasa]. UEFA [uefa]) (Badurina i dr., 2008, 182).

Autori ovoga pravopisa dali su dosta kompleksan opis zapisivanja sklonidbe akronima i izvođenja drugih vrsta riječi iz akronima: gramatički nastavak i sufixs dodaju se nominativnomu obliku kratice, spojeni s njime crticom: »HAZU [hazu] – HAZI-a [hazua] – HAZU-u – HAZU-om – HAZU-ov [hazuov] HNK [ha-en-ka] – HNK-a [ha-en-kaa] – HNK-u – HNK-om – HNK-ov [ha-en-kaov] HSU [ha-es-u] – HSU-a [ha-es-ua] – HSU-u – HSU-om – HSU-ov [ha-es-uov] – HSU-ovac (ob. *haesuovac*) MUP [mup] – MUP-a [mupa] – MUP-u – MUP-om – MUP-ov [mupov] – MUP-ovac (ob. *mupovac*) NATO [nato] – NATO-a [natoa] – NATO-u – NATO-om – NATO-ov [natoov] – NATO-ovac (ob. *natoovac*) SMS [esemes] – SMS-ati [esemesati] (i *esemesati*)« (Badurina i dr., 2008, 183).

Ovo pravilo predviđa mogućnost da se »kratica potpuno osamostali kao imenica«, a tada za nju »prestaju vrijediti pravila o pisanju kratica« (primjerice: Hina, Nama, Benelux, Interpol, Hina, Nama, Gestapo, aids, gulag, laser, radar, sida) (Badurina i dr., 2008, 183). Poglavlju o kraticama pridružen je *Rječnik kratica*, u kojem su skupljene najčešće jednostavne kratice zajedno s akronimima (Badurina i dr., 2008, 185-201).

Treći aktualni pravopis je *Hrvatski pravopis* grupe autora iz Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje pod uredništvom Željka Jožića (2013). Taj je pravopis proglašen službenim za osnovne i srednje škole, pa su stoga terminologija i pravila ona koja uče đaci u svojem obrazovanju. U njemu postoji poglavlje *Kraćenje riječi*, ali je bitna razlika u odnosu na prethodne pravopise to što su akronimi izdvojeni iz kratica, tj. autori toga pravopisa akronime ne smatraju kraticama. Akronimi se tu nazivaju **pokrate**. Autori uopće ne rabe riječ *akronim*.

Osnovna su načela dana u nekoliko rečenica: »Pokrate se pišu velikim slovima. Iznimno sadržavaju i malo slovo (BiH, ZeKaeM, Wi-Fi). U pravilu se sklanjaju (ne sklanjaju se pokrate iz latinskoga – N. N., pokrate nastale kraćenjem pridjeva – UV, VKV, neke religijske pokrate – BDM, BMG, INRI te RH i BiH) te ne završavaju točkom (osim pokrata iz latinskoga jezika)« (Jožić, 2013, 78). Ostala se objašnjenja odnose na: a) nastanak *pokrata* i b) preuzimanje *pokrata* iz stranih jezika.

Pokrate nastaju na dva načina: 1. kraćenjem jedne riječi (primjerice: UV ultravioletni, NKV niskokvalificirani, KV kvalificiran, VKV visokokvalificiran, PVC polivinil-klorid, TV televizija); 2. kraćenjem više riječi za opće riječi (primjerice: DNK deoksiribonukleinska kiselina, RNK ribonukleinska kiselina, POS poticana stanogradnja, IO izvršni odbor, NP nacionalni park) ili imena (primjerice: Državni hidrometeorološki zavod, EU Europska unija, HAK Hrvatski autoklub, HEP Hrvatska elektroprivreda) (Jožić, 2013, 78).

Pokrate koje se se preuzimaju iz stranih jezika podijeljene su na a) pokrate iz latinskoga (primjerice: A. D. *anno Domini*, L. S. *locus sigilli*, N. B. *nota bene*, N. N. *nomen nescio*, P. S. *post scriptum*) i b) pokrate z ostalih jezika, najčešće iz engleskoga (primjerice: ADHD attention deficit and hyperactivity disorder [a-de-ha-de], AIDS acquired immune deficiency syndrome [ejc], BCG Bacillus Calmette-Guérin [be-se-že], CD compact disc [ce-de], GPS global positioning system [dži-pi-es], LCD liquid crystal display [el-ce-de], LED light-emitting diode [led], PIN personal identification number [pin], USB universal serial bus [u-es-be], WC water closet [ve-ce], Wi-Fi

Wireless-Fidelity [vi-fi], BBC British Broadcasting Corporation [bi-bi-si], BMW Bayerische Motoren Werke [be-em-ve], FBI Federal Bureau of Investigation [ef-bi-aj], FIFA Fédération internationale de football association [fifa]) (Jozić, 2013, 79).

Objašnjeno je da se pokrate čitaju na različite načine: a) prema nazivima slova od kojih su sastavljene (primjerice: DC Demokratski centar, DVD dobrovoljno vatrogasno društvo, HČSP Hrvatska čista stranka prava, HOO Hrvatski olimpijski odbor, HNK Hrvatsko narodno kazalište, RH Republika Hrvatska, SAD Sjedinjene Američke Države, UN Ujedinjeni narodi); b) kao riječi (primjerice: AUDIO Agencija za upravljanje državnom imovinom, FER Fakultet elektrotehnike i računarstva, GOLJP Građanski odbor za ljudska prava, GONG Građani organizirano nadgledaju glasanje, HAK Hrvatski autoklub, HAZU Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti, HVIDRA Hrvatski vojni invalidi Domovinskog rata, INA Industrija nafte, JANAF Jadranski naftovod, MIOC Matematičko-informatički obrazovni centar, NAMA Narodni magazin, OIB osobni identifikacijski broj, PIK poljoprivrednoindustrijski kombinat, USKOK Ured za suzbijanje korupcije i organiziranog kriminaliteta, STRUNA Strukovno nazivlje, ZAP Zavod za platni promet); c) neke se slovkaju (primjerice: DLJI Dubrovačke ljetne igre, HLJK Hrvatska ljekarnička komora, JMBG jedinstveni matični broj građanina, NJDR Njemačka Demokratska Republika, SFRJ Socijalistička Federativna Republika Jugoslavija). Pokrate iz stranih jezika čitaju se raznoliko: a) kao u izvorišnom jeziku (primjerice: DDT dichloro-diphenyl-trichloroethane [di-di-ti], BCG Bacillus Calmette-Guérin [be-se-že], IQ intelligence quotient [aj-kju], PC personal computer [pi-si]); b) prema hrvatskom običaju (primjerice: PIN personal identification number [pin], HIV human immunodeficiency virus [hiv], WC water closet [ve-ce], LCD liquid crystal display [el-ce-de], LED light-emitting diode [led], CD compact disc [ce-de]) (Jozić, 2013, 78-79).

Posebno je podpoglavlje *Oblici pokrata i njihove izvedenice*. Pod “oblicima” ovdje se misli na padeže. Padežni nastavak ili tvorbeni sufiks, kao i kod prethodnih pravopisa, dodaje se pomoću spojnice (primjerice: HAZU, HAZU-a, HAZU-u... HAZU-om, HAZU-ov; HNK, HNK-a, HNK-u... HNK-om, HNK-ov; MUP, MUP-a, MUP-u... MUP-om, MUP-ov, MUP-ovac i mupovac; NATO, NATO-a, NATO-u... NATO-om, NATO-ov, NATO-ovac i natoovac; SMS, SMS-a, SMS-u... SMS-om, SMS-ati; UNESCO, UNESCO-a, UNESCO-u... UNESCO-om, UNESCO-ov; ZET, ZET-a, ZET-u... ZET-om, ZET-ov, ZET-ovac i zetovac) (Jozić, 2013, 79-80). Ne sklanjaju se pokrate RH (Republika Hrvatska), BiH (Bosna i Hercegovina), BDM (Blažena Djevica Marija), BMG (Baltazar, Melkior, Gašpar), INRI (Iesus Nasareus rex ludaeorum) (Jozić, 2013, 80).

Kod pokrata ženskoga roda u kosim padežima prije spojnice ne izostavlja se dočetno A (primjerice: HINA, HINA-e, HINA-i... HINA-om, HINA-in; INA, INA-e, INA-i... INA-om, INA-in; IRA, IRA-e, IRA-i... IRA-om, IRA-in; NASA, NASA-e, NASA-i... NASA-om, NASA-in; CIA, CIA-je, CIA-ji... CIA-jom, CIA-jin) (Jozić, 2013, 80). Zapisi pokrata kao primjerice Ina, Hina, Nama, Zet i Roda protumačeni su leksikalizacijom, a kao druge leksikalizirane pokrate iz stranih jezika navedene su: sida (*syndrome d'immunodéficitaire acquisé*), gulag (*Glavnoe upravlenie ispravitel'no-trudovyh lagerej i kolonij*), radar (*radio detection and ranging*), laser (*light amplification by stimulated emission of radiation*), sonar (*sound navigation and ranging*), modem (*modulator-demodulator*) (Jozić, 2013, 80).

Za razliku od prethodnih pravopisa, ovaj zahtijeva upisivanje slova *j* kod sklonidbe akronima kojih izgovor završava na [i] (primjerice: ACI, ACI-ja, ACI-ju... ACI-jem, ACI-jev; FOI, FOI-ja, FOI-ju... FOI-jem, FOI-jev; BBC, BBC-ja, BBC-ju... BBC-jem, BBC-jev; PC, PC-ja, PC-ju... PC-jem, PC-jev) (Jozić, 2013, 80).

Iz opisa akronima u tri aktualna hrvatska pravopisa vidimo da se ti opisi međusobno bitno razlikuju te da čak nemaju istu terminologiju: nijedan od ta tri pravopisa ne naziva akronime istim nazivom, a jedan čak akronime ne smatra kraticama.

