

Pregledni rad
UDK 811.163.42'26:316.77
(17-34)
Primljeno 14. rujna 2012.

*Andrea Sapunar Knežević i Marijana Togonal**

Hrvatski jezični standard u jeziku javne komunikacije Uloga medija u oblikovanju hrvatske jezične svijesti i kulture

Sažetak

Iako u Hrvatskoj nije zakonski utvrđeno što sve pripada domeni javne komunikacije, nedvojbeno je da je medijski ili publicistički diskurs neizostavni dio javne komunikacije pa bi kao takav trebao poštivati određena komunikacijska i jezična pravila utvrđena normativnim priručnicima. Bez obzira što ni jedan od priručnika koji se bavi jezičnom/govornom problematikom nema status "obaveznog" pri jezičnom/govornom oblikovanju poruke koja se odašilje medijskim kanalima – tiskom, radiom, televizijom ili internetom – implicitno je određeno da se medijska poruka usklađuje sa standardnojezičnom normom hrvatskoga jezika. Jezična analiza hrvatskoga medijskog diskursa pokazuje sve veći stupanj otklona od standardnojezičnih normi koji se primarno kreću u dva smjera: priklanjanju raznovrsnim razgovornim oblicima hrvatskoga jezika i “anglizaciji” hrvatskoga leksičkoga korpusa.

Ključne riječi: javna komunikacija, mediji, standardnojezična norma, jezik publicističkog diskursa, jezična kultura

* Andrea Sapunar Knežević je doktorica znanosti i viša znanstvena suradnica Zavoda za povijest hrvatske književnosti, kazališta i glazbe HAZU, Hrvatska, e-pošta: andrea.sapunar@zg.htnet.hr, a Marijana Togonal je predavačica na Visokoj školi za odnose s javnošću i studij medija Kairos, Zagreb, Hrvatska, e-pošta: marijana.togonal@gmail.com

Review article

UDK 811.163.42'26:316.77

(17-34)

Received, September 14th, 2012

*Andrea Sapunar Knežević i Marijana Togonal**

Croatian language and public communication: The role of the media in the Croatian language and culture

Summary

Although the Croatian law does not specify what belongs to the domain of the public communication, it is certain that the media or press discourse represents a crucial segment of public communication. It is because of that very reason that such discourse should follow certain regulations pertaining to the communication and language rules which are fixed in the normative textbooks. Regardless of the fact that not a single textbook dealing with the issues of language and discourse bears the title “obligatory” for the process of language / speech formation of the message sent through the communication channels (press, radio, television or internet), it is implicitly understood that the message must be compatible with the standard language norm of the Croatian language. The language analysis of the Croatian media discourse shows an ever growing departure from the norms of the standard language. These departures basically move in two directions: they either favour the informal speech forms of the Croatian language or they anglicize the Croatian lexical corpus.

Key words: public communication, media, standard language norm, media discourse language, language culture

* Andrea Sapunar Knežević has PhD and she is a Senior Research Associate, Institute for the history of Croatian literature, theater and music, HAZU, Hrvatska, e-mail: andrea.sapunar@zg.htnet.hr, and Marijana Togonal is a lecturer at Kairos, Zagreb, Hrvatska, e-mail: marijana.togonal@gmail.com

O javnoj komunikaciji

U Hrvatskoj je tek načelno prihvaćeno određenje po kojem je javna komunikacija svaki tip komunikacije koji je na neki način upućen javnosti (za razliku od intrapersonalne, interpersonalne ili grupne komunikacije koja podrazumijeva ograničen broj sudionika u komunikacijskom činu). Međutim, prihvatimo li doista ovakvo određenje, već na samom početku nailazimo na problem. Iako se, primjerice, pravni diskurs smatra jednom od domena javne komunikacije, on u pravilu ima obilježja interpersonalne komunikacije. Odvija se najčešće između dva sudionika: pošiljatelja, predstavnika određenog državnog tijela i konkretnog, imenovanog primatelja. Unatoč ograničenom broju sudionika i činjenici što konkretno komuniciranje nije namijenjeno javnosti, ipak očekujemo da se ono odvija na jeziku koji nema obilježje privatnosti, dakle standardnom idiomu. Prema tome broj sudionika, kao i usmjerenost takve komunikacije k javnosti, odnosno istovremeno većem broju primatelja neće biti dostatno za opisivanje polja javne komunikacije. Hrvatski lingvist Dubravko Škiljan u knjizi *Javni jezik* polazište za razlikovanje privatne od javne komunikacije pronalazi u osnovnim elementima komunikacijskog procesa: pošiljatelju, primatelju, kodu, kanalu, poruci i kontekstu. Međutim, i sam je Škiljan, unatoč jasno izraženim polazišnim elementima, utvrdio da nije lako odvojiti područje javnog komuniciranja od onog privatnog. Uzmemo li u obzir samo sadržaj poruke i njenu usmjerenost k općedruštvenim interesima, što bi trebao biti preduvjet za javnu komunikaciju, mogu se javiti problemi jer ono što je od općeg interesa, smatra Škiljan, može biti predmet komuniciranja i unutar privatne komunikacije (Škiljan 2000). Isti je slučaj i s komunikacijskim kanalom, kao jednim od čimbenika u utvrđivanju djelokruga javne komunikacije: poruku koja je od javnog interesa i namijenjena je javnosti pošiljatelj ne mora nužno slati "javnim" kanalom, već može i privatnim (računalo), što je u suvremeno vrijeme sve češći slučaj. Ključnu razliku između privatne i javne komunikacije Škiljan ipak vidi u lingvističkoj terminologiji kojom se služe pošiljatelj i primatelj: poruke javne odnosno, privatne komunikacije. Svi ostali elementi su relativni i vjerojatno jednako zastupljeni u oba područja komuniciranja: privatnom i javnom.¹

