

prikazi knjiga

Jezični priručnik Coca-Cola HBC Hrvatska

Izdavač: Coca-Cola HBC Hrvatska d. o. o., Zagreb, 2011.; format: 13,5 cm × 22 cm, meki uvez, 274 stranice; ISBN: 978-953-55515-1-5.

Postoji predrasuda prema kojoj područna predstavništva velikih multinacionalnih tvrtki imaju nemaran, pa čak i omalovažavajući odnos prema kulturi, jeziku i običajima lokalnih zajednica. Doista, da nas je netko prije godinu dana pitao koja je vjerojatnost da bi jedna takva tvrtka pokrenula izdavanje hrvatskoga jezičnog priručnika, jamačno bismo odgovorili da je to krajnje nevjerovatno. Pa ipak, upravo to se nedavno dogodilo – krajem prošle godine tvrtka *Coca-Cola HBC Hrvatska* javnosti je svečano predstavila svoj *Jezični priručnik*. No krenimo redom.

Prije nešto više od tri godine, u listopadu 2008., *Coca-Cola HBC Hrvatska* pokrenula je projekt *Kultura poslovne komunikacije*. Cilj je projekta bio podizanje razine poslovne komunikacije u tvrtki, a projekt je vodio Igor Čutuk, voditelj tvrtkina odjela za odnose s javnošću. U sklopu projekta krenulo se u izradu jezičnog priručnika prvotno namijenjenoga zaposlenicima tvrtke kao pomoć i savjet za podizanje razine jezične kulture u komunikaciji unutar tvrtke i izvan nje, u komunikaciji s poslovnim partnerima, kupcima i potrošačima. Na izradi priručnika radili su Lana Hudeček, znanstvena savjetnica iz Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje, Maja Matković, voditeljica lektorske službe u *Večernjem listu* te već spomenuti Igor Čutuk. Tijekom pripreme priručnika prikupljeno je više od dvije tisuće natuknica, pa je priručnik malo-pomalo prebacio svoju prvotnu namjenu, te je postalo jasno da bi mogao poslužiti kao dobro pomagalo i za opću primjenu te kao temelj za podizanje razine jezične kulture u poslovnoj komunikaciji općenito. Zato ga je *Coca-Cola HBC Hrvatska* odlučila pokloniti hrvatskoj javnosti te ga je nedavno objavila na internetu na adresi <http://www.prirucnik.hr/>.

Jezični priručnik Coca-Cola HBC Hrvatska u svom je tiskanom izdanju grafički jednostavno i ukusno opremljen, uz napomenu da je za glavni tekst možda ipak trebalo odabrati nešto veća slova radi lakšeg čitanja. U priručniku se izmjenjuju bijele i jarko crvene stranice, uz tek pokoji ružičasti i svijetlo sivu, a boje teksta su crna i crvena na bijeloj podlozi (što na trenutke ostavlja dojam da listate crkveni misal) te bijela na crvenoj podlozi. Dijelovi teksta koje se željelo posebno istaknuti otisnuti su jako povećanim slovima, često svega nekoliko riječi preko čitave stranice.

Sadržajno, priručnik se može podijeliti u dvije cjeline. Prvi dio je klasični jezični priručnik s jakim naglaskom na primjere iz poslovne komunikacije, dok je drugi dio rječnik u kojemu su navedene riječi, izrazi i pojmovi koji se često susreću u poslovnom, ali i općem jeziku, a ne pripadaju hrvatskomu standardnom jeziku, te se daje savjet kako ih i čime zamijeniti.

Jasno je da u ovom kratkom prikazu nije moguće ni izdaleka proći i prokomentirati sve što se u priručniku nalazi. Ipak, izdvojio bih nekoliko stvari. Prosječnom će čitatelju posebno dobro doći savjeti vezani uz pravila zapisivanja rednih brojeva, zatim sklanjanja pokrata (INA-e ili Ine, ali nikako ne INE), sklanjanja stranih imena i riječi (displaya, a ne display-a), sklanjanja brojeva dva, tri i četiri te



iznimno koristan i poučan ulomak o pravilnoj uporabi mocijskih parnjaka.