2.2. Povijest uporabe akronima

Prva ovjerena uporaba akronima dogodila se je u 19. stoljeću kada je urednik časopisa *Boston Morning Post* po prvi puta uporabio kraticu OK umjesto *all correct*, odnosno *oll korekt*. Akronim OMG (engl. *Oh My God*) prvi put je zabilježen 1917. u pismu admirala lorda Fishera Winstonu Churchillu u rečenici: »I hear that a new order of Knighthood is on the tapis – O.M.G. – Shower it in the Admiralty!!« (Nuwer, 2012).

Što se tiče elektroničke komunikacije, poznato je da je akronim LOL prvi uporabio Wayne Pearson 1980-ih u *chatroomu* Viewline u Calgaryu preko predinternetske komunikacije kroz Bulletin Board System. Taj je elektronički sustav bio puno sporiji nego što su to današnji, pa su korisnici (što je bila u stvari manja grupa redovitih članova) kreirali i koristili različite kratice kako bi ubrzali komunikaciju. Jednoga dana Pearsonov prijatelj Sprout napisao je šalu zbog koje se je Pearson u samoći svoje sobe glasno smijao, pa je umjesto uobičajenoga "hahaha" napisao LOL,

što mu je doslovce tada značilo “laughed out loud”. Prema Pearsonovu svjedočanstvu, on je taj akronim osmislio u tom konkretnom trenutku. Od tada je taj akronim bio uobičajen na Viewlineu u toj malenoj grupi stanovnika Calgarya. U tim je okolnostima, prema Pearsonovu sjećanju, stvorena i varijanta ROFL “rolling on the floor laughing”. Pearson je bio vrlo iznenađen kada se je 1990-ih taj akronim počeo učestalo pojavljivati na Internetu (Hudes, 2015).

Dakle, prva uporaba i brzi razvoj akronima događao se je na engleskom govornom području. Kada je elektronička komunikacija uzela maha na hrvatskom govornom području, korisnici su automatski počeli ubrzavati komunikaciju skraćivanjem višechlanih izraza i kompleksnih riječi u akronime.

2.3. Jesu li akronimi štetni?

O eventualnoj štetnosti akronima pisano je s dva stajališta: socijalnoga i lingvističkoga. Stručnjaci su se najviše bavili pitanjem jesu li elektronički akronimi štetni za djecu. To je pitanje dio širega problema pristupačnosti opasnih elektroničkih sadržaja djeci i kontrole maloljetničkoga ponašanja općenito.

Tinejdžeri znaju da roditelji nadgledaju njihovu komunikaciju. To znaju i zlobamjerne osobe u elektroničkoj komunikaciji. Akronimi su idealan način da se sakrije stvaran sadržaj poruke. Primjeri su takvih akronima sljedeći: IWSN – *I want sex now*, “želim seks sada”; GNOC – *get naked on camera*, “svuci se pred kamerom”; NIFOC – *naked in front of computer*, Gol(a) pred računalom; PIR – *parent in room*, “roditelj u sobi”; CU46 – *see you for sex*, “vidimo se radi seksa”; 53X – *sex*; 9 – *parent watching*, “roditelj gleda”; 99 – *parent gone*, “roditelj otišao”; 1174 – *party meeting place*, “mjesto susreta za zabavu”; THOT – *that hoe over there*, “ta kurva u blizini”; CID – *acid* (vrsta opijata); 420 – *marijuana*, “marihuana”; POS – *parent over shoulder*, “roditelj iznad ramena”; KOTL – *kiss on the lips*, “poljubac u usta”; LMIRL i MIRL – *let's meet in real life*, “sastanimo se uživo”; PRON – *porn*, “pornografija”; TDTM – *talk dirty to me*, “govori mi prljavo”; 8 – *oral sex*, “oralni seks”; CD9 – *code 9, parent around*, “roditelj u blizini”; IPN – *I'm posting naked*, “pišem gol(a)”; LH6 – *let's have sex*, “imajmo seks”; WTTP – *Want to trade pictures?*, “Želiš li razmijeniti slike?”; DOC – *drug of choice*, “droga po izboru”; TWD – *texting*

while driving, “pišem dok vozim”; GYPO – *get your pants off*, “skini gaćice”; KPC – *keeping parents clueless*, “držanje roditelja u neznanju” (Wallace, 2015).

Ljudi se služe raznim načinima komunikacije rabeći društvene mreže kao što su Facebook, Facebook Messenger, WhatsApp, Instagram, Twitter, Snapchat, Tumblr. Putem mreža ljudi komuniciraju, sklapaju, održavaju i prekidaju prijateljstva. Facebook je najkorištenija mreža za komunikaciju te korisnicima nudi kreiranje vlastitoga profila, nudi listu prijatelja, dopušta dijeljenje fotografija i videa, objavljivanje statusa i slično. Također omogućava pridruživanje grupama koje imaju zajedničke interese te nudi opciju oglašavanja. Pozitivna je strana Facebooka komunikacija s ljudima širom svijeta, održavanje veze na daljinu i upoznavanje novih kultura, a negativne su strane slanje neprimjerenih poruka i fotografija u Facebook Messenger, nadziranje, govor mržnje i slično (Družeta i Zgrabljčić Rotar, 2017).

Facebook omogućava održavanje ljubavnih veza na daljinu. Partneri se povezuju s drugima i implementiraju se u svijetu društvenih mreža, a istovremeno se bore zadržati privatnost i neovisnost. Također putem Facebooka možemo nadgledati sadašnje ili bivše partnere praćenjem njihovih objava i slika. Takvo nadziranje partnera pokreće ljubomora. Žene češće nadziru muškarce. Ljubomori doprinosi količina vremena koju partner provede na Facebooku, a pogotovo provođenje *online*. Mladi napominju kako društvene mreže imaju utjecaj na sentimentalne veze te da poznaju ljude iz svoje okoline koji su prekinuli vezu ili su imali problema u vezi zbog Facebooka. Društvene mreže su virtualni prostor na koji su korisnici preselili svoje živote te je svaki dio našega života dobio mjesto na Facebooku jer se kaže: što nije na Facebooku nije se ni dogodilo. Uporaba Facebooka dovela je do stvaranja novih neprirodnih elemenata u sentimentalnim vezama koji vode pojačanoj ljubomori, nesigurnosti, nepovjerenju, opterećenosti i nadzorničkomu ponašanju. S obzirom na to da nam je bitnije što će drugi misliti i govoriti o nama, a manje važno kako se stvarno osjećamo, pogubno je za nas same i za naše veze (Družeta i Zgrabljčić Rotar, 2017).

Ono što je najvidljivije kod tekstualnih poruka kombinacija je standardnih i nestandardnih oblika. Komunikacija putem računalnih mreža naziva se *textisms* ili *teen-talk*, s obzirom na to da su najveći korisnici iste djeca i odrasle mlade osobe. Kako su mladi ovisni o tehnologiji, dolazi do nedostatka sposobnosti komuniciranja, a što na kraju dovodi do snižavanja standarda i podejnjavanja jezika. U tekstualnim porukama većina je jezika standardna forma, a nestandardni

oblici koji se koriste prilično su kreativni te imaju dobru komunikativnu funkciju i podrazumijevaju spretno korištenje jezika. Poznato je kako tekstualne poruke te drugi oblici CMC vrve nejasnim skraćenicama, akronimima i emotikonima, stoga su nejasni nepodučenim korisnicima. S obzirom na to da tekstualne poruke uključuju kratke oblike jer su tekstovi ograničeni na 160 znakova, dolazi do korištenja prečica. Primjerice, skraćene riječi (*mon* umjesto *Monday*), izostavljeni slojevi (*goin* umjesto *going*) i stilizacije naglaska (*gonna* umjesto *going to*) svakodnevnice su, a *wot*, *ya*, *luv* postoje u Oxfordovu engleskom rječniku. Precijenjeno je korištenje tipografskih simbola i emotikona, koji su slikovni prikaz, a prenose neku emociju ili izraze lica, mada se mogu prikazivati i objekti. Fonetička skraćivanja, logogrami ili silabogrami koriste broj ili slovo kako bi prezentirali riječ ili njezin dio. Primjer tekstualnih poruka je *cu 18r* umjesto *see you later* (“vidimo se kasnije”), koji prikazuje oba tipa homofona, gdje *cu* (umjesto *see you*) označava slovni homofon, a *18r* (umjesto *later*) označava brojni homofon, kao i primjerice *wuu2* (umjesto *what you up to*), *BCNU* (umjesto *be seeing you*). Inicijali i akronimi ustvari skraćuju riječi na njihova početna slova, primjerice “Sjevernoatlantski savez” (NATO), a inicijali su neformalniji, primjerice *omg* (umjesto *oh my God*). Mnoge takve forme dulje su vrijeme u korištenju te su postale standardne. Mladi ljudi u tekstualnim porukama prate kratkoću i brzinu, sociolingvističke maksime, paralingvističke restitucije i fonološke aproksimacije, čime su lingvistički decentne i komunikativno spretno. Što se tiče tekstualnih poruka, primijećeno je da je u njima smanjenja interpunkcija, ali se koristi unutar same poruke. Završni interpunkcijski znakovi često su izostavljeni, međutim interpunkcija unutar poruka, posebice upitnika, prilično je vidljiva. Žene, tinejdžeri i mladi odrasli su najčešći korisnici SMS poruka, a ta je skupina i najčešći korisnik textizma. U tekstualnim porukama na engleskom jeziku, nestandardni jezik čini manji dio riječi, a većina sadržaja poruka slijedi uobičajene oblike. Jezik tekstualnih poruka rabi tipografske simbole, emotikone, inicijalizme, akronime, skraćenice, homofone slova i brojke i dr. Korištenje textizama povoljno povezuje čitanje riječi, rječnik i fonološku svjesnost kod djece te određene aspekte jezične izvedbe kod mladih odraslih. Dakle, jezik tekstualnih poruka i CMC ne pokazuje propast jezika, nego podrazumijeva funkcioniranje svrsishodnoga i funkcionalnoga jezičnoga sustava (Farina i Lyddy, 2011).