¹ Vodeći se kriterijem *javnosti komunikacije* i *javnih uloga* koje sudionici komunikacijskog procesa obnašaju, Kovačević i Badurina razlikuju javni diskurs u užem smislu (jezik javne, društvene komunikacije) i javni diskurs u širem smislu (tzv. specijalizirani javni diskurs, znanstveni/akademski

Dok će se pri određivanju polja javne komunikacije zasigurno javiti različiti prijepori (ukoliko dođe do zakonskoga uređivanja jezika javne komunikacije), pri određivanju njezina jezika, problema ne bi trebalo biti. Hrvatski je jezik odavno prošao proces standardizacije (Brozović 1970, Katičić 1971 i dr.), on je normativno uređen i kodificiran, prema tome nema apsolutno nikakve lingvističke dvojbe da idiom javne komunikacije treba biti standardni idiom. Međutim, kao što je u Hrvatskoj tek paušalno i načelno, nepisanim pravilima određeno, što čini područje javne komunikacije (mediji, politika, religija, administracija, sudstvo, uprava, obrazovanje i slično), tako je načelno i implicitno određena jezična i komunikacijska norma koja bi trebala biti imanentna diskursu javne komunikacije, pa s pravom možemo utvrditi da je područje javne komunikacije u Hrvatskoj, s lingvističkog stajališta, još uvijek neuređeno.² Bez obzira na različite diskurse javne komunikacije i na činjenicu da se ona neće moći jednoznačno definirati s obzirom na različita polja djelovanja, ne trebamo očekivati probleme u potencijalnom institucionaliziranju njezinih jezično-komunikacijskih normi. Razlike među pojedinim diskursima javne komunikacije (baš kao i među pojedinim funkcionalnim stilovima hrvatskoga standardnoga jezika)³ prije svega se javljaju na leksičkoj i semantičkoj razini dok na pravopisnoj, pravogovornoj, gramatičkoj, morfološkoj ili sintaktičkoj u pravilu nema bitnih razlika.

te primijenjeni/stručni). Više u: Badurina, L. – Kovačević, M., *Raslojavanje jezične stvarnosti*, Izdavački centar Rijeka, Rijeka, 2001.

² Vijeće za normu hrvatskoga standardnog jezika pri Ministarstvu znanosti, obrazovanja i športa 18. svibnja 2010. raspravljalo je o *Prijedlogu Zakona o javnoj uporabi hrvatskoga jezika* te ga je poduprlo. Vijeće je istodobno dalo primjedbe i predložilo određene izmjene u tekstu *Prijedloga Zakona* koji je u saborsku proceduru krajem travnja 2010. uputio saborski zastupnik Dragutin Lesar. Podgorska deklaracija također predlaže Hrvatskome saboru prihvaćanje *Prijedlogu Zakona o javnoj uporabi hrvatskoga jezika* onako kako ga je predložilo Vijeće za normu hrvatskoga standardnog jezika. Deklaracija o položaju i uporabi hrvatskoga jezika u Republici Hrvatskoj i Europskoj uniji donesena je u sklopu znanstvenog skupa «Hrvatski jezik: od politički nepriznatog jezika do jednog od službenih jezika Europske unije» koji je održan od 20. do 22. svibnja 2010. u Podgori u sklopu Dana don Mihovila Pavlinovića, a deklaraciju je predsjedniku Hrvatskoga sabora Luki Bebiću uručila Dunja Brozović Rončević, ravnateljica Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje.

³ "Razlike između funkcionalnih stilova kao posebnih tipova izbora izražajnih mogućnosti jezika vrlo se jasno očituje u području leksika i leksičke semantike" (Samardžija 2001:41), dok se funkcionalni stilovi međusobno manje razlikuju po fonološkim i prozodijskim značajkama te morfološkim i sintaktičkim značajkama.

Medijski diskurs – jezično najutjecajniiji diskurs javne komunikacije

Mnoga istraživanja pokazala su da je od svih oblika javne komunikacije upravo publicistički diskurs najutjecajniiji čimbenik razvoja jezične svijesti i kulture pripadnika određene jezične zajednice. U kontekstu standardizacije i učvršćivanja standardnojezičnog idioma kao zajedničkog jezičnog koda dijalektalno razjedinjenih govornika hrvatskoga jezika u prošlosti je upravo tisak bio ključni integracijski čimbenik promoviravši standardni jezik kao nadjezičnu kategoriju i omogućivši njegovu prostornu disperziju na cjelokupno područje hrvatske jezične zajednice, koja je u prošlosti, osim politički, ekonomski, geografski i jezično neujedinjena. S obzirom na utvrđen visok stupanj jezično-obrazovne uloge, ali i potrebe da dopre do recipijenata svih obrazovnih, ekonomskih i dobnih struktura, jezik i govor kreatora publicističkoga diskursa trebao bi odgovarati zahtjevima strogih normi standardnoga jezika i ne bi smio sužavati normativnost jezika (Silić 2006). Međutim, jezična analiza suvremenoga publicističkoga diskursa pokazuje sve veću tendenciju otklona od standardnojezičnih normi⁴ i visok stupanj prijemljivosti raznovrsnim razgovornim oblicima hrvatskoga jezika i nehrvatskim jezičnim/govornim osobitostima, pri čemu osobito prednjače različiti oblici mrežne komunikacije.⁵