Vezano uz onih nekoliko općepoznatih jezičnih pitanja oko kojih su česta sporenja i polemike, ovaj jezični priručnik savjetuje Europska unija, a ne Europska Unija, te internet, a ne Internet. U ostalim takvim pitanjima priručnik uglavnom dopušta oba rješenja, pa su tako ispravni i zadaci i zadatci, i d. o. o. i d.o.o., a instrumental imena Mario može glasiti i s Mariom, i s Marijem (što baš i nije najsretnije rješenje, jer recimo da neka medijska kuća pošalje svoga novinara u Rim sa zadatkom da razgovara s bivšim premijerom Berlusconiem i s dopisnikom Tomaševićem, a novinar javi da je uspio razgovarati samo sa Silvijem, svakako bi bilo bolje imati jezično pravilo prema kojemu bi novinarova izjava bila jednoznačna).

Posebno me raduje činjenica da je *Jezični priručnik Coca-Cola HBC Hrvatska* jedan od rijetkih jezičnih priručnika koji propisuje razmak između broja i znaka posto (10 %, a ne 10%), što je u skladu s preporukama međunarodnih strukovnih društava i standardizacijskih tijela. Nadam se da će taj savjet pripomoći da takva praksa zaživi u hrvatskom jeziku.

Nažalost, u priručniku ima i savjeta s kojima se neću složiti. Kao zamjenu za sintagmu PET ambalaža priručnik nudi "plastična ambalaža", ignorirajući pritom činjenicu da je PET tek jedan od mnogih vrsta plastičnih materijala. Zanimljivo, istodobno za "PVC traka" nudi "PVC vrpca" (a ne "plastična vrpca").

Još je gori savjet prema kojemu bismo međunarodno prihvaćenu oznaku za molekulu deoksiribonukelinske kiseline, DNA, u hrvatskim tekstovima trebali prevoditi u DNK. No kako onda prevesti oznake poput anti-dsDNA ili tRNA^{Phe}? Konkretno, treba li možda prevoditi i Phe, oznaku za fenilalanin, i gdje uopće stati s takvim prevodenjem? A kad smo već kod fenilalanina, u priručniku je pogrešno napisan i na engleskom ("phenylalamin", umjesto phenylalanine) i na hrvatskom jeziku ("fenilalamin").

Međutim, unatoč tim pojedinim nedostacima, kakvih, budimo realni, ima u svakom jezičnom priručniku, mislim da je *Jezični priručnik Coca-Cole HBC Hrvatska* općenito gledano ipak pun pogo-

dak, ne samo u smislu podizanja razine opće jezične kulture nego i u marketinškom smislu. Naime, danas kada smo na svakom koraku okruženi bezbrojnim reklamama koje uglavnom doživljavamo kao naporne, nametljive i beskorisne, pravo je zadovoljstvo i osvježenje vidjeti da se netko reklamira dajući nam nešto što nam zaista koristi i što nas oplemenjuje. U tom smislu ovaj potez Coca-Cole HBC Hrvatska zaslužuje svaku pohvalu.

Nadam se da će ovakav model reklamiranja zaživjeti i da ćemo u skoroj budućnosti imati još primjera u kojima se oglašivač reklamira pokrećući slične društveno korisne projekte.

dr. sc. Tomislav Portada

HRVATSKO DRUŠTVO KEMIJSKIH INŽENJERA I TEHNOLOGA (HDKI)

i

ČASOPIS "KEMIJA U INDUSTRIJI" (KUI)

pozivaju vas na tribinu pod naslovom

**ZAŠTITA OKOLIŠA U HRVATSKOJ
U PROCESU PRISTUPANJA EUROPSKOJ UNIJI (EU)**

Predavanje

AZBEST U OKOLIŠU

Z. Habuš^a i E. Prohić^b

^aAnt d. o. o., Laboratorij za analitiku i toksikologiju

^bPrirodoslovno-matematički fakultet u Zagrebu, Geološki odsjek

održat će se u srijedu 28. ožujka 2012. od 14,00 – 16,00 sati
u prostorijama HIS-a, soba 14, Berislavićeva 6/1, 10 000 Zagreb

Veselimo se vašem dolasku!