S druge strane, i jezikoslovci razmišljaju jesu li i na koji način akronimi štetni za jezik.

Korisnici društvenih mreža unose promjene i inovacije u jezične i komunikacijske prakse. Leksička jedinica uporabom na društvenim mrežama može za nekoliko sati postati globalno

poznata. Kako bi se jezične promjene na vrijeme registrirale i odgovorno interpretirale, potrebno je svaku jezičnu inovaciju opisati čim se primijeti. Ne može se čekati da dosegne status općeuporabne jedinice jer je takva metodologija zastarjela i neprimjenjiva na opisivanje jezičnih promjena. Važnost ortografske, leksičke, gramatičke ili stilske inovacije može se vrednovati kad se u jeziku primijeti velika promjena koju je usvojila cijela jezična zajednica. U leksiku se najprije očituju i opažaju jezične promjene, i po tom jeziku na društvenim mrežama nije slučajnost. Facebook omogućuje objave teksta, videa i fotografija na zidu, a objave mogu biti javne ili vidljive korisniku i njegovim odabranim prijateljima, ili samo korisniku. Na sve te objave mogu se stavljati komentari u obliku emotikona, fotografije, videa i slično, dok se privatne poruke razmjenjuju putem aplikacije Messenger. Oblikovanje novoga diskursnoga polja u hrvatskom jeziku postavlja usavršavanje i širenje komunikacijskih mogućnosti u elektroničkim medijima, a to su leksičke i ortografske inovacije. Utjecaj leksičkih inovacija s društvenih mreža na narav ukupnoga leksika nekoga jezika još uvijek je malen. Nove leksičke jedinice u hrvatskom jeziku su neosemantizam i leksičko posuđivanje. Neosemantizam je semantičko posuđivanje koje podrazumijeva da jezik primatelj posuđuje iz jezika davatelja samo značenje nekoga leksema i pridružuje ga ekvivalentnomu domaćema leksemu dodajući mu tako novo značenje. Neosemantizam je mehanizam popunjavanja praznina u onom sloju hrvatskoga leksika koji se odnosi na komunikaciju na društvenim mrežama. Primjerice, leksem *zid* znači prostor na društvenoj mreži gdje korisnik i njegovi prijatelji objavljuju različite sadržaje, a leksem *notifikacija* označava ikonu ili zvuk na elektroničkom uređaju koji korisnika obavještava o novostima na korisničkom računu. Leksem *fotografija* označava profilnu ili naslovnu fotografiju kao vizualni dio korisničkoga profila, a leksem *crt* označava ukupnost kronološki poredanih objava na profilu. Za razmjenu poruka u hrvatski jezik ulaze isključivo leksičke jedinice iz engleskoga jezika, što je u skladu sa statusom engleskoga kao globalnoga kontaktnoga jezika. To znači da je engleski jezik davatelj, a ostali jezici su primatelji. Ulaskom u hrvatski jezik, engleski leksem se fonološki, sintaktički, morfološki, ortografski i semantički prilagođava težeći statusu posuđenice. Ortografske inovacije svode se na odbacivanje normativnih uzusa koji se odnose na kapitalizaciju, puntuaciju, razmake ili bjeline, dijakritičke znakove i kratice. To ne znači da interpunkcijskih znakova, velikih početnih slova, bjelina i dijakritičkih znakova uopće nema, nego da se prenamjenjuju i pojavljuju drukčijom logikom od one propisane ortografskom normom. Tvorba jednostavnih kratica (abrevijacija) i složenih kratica (akronima) posljedica je osnovnoga načela tvorbe tih jedinica uopće, a to je

ekonomičnost: “riječi se skraćuju radi uštede prostora”. Kratice se za pisanu komunikaciju na servisima vežu za trenutačnu razmjenu poruka. Postupci tvorbe hrvatskih kratica za komunikaciju u elektroničkom mediju su ispuštanje vokala, pri čemu se jedna riječ ili više njih svodi na niz konsonanata. Najčešće se vokali izvlače iz konsonantske rešetke jedne riječi: *hvl* (“hvala”), *dns* (“danas”), *fmt* (“fakat”), *zky* (“zakaj”). Dvije engleske kratice nastale ispuštanjem vokala su *pls* (“please”) i *tnx* (“thanks”). Drugi način kraćenja je *clipping*, odnosno ispuštanje ili obrezivanje dijelova riječi, primjerice *odg* (“odgovoriti”), *ozb* (“ozbiljno”), *sup* (“super”), *ugl* (“uglavnom”) i tako dalje. Treći način nastanka kratica je akronimizacija ili inicijalizacija, odnosno bilježenje prvih slova više riječi, zbog čega se tako nastale kratice nazivaju složenima. Primjeri toga su kratice *lp* (“lijepi pozdrav”), *ln* (“laku noć”), *tjt* (“to je to”), *mm* (“moš mislit”). Češće su engleske kratice *omg* (“oh my god”), *btw* (“by the way”), *ly* (“love you”), *lol* (“laugh out loud”). Na engleskom jeziku u razmjeni poruka koriste se kombinacija slova i brojke *y2* (“you too”), *b4* (“before”), a u hrvatskom *5ak* (“petak”), *5b* (“5 banki”). Internet je skup raznovrsnih stilova, žanrova, registara i varijeteta te je jedan od medija u kojem se komunicira na različite načine, pa nije potrebno unificirati jezik koji opslužuje tako širok raspon komunikacijskih potreba (Pisković, 2021).

Djeca u predškolskom dobu i mlađim razredima osnovne škole proširuju komunikaciju i na nematerinskom idiomu, čime se stvara višejezično okruženje. Dijete usvaja strani i standardni hrvatski jezik s položaja više jezične komunikacije koja se očituje na četiri razine: razvijeni individualni jezični idiom naučen kod kuće, hrvatski standardni jezik koji se rabi u službenom institucijskom okruženju, a s kojim se dijete prvi put sustavno susreće polaskom u školu, substandardni podsustavi hrvatskoga jezika uglavnom narječja, sociolekti i žargonizmi uvjetovani dobnom i skupnom pripadnošću drugih govornika te norme nematerinskoga stranoga jezika. Na početku osnovnoškolskoga obrazovanja učenici su dužni usvojiti temeljne zadaće nastavnoga područja, jezičnoga izražavanja koje se odnose na stjecanje navika, uporabe pravopisne norme i analogno tomu uspješne pismene komunikacije. Pravopisne norme trebaju se poštivati u službenom institucijskom okruženju, u neslužbenim porukama te komunikaciji na društvenim mrežama. Također učenici viših razreda osnove škole ne vode računa o poštivanju pravopisne norme u neslužbenim oblicima komuniciranja, a što čini i odrasla populacija. Poštivanje pravopisnih normi trebalo bi biti u skladu s dobi čitatelja, a također i odgovornost za napisano u skladu s dobi i u različitim situacijama (Vrsaljko i Ljubomir, 2013).

Istraživanje komunikacije putem Instant Messaginga (IM) među tinejdžerima donosi neka promišljanja, a to su da je uporaba kratkih oblika, skraćenica i emocionalnoga jezika u IM-u minimalna. Tinejdžeri su u mladoj dobi prerasli stilizirane oblike IM-a, a isto upućuje na staromodan pristup jezičnoj upotrebi. IM je medij komunikacije s jedinstvenim stilom i karakteristikama jer podrazumijeva moderne trendove prema opuštenijemu jeziku općenito te se usuglašava sa širim jezičnim promjenama koje se zbivaju u govorničkoj zajednici. Također, IM izražava koncipiranu raznolikost i dinamične procese jezične promjene. IM je hibridna heterogenost koja predstavlja novu vrstu komunikacije. Komunikacija putem računalnih medija i IM-a nije propast mlade generacije, nego proširena nova jezična renesansa. U modernom svijetu komunikacije pojava novih medija stalno se širi. Svi novi mediji dočaravaju još neotkrivene mogućnosti u kojima jezik postaje glavna roba. Tražiti i proučavati »zanimljivo nove i još uvijek razvijajuće jezične varijante« koje će proizići iz ovih razvoja bit će put prema shvaćanju budućnosti ljudske komunikacije (Tagliamonte i Denis, 2008).

Iz gore spomenutih tekstova razvidno je da nove tehnologije, zbog brzine pisanja, pridonose uporabi skraćenoga teksta u porukama, što najviše koristi mlađa ženska populacija. Također, jezik tekstualnih poruka postigao je to da je uglavnom razumljiv publici koja komunicira putem računalnih mreža te ne pokazuje nagrdivanje to jest propast jezika, nego djelovanje svrsishodnoga i funkcionalnoga jezičnoga sustava.

3. Zastupljenost i utjecaj akronima u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji

Za potrebe diplomskoga rada proveli smo istraživanje na grupi dobrovoljnih ispitanika o zastupljenosti i utjecaju akronima u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji. Anketni upitnik bio je dostupan na mrežnoj stranici Facebook u razdoblju od 21. siječnja 2023. do 31. siječnja 2023. godine. Anketni upitnik mogao je anonimno ispuniti svatko s pristupnim linkom. Statistička analiza provedena je putem programa Google Docs i Excel.

3.1. Cilj i hipoteze

Cilj je istraživanja bio utvrditi kakva je zastupljenost korištenja akronima u elektroničkoj komunikaciji te kakva je distribucija te zastupljenosti po dobnim skupinama. Također, cilj je bio utvrditi kakav je utjecaj akronima na pismenost korisnika elektroničke komunikacije i što sami korisnici o tom misle. Postavljene su sljedeće dvije hipoteze:

Hipoteza 1. Akronimi su postali uobičajeni dio svakodnevne elektroničke komunikacije.

Obrazloženje: Akronimi se koriste zbog štednje prostora i brže komunikacije u SMS porukama i chat porukama na društvenim mrežama. Očekuje se stoga da su prisutni kod svih korisnika takvih mrežnih stranica i aplikacija. Akronimi se koriste u svakodnevnoj komunikaciji kako bi se prenijela jasna poruka uz minimalnu uporabu znakova.