Analiza jezika medija, baš kao i određivanje i definiranje područja javne komunikacije, podrazumijeva različite polazne osnove odnosno interpretacijske ili analitičke korpuse. Pojavne oblike jezika tiskanih medija primarno analiziramo i interpretiramo u odnosu prema ortografskoj standardnojezičnoj normi (naravno ako se usuglasimo da je upravo standardni idiom, kao kohezijski element između idiomski različitih članova pojedinog kolektiva okupljenih u određenu državnu zajednicu, onaj idiom koji jedini može zadovoljiti zahtjeve javne komunikacije), dok se elektronički mediji prije svega oslanjaju, (ili bi se trebali oslanjati) na ortoepsku normu standardnoga jezika. Polazeći od različitih normativnih i

⁴ Analiza jezika informativnih tiskanih oblika u: Sapunar Knežević, A./Togonal, M. "Jezik i mediji. Trebaju li mediji biti čuvari hrvatskoga standardnog jezika?", Peti hrvatski slavistički kongres, Zbornik radova V (Zbornik radova s Petog hrvatskog slavističkog kongresa održanog u Rijeci od 7. do 10. rujna 2010.), Rijeka, 2011.

⁵ Posebnim radom bit će obuhvaćene jezične specifičnosti mrežne komunikacije koja, zbog iznimnog utjecaja na široke mase recipijenata i sve većeg odstupanja od standardnoga idioma, zahtijeva zasebnu analizu.

kodifikacijskih premisa pri oblikovanju govornoga odnosno pisanoga iskaza, različite su i "strategije oblikovanja poruke", ističe Badurina. "Razlike se očituju na svim jezičnim razinama, od fonetsko-fonološke, morfološke, leksičke, do sintaktičke te, napose, razine teksta. (...) Dok je usmena komunikacija uglavnom podržana auditivnim podražajima (koji u izravnom kontaktu među sudionicima mogu biti popraćeni i neverbalnim znakovima), komunikacija se s pisanim tekstom temelji na vizualnom kontaktu – ali ne među sudionicima komunikacijskog procesa, već s pisanim tekstom." (Badurina 2007:11) Izbor iz jezičnih sredstava sveukupnog sustava standardnoga jezika različito će, dakle, crpiti različiti oblici tiskanoga publicističkoga diskursa u odnosu prema verbalnoj publicističkoj formi. U analizi jezika medijskog diskursa trebamo uvažiti i razlike među pojedinim njegovim žanrovima koji primarno proizlaze iz novinarskih, a ne jezičnih uzusa, međutim za sobom povlače različite jezične realizacije koje se primarno očituju na razini stila, a manje na ostalim razinama standardnojezične norme (Silić 2006). Na "sužavanje normativnosti" (Silić 2006) utjecao je opći proces globalizacije koji je zahvatio i hrvatsko društvo, bitno promijenivši jezični (pisani/govoreni) iskaz osobito u kontekstu publicističkoga diskursa. Upravo su raznovrsni medijski komunikacijski kanali odigrali posredničku ulogu između engleskoga jezika, kao dominantnog komunikacijskog koda globaliziranoga svijeta, i primatelja poruke koju su ti isti mediji odašiljali primateljima na hrvatskom jezičnom i govornom području, ne vodeći pritom računa o potrebi usklađivanja poruke sa zahtjevima hrvatske standardne norme.

Rezultat je poznat: „anglizacija“ hrvatskoga jezičnoga korpusa koja se ne očituje samo na leksičkoj razini, već i na gramatičkoj, morfološkoj, semantičkoj, ali i pravopisnoj razini. Gotovo da i nema teksta u najprodavanijim hrvatskim novinama, kao i u radijskim i televizijskim emisijama svih žanrovskih odrednica u kojima se ne javljaju engleske riječi, unatoč činjenici što za takve engleske pojmove postoje hrvatske inačice. U vijestima slušamo i čitamo o *green field investicijama*, *due-diligencu*, *warm up duetima*, *hard copy dokumentima*, *location menadžerima*, *on line shoppingu*, *pay pall računima*, *IT kadrovima*, o različitim tipovima *sharinga* – *time sharingu*, *car sharingu*, *share* obiteljima - kompjutorskim *geekovima*, *cyberspace* doživljajima. Novinski su članci često opremljeni naslovima u kojima dominiraju engleske riječi, poput onog objavljenog u Jutarnjem listu: *Inter Ikea Grupa dolazi kao retailer i developer*. (Jutarnji list, 20. travnja 2010.) Analizom novinskih članaka u kojima se koriste stranim riječima engleskoga podrijetla utvrdili smo i niz nedosljednosti u njihovu pisanju, rezultat kojih