Hipoteza 2. Akronimi utječu na život i ponašanje korisnika elektroničkih medija.

Obrazloženje: S obzirom na globalizaciju i ubrzan tempo života, postavlja se pitanje u kojoj mjeri korištenje akronima utječe na opću pismenost na hrvatskom jeziku te prepoznaju li to uopće

korisnici elektroničkih medija kao čimbenik njihova života. Akronimi utječu na život i ponašanje korisnika elektroničkih medija zbog težnje brzomu, učinkovitomu i minimalnomu naporu u priopćavanju.

3.2. Metoda istraživanja

Za istraživanje smo koristili anketni upitnik s 19 pitanja:

1. Spol ispitanika
2. Dobne skupine ispitanika
3. Stupanj obrazovanja ispitanika
4. Radni status ispitanika
5. Bračni status ispitanika
6. Mjesečni dohodak ispitanika
7. Mjesto života ispitanika
8. Korištenje akronima u svakodnevnom životu
9. Korištenje engleskih akronima
10. Korištenje hrvatskih akronima
11. Koriste li mladi danas više akronime?
12. Je li tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca?
13. Karakteristike uporabe akronima
14. Korištenje akronima u pisanju
15. Smeta li vam akronim kao poruka?
16. Je li pisanje akronima korisno u svakodnevnom životu?
17. U kolikoj mjeri pisanje akronima utječe na vaš život?

18. Oblikuju li mediji danas pisanje akronima?

19. Jesu li društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima?

Istraživanje je provedeno na grupi dobrovoljnih ispitanika. Anketni upitnik bio je dostupan na mrežnoj stranici Facebook u razdoblju od 21. siječnja 2023. do 31. siječnja 2023. godine. Anketni upitnik mogao je anonimno ispuniti svatko s pristupnim linkom. Statistička analiza provedena je putem programa Google Docs i Excell. Analizom sadržaja dobivena je jasnija slika o poznavanju i korištenju kratica u hrvatskom jeziku.

3.3. Rezultati istraživanja

3.3.1. Spol ispitanika

U prvom anketnom pitanju ispitanici su trebali odrediti svoj spol od tri ponuđena odgovora: 1) ženski; 2) muški; 3) neodređeno. U ukupnom uzorku od 153 ispitanika sudjelovao je 61 muškarac (39,90%) i 91 žena (59,50%), a 1 ispitanik (0,7%) nije se želio odrediti po spolu (usp. *Tablica 1*).

Tablica 1. Spol ispitanika

Br.	Spol	Broj ispitanika	Postotak
1.	Ženski	91	39,9%
2.	Muški	61	59,5%
3.	Neodređeno	1	0,7%
	Ukupno	153	100%

3.3.2. Dobne skupine ispitanika

Drugo pitanje iz demografske strukture odnosi se na dobnu skupinu ispitanika. Ispitanicima je postavljeno pitanje: *Kojoj dobnoj skupini pripadate?* Ispitanici su trebali označiti jedan od ponuđenih odgovora: 1) do 18 godina; 2) 19-25 godina; 3) 26-35 godina; 4) 36-45 godina; 5) 46-55 godina; 6) 56-65 godina; 7) stariji od 66 godina.

Najviše ispitanika ima u dobnoj skupini od 19 do 25 godina: 78 ispitanika (51%). Najmanje je ispitanika bilo u dobnoj skupini starijih od 66 godina – jedan ispitanik (0,7%). Ispitanika do 18 godina starosti bilo je četiri (2,6%). Ispitanika u dobi od 26 do 36 godina bilo je 24 (15,7%), u dobi od 26. do 45 godina bilo je 25 (16,3%), u dobi od 46 do 55 godina bio je 16 (10,5%), a u dobi od 56 do 66 godina pilo je 5 (3,3%) (usp. *Tablica 2*).

Tablica 2. Dobne skupine ispitanika

Br.	Dobna skupina	Broj ispitanika	Postotak
1.	Do 18 godina	4	2,6%
2.	19-25 godina	78	51%
3.	26-35 godina	24	15,7%
4.	36-45 godina	25	16,3%
5.	46-55 godina	16	10,5%
6.	56-65 godina	5	3,3%
7.	Stariji od 66 godina	1	0,7%

3.3.3. Stupanj obrazovanja ispitanika

Treće anketno pitanje odnosi se na stupanj obrazovanja ispitanika: *Koji je Vaš stupanj obrazovanja?* Ispitanici su trebali označiti jedan od ponuđenih odgovora koji opisuju njihov najveći stečeni obrazovni status: 1) osnovna škola; 2) srednja škola; 3) preddiplomski studij ili viša stručna sprema; 4) diplomski studij; 5) doktorat.

Od 153 ispitanika najveći broj ima srednju stručnu spremu, njih 68 (44,4%). Potom slijedi 45 (29,4%) ispitanika koji imaju završen preddiplomski studij ili ekvivalentno tomu višu stručnu spremu. Diplomski studij ima završen 37 (24,2%) ispitanika, a s doktoratom su 3 (2%) ispitanika. Nijedan ispitanik nije samo sa završenom osnovnom školom (usp. *Tablica 3*).

Tablica 3. Stupanj obrazovanja ispitanika

Br.	Stupanj obrazovanja	Broj ispitanika	Postotak
1.	Osnovna škola	0	–
2.	Srednja škola	68	44,4%
3.	Preddiplomski studij ili viša stručna sprema	45	29,4%
4.	Diplomski studij	37	24,2%
5.	Doktorat	3	2%

3.3.4. Radni status ispitanika

U četvrtom anketnom pitanju ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Koje je Vaše zanimanje?* Ponuđeni odgovori bili su sljedeći: 1) učenik/učenica; 2) student/studentica; 3) zaposlen/zaposlena; 4) nezaposlen/nezaposlena; 5) umirovljenik/umirovljenica; 6) ostalo.

Većina je ispitanika zaposlena, njih 82 (53,6%). Po broju slijede studentice i studenti, kojih ima 56 (36,6%). Od ispitanika petero (3,3%) je nezaposlenih, četvero umirovljenika (2,6%) i dvoje učenika (1,3%). Četvero (2,6%) ispitanika nije se moglo svrstati ni u jednu od ponuđenih kategorija (usp. *Tablica 4*).

Tablica 4. Radni status ispitanika

Br.	Radni status	Broj ispitanika	Postotak
1.	Učenik/učenica	2	1,3%
2.	Student/studentica	56	36,6%

3.	Zaposlen/zaposlena	82	53,6%
4.	Nezaposlen/nezaposlena	5	3,3%
5.	Umirovljenik/umirovljenica	4	2,6%
6.	Ostalo	4	2,6%

3.3.5. Bračni status ispitanika

U petom anketnom pitanju ispitanici su odgovarali na pitanje: *Koji je Vaš bračni status?* Ispitanici su mogli odabrati između sljedećih ponuđenih odgovora: 1) oženjen ili udana; 2) neoženjen ili neudana; 3) rastavljen ili rastavljena; 4) udovac ili udovica; 5) životno partnerstvo; f) ostalo.

Najviše je bilo neudanih, odnosno neoženjenih ispitanika, njih 78 (51%). Taj je rezultat u skladu s očekivanim jer je po dobi najviše ispitanika od 19 do 25 godina starosti. Sljedeći su po brojnosti oženjeni ispitanici i udane ispitanice, koji ima 33 (21,6%). Petnaestero (9,8%) ispitanika živi u životnom partnerstvu, šestero (3,9%) je rastavljeno, a troje (2%) su udovci ili udovice. Velik broj ispitanika nije se pronašao ni u jednoj od navedenih kategorija, njih 18 (11,8%) (usp. *Tablica 5*).

Tablica 5. Bračni status ispitanika

Br.	Bračni status	Broj ispitanika	Postotak
1.	Oženjen/udana	33	21,6%
2.	Neoženjen/neudana	78	51%
3.	Rastavljen/rastavljena	6	3,9%
4.	Udovac/udovica	3	2%
5.	Životno partnerstvo	15	9,8%
6.	Ostalo	18	11,8%

3.3.6. Mjesečni dohodak ispitanika

U šestom anketnom pitanju ispitanici su odgovarali na pitanje: *Koja su Vaša mjesečna primanja?* Mogli su birati između sljedećih opcija koje izražavaju koliko prosječno zarađuju u eurima: 1) nemam vlastita primanja; 2) do 500 eura; 3) od 501 do 1.000 eura; 4) od 1.001 do 1.500 eura; 5) od 1.501 do 2.000 eura; 6) od 2.001 do 2.500 eura; 7) od 2.501 do 3.000 eura; 8) više od 3.000 eura.

Najviše ispitanika zarađuje između 501 eura i 1.000 eura, njih 57 (37,3%). Potom slijede oni kojih su prihodi do 500 eura mjesečno, kojih ima 30 (19,6%). Vlastitih prihoda nema 28 (18,3%) ispitanika. Nešto je veća i skupina onih koji zarađuju između 1.001 eura i 1.500 eura – takvih je 23 (15%). Najmanje ima onih s višim prihodima: između 2.001 eura i 2.500 eura zarađuju četiri (2,6%) ispitanika, a jedan (0,7%) ispitanik zarađuje između 2.501 eura i 3.000 eura. Nitko od ispitanika ne zarađuje više od 3.000 eura (usp. *Tablica 6*).

Tablica 6. Mjesečni dohodak ispitanika

Br.	Mjesečni dohodak	Broj ispitanika	Postotak
1.	Nemam vlastita primanja	28	18,3%
2.	Do 500 eura	30	19,6%
3.	501 – 1.000 eura	57	37,3%
4.	1.001 – 1.500 eura	23	15%
5.	1.501 – 2.000 eura	10	6,5%
6.	2.001 – 2.500 eura	4	2,6%
7.	2.501 – 3.000 eura	1	0,7%
8.	Više od 3.000 eura	0	0%

3.3.7. Mjesto života ispitanika

Sedmo anketno pitanje odnosi se na županiju u kojoj ispitanik živi te su ispitanici odgovarali na pitanje: *U kojoj županiji trenutno živite?* Ponuđeni odgovori bili su sljedeći: 1) Grad Zagreb; 2) Zagrebačka županija; 3) Krapinsko-zagorska županija; 4) Sisačko-moslavačka

županija; 5) Karlovačka županija; 6) Varaždinska županija; 7) Koprivničko-križevačka županija; 8) Bjelovarsko-bilogorska županija; 9) Primorsko-goranska županija; 10) Ličko-senjska županija; 11) Virovitičko-podravska županija; 12) Požeško-slavonska županija; 13) Brodsko-posavska županija; 14) Zadarska županija; 15) Osječko-baranjska županija; 16) Šibensko-kninska županija; 17) Vukovarsko-srijemska županija; 18) Splitsko-dalmatinska županija; 19) Istarska županija; 20) Dubrovačko-neretvanska županija; 21) Međimurska županija; 22) Izvan Republike Hrvatske.

Najveći broj ispitanika živi u Zagrebu, njih 120 (79,1%). Potom slijedi Zagrebačka županija, iz koje se je istraživanju odazvalo 13 (8,5%) ispitanika. Petero (3,3%) ispitanika je iz Sisačko-moslavačke županije. Tri (2%) su se ispitanika javila iz Koprivničko-križevačke županije. Po dva (1,3%) su ispitanika iz Varaždinske županije, Zadarske županije, Splitsko-dalmatinske županije i Istarske županije. Po jedan (0,7%) ispitanik javio se je iz Osječko-baranjske županije, Vukovarsko-srijemske županije i izvan Republike Hrvatske. Ostale županije nisu zastupljene ni s jednim ispitanikom (usp. *Tablica 7*).

Tablica 7. Mjesto života ispitanika

Br.	Mjesto boravka	Broj ispitanika	Postotak
1.	Grad Zagreb	120	79,1%
2.	Zagrebačka županija	13	8,5%
3.	Krapinsko-zagorska županija	0	–
4.	Sisačko-moslavačka županija	5	3,3%
5.	Karlovačka županija	0	–
6.	Varaždinska županija	2	1,3%
7.	Koprivničko-križevačka županija	3	2%
8.	Bjelovarsko-bilogorska županija	0	–
9.	Primorsko-goranska županija	0	–
10.	Ličko-senjska županija	0	–
11.	Virovitičko-podravska županija	0	–
12.	Požeško-slavonska županija	0	–
13.	Brodsko-posavska županija	0	–

14.	Zadarska županija	2	1,3%
15.	Osječko-baranjska županija	1	0,7%
16.	Šibensko-kninska županija	0	–
17.	Vukovarsko-srijemska županija	1	0,7%
18.	Splitsko-dalmatinska županija	2	1,3%
19.	Istarska županija	2	1,3%
20.	Dubrovačko-neretvanska županija	0	–
21.	Međimurska županija	0	–
22.	Izvan Republike Hrvatske	1	0,7%

3.3.8. Korištenje akronima u svakodnevnom životu

Osmo anketno pitanje odnosi se na zastupljenost korištenja akronima u svakodnevnom životu ispitanika, koji su trebali odgovoriti na pitanje: *Koristite li akronime u svakodnevnom životu?* Trebalo je odabrati između sljedećih ponuđenih odgovora: 1) da; 2) ne; 3) ne razumijem pitanje.

Od 153 ispitanika njih 112 (73,2%) koristi akronime u svakodnevnom životu, a 40 (26,1%) ispitanika ne koristi akronime. Jedan ispitanik (0,7%) izjasnio se je da ne razumije pitanje (usp. *Tablica 8*).

Tablica 8. Korištenje akronima u svakodnevnom životu

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Da	112	73,2%
2.	Ne	40	26,1%
3.	Ne razumijem pitanje	1	0,7%

3.3.9. Korištenje engleskih akronima

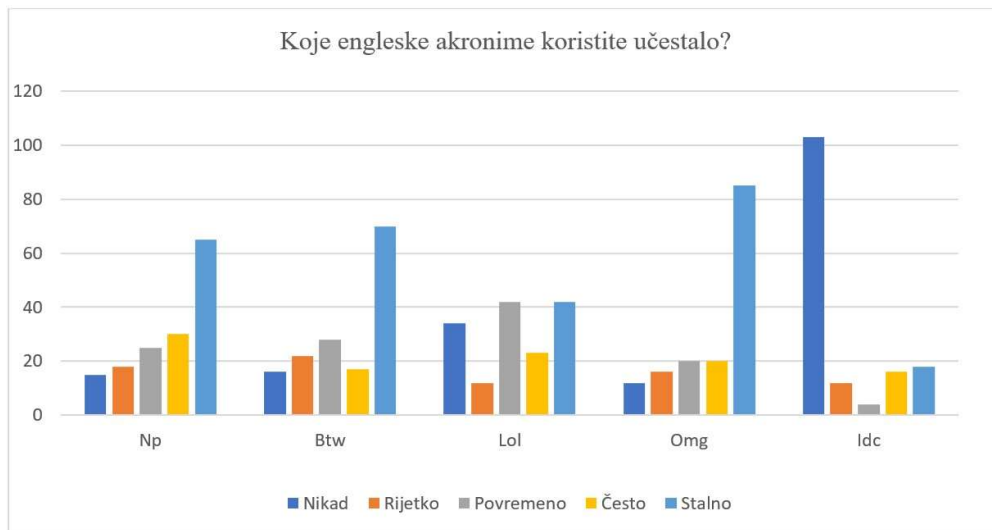
Deveto anketno pitanje odnosi se na zastupljenost korištenja engleskih akronima. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Koje engleske akronime koristite učestalo?* Prikazani su im sljedeći engleski akronimi: 1) NP; 2) BTW; 3) LOL; 4) OMG; 5) IDC. Za svaki akronim mogli su odrediti jednu od pet razina učestalosti: a) nikad; b) rijetko; c) povremeno; d) često; e) stalno.

Engleski akronim NP učestalo koristi 65 ispitanika, 30 često, 25 povremeno, 18 rijetko, a 15 ispitanika ne koristi taj akronim. Engleski akronim BTW učestalo koristi 70 ispitanika, 17 često, 28 povremeno, 22 rijetko, a 16 ispitanika ne koristi taj akronim. Engleski akronim LOL učestalo koristi 42 ispitanika, 23 često, 42 povremeno, 12 rijetko, a 34 ispitanika ne koristi taj akronim. Engleski akronim OMG učestalo koristi 85 ispitanika, 20 često, 20 povremeno, 16 rijetko, a 12 ispitanika ne koristi taj akronim. Engleski akronim IDC učestalo koristi 18 ispitanika, 16 često, 4 povremeno, 12 rijetko, a 103 ispitanika ne koristi taj akronim (usp. *Tablica 9* i *Grafikon 1*).

Iz takve distribucije proizlazi da je kod ispitanika najpopularniji i najčešće korišteni engleski akronim OMG, koji učestalo koristi 85 ispitanika. Odmah poslije njega po učestalosti slijedi engleski akronim BTW, za koji se je izjasnilo da ga stalno koristi 70 ispitanika. Najslabije je zastupljen akronim IDC, koji učestalo koristi 18 ispitanika, a 103 ispitanika ne koriste ga nikada.

Tablica 9. Korištenje engleskih akronima

Br.	Akronim	Nikad	Rijetko	Povremeno	Često	Stalno
1.	NP	15	18	25	30	65
2.	BTW	16	22	28	17	70
3.	LOL	34	12	42	23	42
4.	OMG	12	16	20	20	85
5.	IDC	103	12	4	16	18



Grafikon 1. Distribucija korištenja engleskih akronima

3.3.10. Korištenje hrvatskih akronima

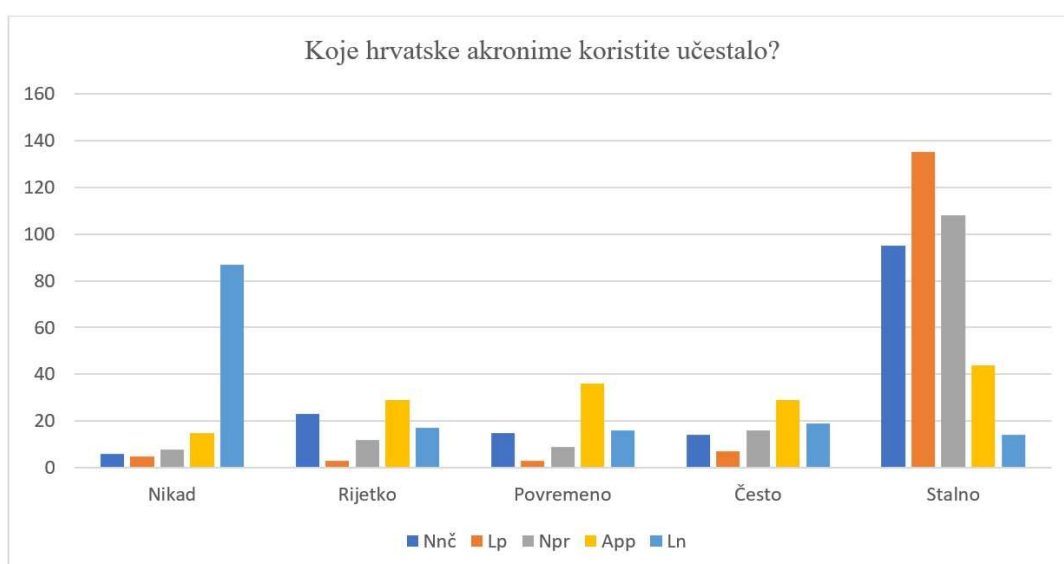
Deseto anketno pitanje odnosi se na zastupljenost korištenja hrvatskih akronima. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Koje hrvatske akronime koristite učestalo?* Prikazani su im sljedeći engleski akronimi: 1) NNČ; 2) LP; 3) NPR; 4) APP; 5) LN. Za svaki akronim mogli su odrediti jednu od pet razina učestalosti: a) nikad; b) rijetko; c) povremeno; d) često; e) stalno.