je pak razaranje engleskoga jezika. Autori tekstova pokazuju nesigurnost i neznanje u pisanju pojedinih engleskih riječi koje se u posljednje vrijeme učestalo javljaju u novinskim tekstovima. Tako, primjerice, u tekstu objavljenim pod naslovom „Ukidanje *prepaid* brojeva odgađa se do 2011. godine?“ (Jutarnji list, 13. travnja 2010.) spomenuta se engleska riječ iz naslova u tekstu koji slijedi javlja devet puta, od toga se pet puta piše kao složenica, a četiri puta kao polusloženica. I u ostalim tekstovima koji problematiziraju istu tematiku, autori nisu sigurni je li riječ o složenici ili polusloženici pa se najčešće odlučuju za obje varijante prepuštajući čitateljima da procijene što je dobro. Slični se problemi, vezani uz pisanje engleskih riječi, javljaju i u drugim primjerima, a najčešća dvojba je kojom se načelo u pisanju engleske riječi prikloniti: izvornome ili izgovornom. Kako autori nisu sigurni koje je načelo dobro, primjenjuju i jedno i drugo (*face i fejs, shopping i šoping, site i sajt* i slično), čime pokazuju da ne razlikuju strane riječi od posuđenica. Strane riječi u potpunosti zadržavaju izvorni izraz, dakle doslovno se prenose iz drugih jezika, u ovom slučaju engleskoga, a u tekstovima se izdvajaju posebnim tipom pisma (kurzivom). U publicističkom stilu takva distinkcija ne postoji pa se strane riječi nerijetko izjednačavaju s posuđenicama, iako nisu prošle nijednu fazu u procesu prilagodbe hrvatskome jeziku. Upravo je neprilagodba stranih leksema (a potom i njihova iskrivljena uporaba, poglavito u publicističkom diskursu) hrvatskome standardnome jeziku jedan od temeljnih problema današnjega hrvatskog jezika. Rezultat takvoga procesa jezične su pojave poput: *hendlati, kliknuti, sejvati, daownloadati, izbedirati, spikati, iskulirati, brejknuti, mobingirati, bulingirati* ili slične „kvazitvorenice“ koje su se, upravo zahvaljujući medijima, ukorijenile u hrvatskome jeziku, ne samo u kolokvijalnom, razgovornom idiomu, već i u različitim oblicima javnoga diskursa. Takve jezične pojave, koje su upravo mediji nametnuli i promovirali, oskvrnjuju i jezik davatelj, u ovom slučaju engleski, i jezik primatelj, pošto nisu prošle proces prilagodbe hrvatskome standardnome jeziku.

Razaranje standardnojezične norme u pisanim medijskim oblicima

Iako su, upravo zbog spomenutog utjecaja engleskoga jezika i njegova nekritičkog i nepotrebnog korištenja u polju javne komunikacije, najočitiiji primjeri razaranja standardne norme, a potom i njihove jezične analize, upravo na leksičkoj razini, nefunkcionalno razaranje jezične norme u publicističkom diskursu očituje se na svim normativnim razinama i nije isključiv rezultat utjecaja engleskog jezika i njegovih posebnosti. Paušalno je i neutemeljeno mišljenje da je upravo engleski jezik najviše pridonio tzv. demokratizaciji i liberalizaciji jezika javne komunikacije – on je u jednakoj ili čak većoj mjeri rezultat utjecaja različitih obilježja nestandardnih idioma hrvatskoga jezika i različitih oblika razgovornoga jezika karakterističnih za privatnu komunikaciju. Takvo stajalište zorno potvrđuju primjeri odstupanja od standardnojezične norme u tiskanim medijima informativnog karaktera, od kojih se očekuje najveći stupanj "standardiziranosti". Riječ je o primjerima u kojima se normativni priručnici različitih autora ne razilaze u mišljenjima, dakle u kojima se ne može primijeniti načelo *ili-ili* kao opravdanje za priklanjanje određenim pravopisnim i gramatičkim rješenjima, već su rezultat nepoznavanja određene jezične problematike. Izdvojili smo sljedeće primjere:

1. Deklinacija složenih kratica⁶

- a) S 83 zastupnika koja su je podupirala, u posljednjih godinu dana J. Kosor ostala je bez potpore njih troje, dva iz HSLS-a i jedan iz HSU. (Večernji list, dalje u tekstu: VL, 11. srpnja 2010.)
- b) Diplomati EU ništa konkretno neće moći poručiti na summitu u Sarajevu. (VL, 23. svibnja 2010.)
- c) Kusić je, čini se, ostao jedini kandidat koji bi mogao zamijeniti predsjednika HAZU Milana Mogaša. (VL, 12. srpnja 2010.)
- d) Ako želite gledati izvan područja kabinskog prikaznika HUD (Head-Up Display), informacija se odmah prikazuje na kacigi (...) (VL, 8. kolovoza 2010.)

⁶ U novinskim člancima složene se kratice često ne dekliniraju, iako ne spadaju u skupinu iznimaka, poput, primjerice RH i BiH. Osobito je primjetno da se kratica za Europsku uniju, koja se danas iznimno često rabi u medijima, u nekim tekstovima istih novina deklinira, dok se u drugima ne deklinira. Upravo zbog takvih nedosljednosti, osim jezičnoga obrazovanja novinara, nužna su i stalna jezična usavršavanja lektora.