Hrvatski akronim NNČ učestalo koristi 95 ispitanika, 14 često, 15 povremeno, 23 rijetko, a 6 ispitanika ne koristi taj akronim. Hrvatski akronim LP učestalo koristi 135 ispitanika, 7 često, 3 povremeno, 3 rijetko, a 5 ispitanika ne koristi taj akronim. Hrvatski akronim NPR učestalo koristi 108 ispitanika, 16 često, 9 povremeno, 12 rijetko, a 8 ispitanika ne koristi taj akronim. Hrvatski akronim APP učestalo koristi 44 ispitanika, 29 često, 36 povremeno, 29 rijetko, a 15 ispitanika ne koristi taj akronim. Hrvatski akronim LN učestalo koristi 14 ispitanika, 19 često, 16 povremeno, 17 rijetko, a 87 ispitanika ne koristi taj akronim (usp. *Tablica 10* i *Grafikon 2*).

Iz takve distribucije proizlazi da je kod ispitanika najpopularniji i najčešće korišteni hrvatski akronim LP, koji učestalo koristi 135 ispitanika. Odmah poslije njega po učestalosti slijedi hrvatski akronim NPR, za koji se je izjasnilo da ga stalno koristi 108 ispitanika. Najslabije je zastupljen hrvatski akronim LN, koji učestalo koristi 14 ispitanika, a 87 ispitanika ne koriste ga nikada.

Tablica 10. Korištenje hrvatskih akronima

Br.	Akronim	Nikad	Rijetko	Povremeno	Često	Stalno
1.	NNČ	6	23	15	14	95
2.	LP	5	3	3	7	135
3.	NPR	8	12	9	16	108
4.	APP	15	29	36	29	44
5.	LN	87	17	16	19	14



Grafikon 2. Distribucija korištenja hrvatskih akronima

3.3.11. Koriste li mladi danas više akronime?

Jedanaesto anketno pitanje odnosi se na istraživanje mišljenja ispitanika o tom koriste li mladi danas više akronime. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Slazete li se s tvrdnjom da mladi danas više koriste akronime?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito se ne slažem; 2) Ne slažem se; 3) Niti se slažem niti se ne slažem; 4) Slažem se; 5) Izrazito se slažem.

Najveći broj ispitanika, njih 80 (52,3%) izrazito se slaže tvrdnjom da mladi danas više koriste akronime, a 51 (33,3%) složilo se je s tom tvrdnjom. O tvrdnji nema mišljenje 12 (7,8%) ispitanika. Ne slaže se s tvrdnjom sedmero (4,6%) ispitanika, a izrazito se ne slaže troje (2%) ispitanika. Iz toga proizlazi da se više od polovice ispitanika slaže s time da mladi danas više koriste akronime, i to 131 (85,6%) ispitanik (usp. *Tablica 11*).

Tablica 11. Mišljenje ispitanika o tom koriste li mladi danas više koriste akronime

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	3	2%
2.	Ne slažem se	7	4,6%
3.	Niti se slažem niti se ne slažem	12	7,8%
4.	Slažem se	51	33,3%
5.	Izrazito se slažem	80	52,3%

3.3.12. Je li tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca?

Dvanaesto anketno pitanje odnosi se na istraživanje mišljenja ispitanika o tom je li tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Slažete li se s tvrdnjom da je tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito se ne slažem; 2) Ne slažem se; 3) Niti se slažem niti se ne slažem; 4) Slažem se; 5) Izrazito se slažem.

Najveći broj ispitanika, njih 50 (32,7%) složilo se je s tvrdnjom da je tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca, a 48 (31,4%) ispitanika izrazito se je složilo s tom tvrdnjom. O tvrdnji nemaju mišljenje 42 (27,5%) ispitanika. Ne slaže se s tvrdnjom desetero (6,5%) ispitanika, a izrazito se ne slaže troje (2%) ispitanika (usp. *Tablica 12*). Iz toga proizlazi da se više od polovice ispitanika slaže s time da mladi danas više koriste akronime.

Tablica 12. Mišljenje ispitanika o tom je li tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	3	2%
2.	Ne slažem se	10	6,5%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	42	27,5%
4.	Slažem se	50	32,7%
5.	Izrazito se slažem	48	31,4%

3.3.13. Karakteristike uporabe akronima

U trinaestom anketnom pitanju ispitivano je mišljenje ispitanika o karakteristikama uporabe akronima. Ispitanicima je postavljeno pitanje: *Na što od navedenoga ukazuje uporaba akronima?* Ispitanici su se trebali izjasniti o sljedećim karakteristikama: a) Brzina pisanja; b) Moderan način pisanja; c) Uspješnost u pisanju; d) Opća kultura pisanja; e) Mladenački način pisanja; f) Površnost u pisanju; g) Nepismenost. Za svaku od karakteristika mogli su odabrati jedan od sljedećih stupnjeva suglasnosti: 1) Izrazito se ne slažem, 2) Ne slažem se; 3) Niti se slažem niti se ne slažem; 4) Slažem se; 5) Izrazito se slažem.

Najveći broj ispitanika, njih 66 (43,13%), slaže s tim da je korištenje akronima povezano s brzinom pisanja, a 61 (39,86%) ispitanika izrazito se slaže s tom tvrdnjom. O toj tvrdnji nema mišljenje 16 (10,45%) ispitanika. S tvrdnjom se ne slaže šest (3,92%) ispitanika, a izrazito se ne slažu četiri (2,61%) ispitanika (usp. *Tablica 13*).

Najveći broj ispitanika, njih 60 (39,21%), slaže s tim da je korištenje akronima povezano s modernim načinom pisanja, a 42 (27,45%) ispitanika izrazito se slaže s tom tvrdnjom. O toj tvrdnji nema mišljenje 30 (19,60%) ispitanika. S tvrdnjom se ne slaže trinaest (8,49%) ispitanika, a izrazito se ne slaže osam (5,22%) ispitanika (usp. *Tablica 14*).

Najveći broj ispitanika, njih 55 (35,94%), nema mišljenje o tom je li korištenje akronima povezano s uspješnosti u pisanju. Da je korištenje akronima povezano s uspješnosti u pisanju ne

slaže se 48 (31,37%) ispitanika, a 33 (21,56%) ispitanika izrazito se ne slaže. 15 (9,80%) ispitanika slaže se s time da je korištenje akronima povezano s uspješnosti u pisanju, a dva (1,30%) ispitanika izrazito se slažu. Većina ispitanika, dakle, nije suglasna s tvrdnjom da je karakteristika onih koji se koriste akronimima uspješnost u pisanju (usp. *Tablica 15*).

Najveći broj ispitanika, njih 49 (32,02%), ne slaže se s tim da je korištenje akronima povezano s općom kulturom pisanja, a 42 (27,45%) ispitanika izrazito se ne slažu s tom tvrdnjom. O toj tvrdnji nema mišljenje 38 (24,83%) ispitanika. S tvrdnjom se slaže 22 (14,37%) ispitanika, a izrazito se slažu dva (1,30%) ispitanika (usp. *Tablica 16*). Dakle, većina ispitanika smatra da korištenje akronima nije povezano s općom kulturom pisanja.

Najveći broj ispitanika, njih 71 (46,40%), slaže s tim da je korištenje akronima povezano s mladenačkim načinom pisanja, a 50 (32,68%) ispitanika izrazito se slaže s tom tvrdnjom. O toj tvrdnji nema mišljenje 21 (13,72%) ispitanik. S tvrdnjom se ne slaže osam (5,22%) ispitanika, a izrazito se ne slažu tri (1,96%) ispitanika (usp. *Tablica 17*). Dakle, većina ispitanika smatra da korištenje akronima povezano s mladenačkim načinom pisanja.

Najveći broj ispitanika, njih 43 (28,10%), nema mišljenje o tom je li korištenje akronima povezano s površnosti u pisanju. Da je korištenje akronima povezano s površnosti u pisanju slaže se 41 (26,79%) ispitanik, a isto toliko ispitanika se izrazito slaže. S tvrdnjom se ne slaže 20 (13,07%) ispitanika, a izrazito se ne slažu 8 (5,22%) ispitanika (usp. *Tablica 18*). Dakle, većina ispitanika korištenje akronima povezuje s površnosti u pisanju

Najveći broj ispitanika, njih 44 (28,75%), ne slaže se s tim da je korištenje akronima povezano s nepismenosti, a 25 (16,34%) ispitanika izrazito se ne slažu s tom tvrdnjom. O toj tvrdnji nema mišljenje 43 (28,10%) ispitanika. S tvrdnjom se slaže 20 (13,07%) ispitanika, a izrazito se slaže 21 (13,72%) ispitanik (usp. *Tablica 19*). Distribucija odgovora je podjednaka, no čini se da većina ispitanika ipak ne misli da je korištenje akronima povezano s nepismenosti.

Tablica 13. Mišljenje ispitanika o tom da je korištenje akronima povezano s brzinom pisanja

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	4	2,61%
2.	Ne slažem se	6	3,92%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	16	10,45%
4.	Slažem se	66	43,13%
5.	Izrazito se slažem	61	39,86%

Tablica 14. Mišljenje ispitanika o tom da je korištenje akronima povezano s modernim načinom pisanja

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	8	5,22%
2.	Ne slažem se	13	8,49%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	30	19,60%
4.	Slažem se	60	39,21%
5.	Izrazito se slažem	42	27,45%

Tablica 15. Mišljenje ispitanika o tom da je korištenje akronima povezano s uspješnosti u pisanju

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	33	21,56%
2.	Ne slažem se	48	31,37%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	55	35,94%
4.	Slažem se	15	9,80%
5.	Izrazito se slažem	2	1,30%

Tablica 16. Mišljenje ispitanika o tom da je korištenje akronima povezano s općom kulturom u pisanju

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	42	27,45%
2.	Ne slažem se	49	32,02%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	38	24,83%
4.	Slažem se	22	14,37%
5.	Izrazito se slažem	2	1,30%

Tablica 17. Mišljenje ispitanika o tom da je korištenje akronima povezano s mladenačkim načinom pisanja

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	3	1,96%
2.	Ne slažem se	8	5,22%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	21	13,72%
4.	Slažem se	71	46,40%
5.	Izrazito se slažem	50	32,68%

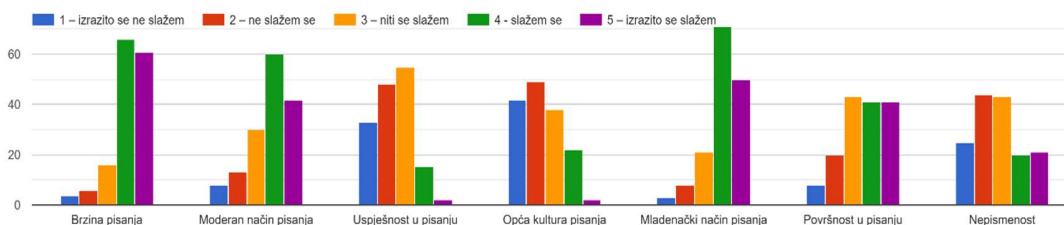
Tablica 18. Mišljenje ispitanika o tom da je korištenje akronima povezano s površnosti u pisanju

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	8	5,22%
2.	Ne slažem se	20	13,07%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	43	28,10%
4.	Slažem se	41	26,79%
5.	Izrazito se slažem	41	26,79%

Tablica 19. Mišljenje ispitanika o tom da je korištenje akronima povezano s nepismenosti

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	25	16,34%
2.	Ne slažem se	44	28,75%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	43	28,10%
4.	Slažem se	20	13,07%
5.	Izrazito se slažem	21	13,72%

13. Na što od navedenoga ukazuje uporaba akronima? (Označite brojevima od 1 do 5; 1 – izrazito se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem, niti se ne slažem, 4 – slažem se, 5 – izrazito se slažem).



Grafikon 3. Karakteristike uporabe akronima

3.3.14. Korištenje akronima u pisanju

U četrnaestom anketnom pitanju ispitivano je koliko ispitanici koriste akronime u pisanju. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Koliko često koristite akronime u pisanju?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito ne koristim; 2) Ne koristim; 3) Niti koristim niti ne koristim; 4) Koristim; 5) Izrazito koristim.

Većina je ispitanika, njih 60 (39,2%), odgovorila da niti koristi niti ne koristi akronime. Najviše se je ispitanika izjasnilo da akronime koristi, njih 43 (28,1%), a 12 (7,8%) se je izjasnilo da izrazito koriste akronime. 26 (17%) ispitanika izjavilo je da ne koriste akronime, a 12 (7,8%) je iskazalo da izrazito ne koriste akronime (usp. *Tablica 20*).

Tablica 20. Učestalost korištenja akronima kod ispitanika

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito ne koristim	12	7,8%
2.	Ne koristim	26	17%
3.	Niti koristim niti ne koristim	60	39,2%
4.	Koristim	43	28,1%
5.	Izrazito koristim	12	7,8%

3.3.15. Smeta li vam akronim kao poruka?

U petnaestom anketnom pitanju ispitivano je smeta li ispitanicima da dobiju akronim u poruci. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Smeta li Vam kada dobijete akronim kao poruku?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito mi ne smeta; 2) Ne smeta; 3) Niti smeta niti ne smeta; 4) Smeta; 5) Izrazito smeta.

Većina ispitanika, njih 50 (32,7%) izjasnila se je da im ne smeta akronim u poruci, a 36 (23,5%) ispitanika izjasnilo se je da im izrazito ne smeta. 43 (28,1%) ispitanika nema mišljenje o tom. 16 (10,5%) ispitanika smeta kada dobiju akronim u poruci, a 8 (5,2%) ispitanika akronim izrazito smeta (usp. *Tablica 21*).

Tablica 21. Mišljenje ispitanika o tom smeta li im da dobiju akronim u poruci

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito mi ne smeta	36	23,5%
2.	Ne smeta	50	32,7%
3.	Niti smeta niti ne smeta	43	28,1%
4.	Smeta	16	10,5%
5.	Izrazito smeta	8	5,2%

3.3.16. Je li pisanje akronima korisno u svakodnevnom životu?

U šesnaestom anketnom pitanju ispitivano je mišljenje ispitanika o tom je li pisanje akronima korisno u svakodnevnom životu. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Slažete li se s izjavom da je pisanje akronima korisno u svakodnevnom životu?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito se ne slažem; 2) Ne slažem se; 3) Niti se slažem niti se ne slažem; 4) Slažem se; 5) Izrazito se slažem.

Većina ispitanika, njih 65 (42,5%) nema mišljenje o tom je li pisanje akronima korisno u svakodnevnom životu. S tvrdnjom se ne slaže 31 (20,3%) ispitanik, a izrazito se ne slaže 13 (8,5%) ispitanika. S tvrdnjom se slaže 30 (19,6%) ispitanika, a izrazito se slaže 14 (9,2%) ispitanika (usp. *Tablica 22*). Dakle, podjednak broj ispitanika se slaže i ne slaže s tvrdnjom i podjednak broj ispitanika se izrazito slaže i izrazito ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Tablica 22. Mišljenje ispitanika o tom je li pisanje akronima korisno u svakodnevnom životu

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	13	8,5%
2.	Ne slažem se	31	20,3%
3.	Niti se slažem, niti se ne slažem	65	42,5%
4.	Slažem se	30	19,6%
5.	Izrazito se slažem	14	9,2%

3.3.17. U kolikoj mjeri pisanje akronima utječe na vaš život?

Sedamnaesto anketno pitanje istražuje kolikoj mjeri pisanje akronima utječe na život ispitanika. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Što mislite u kojoj mjeri pisanje akronima utječe na Vaš život?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito ne utječe; 2) Ne utječe; 3) Niti utječe niti ne utječe; 4) Utječe; 5) Izrazito utječe.

Većina ispitanika, njih 49 (32%) nema mišljenje o tom utječe li pisanje akronima utječe na njihov život. Velika većina smatra da pisanje akronima nema utjecaja na njihov život, 48 (31,4%) ispitanika, ili izrazito ne utječe, 45 (29,4%) ispitanika. Samo 7 (4,6%) ispitanika misli da pisanje akronima na utječe njihov život, 4 (2,6%) ispitanika misle da pisanje akronima izrazito utječe na njihov život (usp. *Tablica 23*). Dakle, velika većina ispitanika ili ne misli da pisanje akronima utječe na njihov život ili smatra to nerelevantnim.

Tablica 23. Mišljenje ispitanika o tom utječe li pisanje akronima utječe na njihov život

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito ne utječe	45	29,4%
2.	Ne utječe	48	31,4%
3.	Niti utječe niti ne utječe	49	32%
4.	Utječe	7	4,6%
5.	Izrazito utječe	4	2,6%

3.3.18. Oblikuju li mediji danas pisanje akronima?

Osamnaesto anketno pitanje istražuje mišljenje ispitanika o tom oblikuju li mediji danas pisanje akronima. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Slažete li se s tvrdnjom da mediji danas oblikuju pisanje akronima?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito se ne slažem; 2) Ne slažem se; 3) Niti se slažem niti se ne slažem; 4) Slažem se; 5) Izrazito se slažem.

Većina ispitanika, njih 61 (39,9%) nema mišljenje o tom oblikuju li mediji danas pisanje akronima. Većina ostalih, njih 47 (30,7%) slaže se s tvrdnjom da mediji danas oblikuju pisanje akronima, a 19 (12,4%) ispitanika izrazito se slaže s tom tvrdnjom. S druge strane s tom se tvrdnjom ne slaže 20 (13,1%) ispitanika, a 6 (3,9%) ispitanika izrazito se ne slaže (usp. *Tablica 24*). Dakle, većina ispitanika prepoznaje utjecaj medija na pisanje akronima.

Tablica 24. Mišljenje ispitanika o tom obliku li mediji danas pisanje akronima

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	6	3,9%
2.	Ne slažem se	20	13,1%
3.	Niti se slažem niti se ne slažem	61	39,9%
4.	Slažem se	47	30,7%
5.	Izrazito se slažem	19	12,4%

3.3.19. Jesu li društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima?

Devetnaesto anketno pitanje istražuje mišljenje ispitanika o tom jesu li društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima. Ispitanici su trebali odgovoriti na pitanje: *Slažete li se s tvrdnjom da su društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima?* Ispitanici su mogli odabrati jedan od sljedećih odgovora: 1) Izrazito se ne slažem; 2) Ne slažem se; 3) Niti se slažem niti se ne slažem; 4) Slažem se; 5) Izrazito se slažem.

Većina ispitanika, njih 54 (35,3%), slaže se s tvrdnjom da su društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima. Čak 39 (25,5%) ispitanika izrazito se slaže s tom tvrdnjom, ali isto toliko ispitanika nema mišljenje o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 18 (11,8%) ispitanika, a izrazito se ne slažu 3 (2%) ispitanika (usp. *Tablica 25*). Dakle, velika većina ispitanika prepoznaje utjecaj društvenih mreža na korištenje akronima.

Tablica 25. Mišljenje ispitanika o tom koriste li mladi danas više akronime

Br.	Odgovor	Broj ispitanika	Postotak
1.	Izrazito se ne slažem	3	2%
2.	Ne slažem se	18	11,8%
3.	Niti se slažem niti se ne slažem	39	25,5%
4.	Slažem se	54	35,3%
5.	Izrazito se slažem	39	25,5%

3.4. Zaključak istraživanja

Prvi dio anketnoga upitnika sastojao se od osnovnih informacija o ispitanicima, to jest informacijama demografskoga tipa. Anketni upitnik ispunila su 153 ispitanika. Utvrđeno je da je većina ispitanika ženskoga spola (59,5%), a ispitanika muškoga spola bilo je 39,9%. Najveći broj ispitanika čini dobna skupina od 19 do 25 godina. Što se obrazovanja tiče, najveći broj ispitanika ima srednju stručnu spremu (44,4%). Najveći broj ispitanika ima primanja od 501 do 1.000 eura (37,3%).