2. Neprirodne sintaktičke konstrukcije⁷

- a) U Hrvatskoj će se u sljedećih pet godina otvoriti čak 6000 novih ICT radnih mjesta. (Jutarnji list, dalje u tekstu: JL, 24. svibnja 2010.)
- b) Na žalost, Mamić i Svaguša najeksponiraniji su primjer HR nogometa. (JL, 14. travnja 2010.)
- c) Autori su pristali na kompromis, dodajući da se na njihovim web stranicama može pogledati strip u originalu. (JL, 14. lipnja 2010.)
- d) Riječ je o velikoj krim obradi, zato šute o imenima (VL, 13. rujna 2010.)

3. Uporaba leksema par⁸

- a) Pet prolaznika ustreptalo je čitalo svoje tekstove dok se par metara dalje Zagreb klanjao njemačkoj književnoj zvijezdi Clemensu Meyeru. (JL, 26. svibnja 2010.)
- b) Vrhunac propagande u Hrvatskoj bilo je kada se prije par godina tražilo... (JL, 10. kolovoza 2010.)

4. Deklinacija brojeva⁹

- a) Shinawatra je svoje veliko bogatstvo izgradio 80-tih godina na telekomunikacijama. (JL, 18. ožujka 2010.)

⁷ Neprirodne sintaktičke konstrukcije, tzv. jukstapozicija odnosno slijed imenica+imenica, u hrvatski jezik prodiru iz engleskoga jezika i postaju njegovim sve očitijim obilježjem. Pod utjecajem gramatike engleskoga jezika u hrvatskom se jeziku upotrebljava imenica u nominativu na mjestima gdje bi trebala stajati imenica u genitivu te odnosni ili posvojni pridjev. Tako se sintagma VIP korisnik treba pisati korisnik VIP-a, pravilno je hrvatski nogomet, a ne HR nogomet, kriminalistička obrada umjesto krim obrade itd.

⁸ Leksem "par" vrlo često se koristi uz imenice koje ne dolaze u parovima, i to u svim stilovima hrvatskoga jezika. Imenica par isključivo se koristi uz imenice koje označavaju par nečega: par hlača, par cipela, muško – ženski par i slično.

⁹ U razgovornome stilu hrvatskoga jezika vrlo često se ne dekliniraju glavni brojevi koji bi trebali. Osobito se to odnosi na deklinaciju broja dva, a rjeđe na brojeve 1, 3 i 4. Pod utjecajem razgovornoga jezika isti se model primjenjuje i u novinarsko-publicističkim tekstovima. U primjeru 4 c) upotrijebljena je brojeva imenica "troje" koja se u konkretnom primjeru odnosi na zastupnike čime se sugerira njihov različiti spol. Prema tome, u tekstu koji slijedi trebalo je pisati: dvoje iz HSLS-a i jednog iz HSU-a. Ako je pak bilo riječ o zastupnicima isključivo muškog spola, trebala se upotrijebiti brojeva imenica trojica, iza koje slijedi dodatno objašnjenje: dva iz HSLS-a i jednog iz HSU-a. U istom se primjeru griješi i u deklinaciji složene kratice HSU. Isto je tako često pogrešno isticanje nastavka u deklinaciji pridjeva nastalih od brojeva kada se pišu brojevno: 80-tih, 90-tih umjesto 80-ih i 90-ih.

- b) Iz svog bogatog životopisa za ovu priliku izdvajam tek nekoliko priznanja koja sam kao "štetočina" dobio tih 90-tih u SSD-u. (VL, 6. kolovoza 2010.)
- c) Jadranka Kosor ostala je bez potpore njih troje (zastupnika, n. a.), dva iz HSLS-a i jedan iz HSU. (VL, 11. srpnja 2010.)

5. Pisanje rečeničnih znakova¹⁰

- a) Šef HDZ-a bio je potpuno izbezumljen svime što se događalo u tom resoru a Europska unija to mu je redovito nabijala na nos. (JL, 7. svibnja 2010)
- b) Činjenica jest da nije vjerovao HDZ-u i da je, svakako, po svom svjetonazoru bliži SDP-u ali javno to nikad nije pokazao. (JL, 7. svibnja 2010.)
- c) 'Nema gašenja požara dok ja to ne zapovjedim.' (JL, 10. kolovoza 2010.)
- d) Sklon sam vjerovati da njegov odlazak nije tako slučajno iskorištena prilika već dugo planirani postupak. (JL, 7. svibnja 2010.)

6. Veliko i malo početno slovo¹¹

- a) Heidi će glumiti samu sebe, supermodela, odnosno bivšu kolegicu Gaby Solis na koju će nabasati u Velikoj jabuci. (JL, 19. kolovoza 2010.)
- b) Benedikt XVI. pred vjernicima na Trgu S. Petra (JL, 31. siječnja 2010.)

¹⁰ Uporaba interpunkcijskih znakova ili rečeničnih znakova jasno je opisana u pravopisnim priručnicima. Analizom novinskih članaka osobito su vidljiva odstupanja u pisanju zarez a te polunavodnika. Zarez se vrlo često ne stavlja u nezavisnosloženim suprotnim rečenicama, ali se stavlja u zavisnosloženim sastavnim rečenicama osobito ispred veznika "te". Isto se tako zarez često ispušta u zavisnosloženim rečenicama koje počinju zavisnom surečenicom, u tzv. inverzijskim rečenicama. U novinskim se tekstovima pak polunavodnici često stavljaju na mjesto navodnika, i to najčešće u situacijama kada se navodi nečija misao ili njezin dio, kada se navodi naslov kakve knjige ili kada se koristi riječ u njezinom prenesenom značenju. U svim se navedenim primjerima trebaju koristiti navodnici. Navodnike zamjenjujemo polunavodnicima u situacijama kada se unutar citiranog teksta nešto navodi. Primjerice, u novinskom naslovu (primjer 5 c): „Nema gašenja požara dok ja ne zapovjedim“, naslov je trebao biti u navodnicima jer je riječ o dijelu citiranog iskaza.