Na početku istraživanja postavili smo dvije hipoteze, na koje smo pokušali dobiti odgovor od korisnika elektroničkih medija pomoću anketnoga upitnika. Na temelju njih došli smo do sljedećih zaključaka istraživanja:

Hipoteza 1. Akronimi su postali uobičajeni dio svakodnevne elektroničke komunikacije.

Prva hipoteza “Akronimi su postali uobičajeni dio svakodnevne elektroničke komunikacije” provjeravala se kroz četiri pitanja. Na pitanje koristite li akronime u svakodnevnom životu dobiven je odgovor “da” od 153 ispitanika, njih 112 koristi ih svakodnevno, a za tvrdnju “mladi danas više koriste akronime” dobiven je odgovor da se 80 ispitanika izrazito slaže s istom. Na pitanje “slazete li se s tvrdnjom da je tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca” najveći broj ispitanika, njih 50, odnosno 32,7% slaže se s tom tvrdnjom. Na pitanje “na što od navedenoga ukazuje uporaba akronima u komunikaciji” najveći broj ispitanika, njih 71, odgovorilo je na karakteristiku “mladenački način pisanja”, 66 ispitanika odabralo je karakteristiku “brzina pisanja”, 60 ispitanika “moderan način pisanja”, 55 ispitanika “uspješnost u pisanju”, 48 ispitanika “opća kultura pisanja”, 44 ispitanika “nepismenost”, 43 ispitanika za karakteristiku “površnost u pisanju”. Dakle, hipoteza “Akronimi su postali dio svakodnevne elektroničke komunikacije” potvrđena je kroz postavljena pitanja.

Hipoteza 2. Akronimi utječu na život i ponašanje korisnika elektroničkih medija.

Druga hipoteza “Akronimi utječu na život i ponašanje korisnika elektroničkih medija” provjeravala se kroz tri pitanja, postavljena u svrhu potvrđivanja ili negiranja hipoteze. Pitanje koje se odnosilo na karakteristike uporabe akronima dobili smo slijedeći odgovor: najveći broj ispitanika, njih 71, odgovorilo je na karakteristiku “mladenački način pisanja”, 66 ispitanika odabralo je karakteristiku “brzina pisanja”, 60 ispitanika “moderan način pisanja”, 55 ispitanika “uspješnost u pisanju”, 48 ispitanika “opća kultura pisanja”, 44 ispitanika “nepismenost”, 43 ispitanika za karakteristiku “površnost u pisanju”. Na pitanje “mediji danas oblikuju pisanje akronima”, od 153 ispitanika, 61 ispitanik se slaže s tvrdnjom gdje je hipoteza 2 djelomično potvrđena. Na pitanje jesu li društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima, 54 ispitanika se slaže s tom tvrdnjom, što znači da je hipoteza 2 djelomično potvrđena.

4. Zaključak

U suvremenom svijetu mnogi građani imaju profile na raznim društvenim mrežama kao što su Facebook, Twitter, Instagram, Tik-Tok i sl., na kojima komuniciraju porukama u *messengeru*, objavljuju razne sadržaje te komentiraju tuđe i svoje objave, a isto tako komentiraju objave različitih portala. Na mobitelima imamo instalirane aplikacije kao što su WhatsApp, Viber i dr., kojima komuniciramo kako u privatnom tako i u poslovnom okruženju. Akronimi su postali vrlo bitan dio same komunikacije, pogotovo mlađe generacije. Danas mladi ne koriste samo hrvatske akronime, nego sve više koriste i engleske akronime.

Radi uštede vremena uporaba akronima sve više raste, što mlađa populacija vrlo brzo prihvaća i iste prigrli, dok kod starije populacije dolazi do "šuma" u komunikaciji, te se isti teško prilagođavaju i uče nove akronime. Akronimi danas zamjenjuju cijele rečenice, jer nas na to tjera ubrzan ritam života. Uporabom akronima štedimo na vremenu koje danas svima manjka.

U radu smo prikazali kakva je zastupljenost korištenja akronima u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji te kakva je distribucija te zastupljenosti po dobnim skupinama.

U vremenu od 21. do 31. siječnja 2023. godine provedeno je istraživanje građana Republike Hrvatske o uporabi akronimima u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji kojom prilikom je sudjelovalo 153 ispitanika. Istraživanje je provedeno putem anketnoga upitnika koji se sastojao od 19 pitanja (7 pitanja su pitanja o općim podacima ispitanika, dok se 21 pitanje odnosilo na samu uporabu akronima u hrvatskoj elektroničkoj komunikaciji). Prije samoga istraživanja postavljene su dvije hipoteze, od kojih su obje potvrđene. Na temelju provedenoga istraživanja, a na osnovi postavljenih hipoteza, može se zaključiti kako su akronimi postali dio svakodnevne elektroničke komunikacije te da utječu na život i ponašanje korisnika elektroničkih medija.

Nakon statističke obrade došli smo do zaključka da su akronimi postali uobičajeni dio svakodnevne elektroničke komunikacije. Na pitanje koristite li akronime u svakodnevnom životu

dobiven je odgovor “da” od 153 ispitanika, njih 112 koristi ih svakodnevno, a za tvrdnju “mladi danas više koriste akronime” dobiven je odgovor da se 80 ispitanika izrazito slaže s istom. Na pitanje “slažete li se s tvrdnjom da je tehničko-tehnološki napredak važan čimbenik u većem korištenju akronima u svakodnevnom životu pojedinca” najveći broj ispitanika, njih 50, odnosno 32,7% slaže se s tom tvrdnjom. Na pitanje “na što od navedenoga ukazuje uporaba akronima u komunikaciji” najveći broj ispitanika, njih 71, odgovorilo je na karakteristiku “mladenački način pisanja”, 66 ispitanika odabralo je karakteristiku “brzina pisanja”, 60 ispitanika “moderan način pisanja”, 55 ispitanika “uspješnost u pisanju”, 48 ispitanika “opća kultura pisanja”, 44 ispitanika “nepismenost”, 43 ispitanika za karakteristiku “površnost u pisanju”. Pitanje koje se odnosilo na karakteristike uporabe akronima dobili smo slijedeći odgovor: najveći broj ispitanika, njih 71, odgovorilo je na karakteristiku “mladenački način pisanja”, 66 ispitanika odabralo je karakteristiku “brzina pisanja”, 60 ispitanika “moderan način pisanja”, 55 ispitanika “uspješnost u pisanju”, 48 ispitanika “opća kultura pisanja”, 44 ispitanika “nepismenost”, 43 ispitanika za karakteristiku “površnost u pisanju”. Na pitanje “mediji danas oblikuju pisanje akronima”, od 153 ispitanika, 61 ispitanik se slaže s tvrdnjom. Na pitanje jesu li društvene mreže narušile naš osjećaj za mjeru u pisanju akronima, 54 ispitanika se slaže s tom tvrdnjom.

5. Literatura

- Babić, Stjepan; Finka, Božidar; Moguš, Milan (1996). *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Školska knjiga.
- Badurina, Lada; Marković, Ivan; Mićanović, Krešimir (2008). *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Matica hrvatska.
- Družeta, Elena; Zgrabljic Rotar, Nada (2017). Uloga Facebooka u sentimentalnim odnosima mladih. *Medijske studije*, 8(16), str. 78-98.
- Farina, Francesca; Lyddy, Fiona (2011). The Language of Text Messaging: “Linguistic Ruin” or Resource? *The Psychologist*, 37(6), str. 145-149. <https://nl.ijs.si/janes/wp-content/uploads/2014/09/farinalyddy11.pdf> (10. travnja 2023.)
- Hudes, Sammy (2015). What's it like to coin the term LOL? *Calgary Herald* (7. listopada). <https://calgaryherald.com/news/local-news/whats-it-like-to-coin-the-term-lol> (10. travnja 2023.)
- Jozić, Željko (ur.) (2013). *Hrvatski pravopis*. Zagreb: Institut za hrvatski jezik i jezikoslovlje.
- Ladan, Tomislav (2000). *Riječi: Značenje, uporaba, podrijetlo*. Zagreb: Novela media.
- Ladan, Tomislav (2009). *Život riječi: Etimologija i uporaba*. Zagreb: Novela media.
- Nuwer, Rachel (2012). The First Use of OMG Was in a 1917 Letter to Winston Churchill. *Smithsonian Magazine* (27. studenoga). <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/the-first-use-of-omg-was-in-a-1917-letter-to-winston-churchill-145636383/> (10. travnja 2023.)
- Pišковиć, Tatjana (2021). Hrvatsko rječotvorje na društvenim mrežama. U *Periferno u hrvatskom jeziku, kulturi i društvu: Zbornik radova 2. svezak* (str. 67-94). Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

- Tagliamonte, Sali A.; Denis, Derek (2008). Linguistic ruin? LOL! Instant messaging and teen language. *American Speech*, 83(1), str. 3-34. <https://nl.ijs.si/janes/wp-content/uploads/2014/09/tagliamontedenis08.pdf> (10. travnja 2023.)
- Vrsaljko, Slavica; Ljubimir, Tea (2013). Narušavanje pravopisne norme u ranojezičnoj neformalnoj komunikaciji (na primjeru sms poruka i internetske društvene mreže Facebook). *Magistra Iadertina*, 8(1), str. 155-163.
- Wallace, Kelly (2015). 28 Internet acronyms every parent should know. *CNN* (9. siječnja). <https://edition.cnn.com/2014/12/08/living/internet-acronyms-every-parent-should-know/index.html> (10. travnja 2023.)