¹¹ Problem pisanja velikog i malog početnog slova opisan je u pravopisnim priručnicima i nije potrebno posebno tumačiti svaki pojedini primjer.

- c) Letitia A. Long izabrana je jučer za šeficu američke obavještajne agencije koja se bavi prikupljanjem i analizom satelitskih snimaka. (JL, 10. kolovoza 2010.)

7. Deklinacija stranih antroponima i toponima¹²

- a) "Uliks" James Joycea, veliki roman XX. stoljeća, ujedno je i jedan od najzabranjivanijih romana suvremene ere. (JL, 13. svibnja 2010.)
- b) (...) Počasni građanin Louville-a, Odlukom njegova gradonačelnika Jerry E. Abramson-a, Član Počasnoga reda Pukovnika Kentucky-a, Odlukom guvernera Paul E. Patton-a (...) (VL, 6. kolovoza 2010.)

8. Imenica put u priložnoj službi¹³

- a) Erste banka prva je banka u Hrvatskoj koja je svojim korisnicima omogućila kupovinu i plaćanje putem interneta, kao i podizanje veće količine gotovine na bankomatima uz mogućnost odabira broja putem kojih će se ta gotovina isplaćivati. (JL, 18. kolovoza 2010.)
- b) U Merkur osiguranju omogućavaju osiguranje stana ili kuće i putem interneta. (JL, 26. svibnja 2010.)
- c) Tuđmanov me je režim putem medija optužio da sam američki špijun, mason. (VL, 6. kolovoza 2010.)
- d) Cilj je putem djece promovirati Republiku Hrvatsku i njene prirodne ljepote. (VL, 6. kolovoza 2010.)

9. Uporaba imenice polovina¹⁴

- a) "Specijalitet" ovog studija bit će kolegij koji će od iduće godine obrađivati umjetnost druge polovine 20. stoljeća. (JL, 24. svibnja 2010.)

¹² Strane vlastite imenice moraju se prilagoditi hrvatskom sklonidbenom i tvorbenom sustavu. Izvorno se pišu do morfemske granice, a kojoj će hrvatskoj sklonidbi pripasti ovisi o izgovornom obliku pojedine strane riječi. U praksi se često sklanja samo strano prezime, a ime ostaje nepromijenjeno, u nominativu (kao u primjeru 7a). U sklonidbi stranih riječi gramatički se nastavak, odnosno sufix crticom ne odvaja od osnove, tj. korijena riječi.

¹³ Sintagme *putem medija*, *putem interneta*, *putem djece* i slično bolje je zamijeniti imenicom u instrumentalu ili kojem drugom kosom padežu.

¹⁴ U navedenim je primjerima imenicu *polovina* bolje zamijeniti imenicom *polovica*.

- b) (...) Gubitak prometa za kioske i male trgovce mogao bi iznositi oko pola milijarde kuna, zbog čega bi polovina njih mogla završiti u bankrotu. (JL, 14. travnja 2010.)

10. Alternacija ije/je/e/i¹⁵

- a) Kada se budu sastali u Sarajevu sljedeći tjedan, ministri neće moći svojim kolegama iz regije Zapadnog Balkana ponuditi nikakvu prekretnicu u procesu širenja. (JL, 23. svibnja 2010.)
- b) Shvatili smo da ono najvrijednije u što čovjek može ulagati jesu djeca. (JL, 24. svibnja 2010.)
- c) Cameron je pobijednik, no nema većinu u parlamentu. (JL, 7. svibnja 2010.)
- d) Odlazili su ministri, oni su svi povjest. (JL, 18. kolovoza 2010.)

11. Uporaba prijedloga s/sa¹⁶

- a) Zbog nevremena, koje je u noći sa 5. na 6. kolovoza zahvatilo otok Olib, u tamošnjoj luci došlo je do havarije jedne austrijske i četiri talijanske jedrilice. (JL, 10. kolovoza 2010.)
- b) Došao sa 35.000 eura i registrirao tvrtku za uvoz, izvoz, savjete i trgovinu. (JL, 16. rujna 2010.)
- c) Sa 56,6 posto radno sposobnog stanovništva na dnu smo ljestvice sadašnjih i budućih članica. (JL, 10. kolovoza 2010.)
- d) Sa 20 tona željeza zalijeću se u vatru. (VL, 8. kolovoza 2010.)

12. Uporaba stranih leksema za koje postoje hrvatske inačice¹⁷

¹⁵ U novinskim člancima učestale su pogreške u pisanju riječi s alternacijom ije/je/e/i.

¹⁶ Prijedlog *sa* piše se ispred riječi koje počinju tjesnačnicima *s, š, ž, ž* ili suglasničkim skupovima teškim za izgovor: *ps, pš, ks, mn, str* i slično. Prijedlog *sa* dolazi i onda ako iza njega slijedi samo jedan glas. U ostalim se situacijama piše prijedlog *s*.

¹⁷ Anglizmi i engleske riječi posljednjih su godina preplavile publicistički diskurs i u pisanim i u elektroničkim medijima. Strane se riječi (najviše engleske) u hrvatski jezik uglavnom prenose potpuno neprilagođene. Upravo se mediji ističu kao ključni čimbenik popularizacije anglizama i engleskih riječi. Kada je god moguće, dakle kada postoji adekvatan hrvatski leksem, strani se izraz treba mijenjati domaćim. Ukoliko se rabi strana riječ, potrebno ju je u tekstu istaknuti drukčijim pismom – kurzivom. U svim navedenim primjerima strani se izraz mogao zamijeniti domaćim: *seljak* umjesto *farmer*, *original* umjesto *hard copy*, *divovska mrlja* umjesto *džinovska*, *udarni termin* umjesto *prime time*, *niskoogledani termin* umjesto *off time*, *razgovaramo* umjesto *chatamo* i slično.

- a) Podsjetimo, od 1. lipnja uvodi se obveza registriranja novih prepaid korisnika mobitela. (JL, 14. travnja 2010.)
- b) Svjetski Masters of Wine kušači vina iz najuglednijih inozemnih magazina, pristigli su u Zagreb da bi ocijenili najnovija dostignuća hrvatskog vinarstva. (JL, 15. veljače 2010.)
- c) Svake noći chatamo o kašicama i prvim zubićima. (JL, 5. siječnja 2010.)
- d) 50 tisuća vozača planira se umrežiti u car share obitelji. (JL, 3. svibnja 2010.)
- e) U manje od deset godina EU poljoprivreda izgubila 3,7 milijuna radnih mjesta, ali je povećan dohodak po farmeru. (JL, 11. svibnja 2010.)
- f) Nakon faks obavijesti obavezno se mora slati hard copy. (JL, 11. svibnja 2010.)
- g) Drhtimo pred džinovskom naftnom mrljom. Ako krene uragan, ostajemo bez ičega. (JL, 8. svibnja 2010.)
- h) HTV-u bi se dala mogućnost da smanjuje u prime timeu oglašavanje s četiri minute (...), a u off timeu da ostane oglašavanje od devet minuta. (VL, 27. rujna 2010.)
- i) Obradović jedno vrijeme nije imao security clearance pa je Kruljac od njega skrivao NATO-ove dokumente. (JL, 10. kolovoza 2010.)

13. Uporaba leksema koji pripadaju razgovornom stilu hrvatskoga jezika¹⁸

- a) Ponude frcaju! MMF nudi Brownu plaću od gotovo 300 tisuća funti. (JL, 24. svibnja 2010.)
- b) Novi Microsoftov Kin mobitel od ponedjeljka je dostupan na američkom tržištu, a sudeći prema njegovim karakteristikama očito je riječ o mobitelu na kojeg će se nakačiti populacija do 25. godina. (JL, 14. travnja 2010.)
- c) Spiskali milijune od školarina za stolice u novoj knjižnici. (JL, 10. travnja 2010.)
- d) West Ham čeka Zolin kiks i vabi Slavena Bilića. (JL, 9. ožujka 2010.)

¹⁸ Elemente razgovornog stila trebalo bi izbjegavati osobito u obavijesnim publicističkim žanrovima.

Iz navedenih primjera (a naveden je tek manji dio primjera u kojima se u pisanim medijima odstupa od standardnojezične norme) može se vidjeti da njihova nepravilna uporaba u odnosu prema kodificiranom obliku nije u funkciji jezične kreativnosti na koju se pri oblikovanju teksta pozivaju kreatori publicističkoga diskursa tumačeći pokušaj uređivanja (i eventualne institucionalizacije) i dotjerivanja jezika javne komunikacije pretjeranim i nepotrebnim purističkim djelovanjem, pa čak i nacionalističkim pobudama, a ne zaštitom i očuvanjem hrvatskoga standardnoga jezika kako od stranih utjecaja tako i od domaćih, nestandardnih jezično-govornih pojava oblika.

Kakav bi trebao biti jezik/govor u verbalnim publicističkim oblicima

Kao što se očekuje da jezik pisanih publicističkih formi bude uređen i usklađen sa standardnojezičnom ortografskom normom, tako se očekuje da i govor televizijskih i radijskih novinara i voditelja sadrži što manje jezičnih i govornih formi karakterističnih za privatnu komunikaciju. Istraživanja su pokazala da su u tom kontekstu očekivanja veća za nacionalni radio i televiziju nego za različite privatne televizijske i radiopostaje, makar imale i državnu koncesiju. Ukoliko se usuglasimo da jezik medija, s obzirom na neposrednu jezično-edukacijsku ulogu i očekivanja recipijenata, treba biti jezično uzoran, što znači oblikovan u skladu sa standardnojezičnom normom, kreatori jezičnoga diskursa – novinari, urednici, voditelji, reporteri i dr., trebali bi posjedovati iznadprosječnu jezičnu kompetenciju, što u Hrvatskoj, nažalost, nije slučaj. Naime, niti kreatori publicističkoga diskursa prolaze posebnu jezičnu edukaciju, niti se to od njih na bilo koji način traži, niti snose sankcije zbog smanjenje učinkovitosti u primanju poruke u polju javne komunikacije uzrokovane uporabom raznovrsnih oblika organskih idioma karakterističnih za područje privatne komunikacije. Analizirajući govor na radiju i televiziji, Dalibor Brozović je utvrdio da početkom 21. stoljeća dolazi do značajnog opadanja jezične kulture (Brozović 2005). Razloge trebamo tražiti u globalizaciji i demokratizaciji javnoga prostora koja dovodi do "snižavanja stila" (Škarić 1988), ali i u ukidanju relevantnih jezičnih kriterija pri odabiru ljudi za obavljanje novinarskih poslova. U tom je kontekstu Radoslav Katičić još 1971. zapisao da bi jezično stanje u

medijima bilo bitno drukčije kada bi dobro vladanje književnim jezikom bilo preduvjet u napredovanju u zvanju i stjecanju uglednijih položaja (Katičić 1971). Za razliku od prošlih vremena kada su potencijalni radijski i televizijski voditelji svoje jezične/govorne sposobnosti trebali dokazivati na audicijama, danas ne postoje artikulirana jezična znanja po kojima će se odlučiti tko može nastupati na radiju ili televiziji, a tko se zbog govornih nedostataka i nepravilnosti ne može pojavljivati u voditeljskim ulogama. Prateći govor televizijskih i radijskih osoba, ne dovodeći u pitanje potrebu da on bude usklađen sa standardnojezičnom normom i lišen dijalektalnih, lokalnih, žargonskih i ostalih razgovornih obilježja jezika svojstvenih privatnoj komunikaciji, Ivo Škarić je utvrdio da gdje god se govori javno "govori se retorski", dakle poštujući određena pravila. "Govornik u javnom govoru često ne govori samo u svoje ime, već zastupa nekog ili govori kao član neke grupe pa je odgovoran i prema kolektivu koji predstavlja" (Škarić 1988.) I zbog kolektiva koji predstavlja, ali prvenstveno zbog kolektiva kojemu se obraća, svaki bi javni govornik, smatra Škarić, trebao ovladati osnovnim pravilima dobrog govora, a to su: govornost (udaljavanje od puke reprodukcije pisanoga teksta), osobnost (identificiranje sa sadržajem poruke koji se manifestira u prepoznatljivoj, individualnoj interpretaciji), logičnost (organiziran redosljed izlaganja, pravilno i logično strukturirani govori, pripremljenost govornika, argumentiranost iskaza i sl.), poetičnost (stiska dotjeranost govora) i pravilnost (poštivanje ortoepske norme standardnoga jezika). (Škarić 1988.) Umjesto ovladanosti navedenim čimbenicima dobra govora na radiju i televiziji, ali i u ostalim domenama javne komunikacije, kreatori publicističkoga diskursa pokazuju "slabu opću kulturu", tvrdi Škarić, i time omogućuju "globalno unifikacijsko i parcijalno individualističko" djelovanje medija (Škarić 1988.) Udaljavanje od standardne norme u jeziku javne komunikacije, osobito u njenom medijskom dijelu, Škarić je nazvao "pritiskom kulturne destrukcije" koja neposredno dovodi i do jezične destrukcije (najbolji primjer suvremene jezične destrukcije jest tzv. internetski jezik). Jezik odnosno govor trebao bi biti odraz određenog kulturnog i obrazovnog standarda, smatra Škarić, zato sukladno višem kulturnom standardu i jezik treba biti uređeniji. Ovladanost ortoepskom i fonološkom normom vrlo je često odraz socijalnog statusa govornika i njegova položaja na društvenoj ljestvici pa je s tim u vezi Renate Bartsch iznio tezu o "društvenoj poželjnosti" svladavanja ortoepske norme utvrdivši da "učenje standarda omogućuje

uspon na društvenoj ljestvici"¹⁹, što u hrvatskom javnom prostoru, na žalost, nije nužnost ni preduvjet pri sudjelovanju u javnoj komunikaciji.²⁰

Problem izgovora u javnoj komunikaciji neposredni je rezultat i problema u hrvatskoj prozodiji općenito. Naime, zbog različitih tendencija u fonološkoj i ortoepskoj normi, pri čemu Samardžija izdvaja tri dominantne suvremene prozodijske koncepcije: tradicionalnu ("klasičnu" ili "maretićevsku"), zatim priklanjanje zapadnim novoštokavskim idiomima i naposljetku afirmaciju različitih urbanih idioma (Samardžija 1999), hrvatski javni prostor pokazuje oznake izgovorne neuređenosti. Pri tome upravo mediji (medijski djelatnici) promoviraju treći model: različite oblike organskih izgovornih idioma, karakteristike pojedinih urbanih sredina i regionalnih prozodijskih osobitosti. Pranjković je pak utvrdio da je "hrvatska ortoepska norma već dugo najproblematičnija i najkonzervativnija norma hrvatskoga standardnoga jezika" (Mićanović 2004) i to prije svega zbog inzistiranja normativnih stručnjaka upravo na onoj koncepciji koja je najviše udaljena većini govornika hrvatskoga standardnoga jezika, dakle na klasičnoj "maretićevskoj" akcentuaciji (Pranjković 2001). Svakako i ovi čimbenici bitno utječu na izgovornu razinu u polju javne komunikacije. Međutim, nepridržavanje govornika "preskriptivnoj akcentuaciji ni onda kada to od njih iziskuje socijalna uloga u kojoj se nalaze, npr. radijski ili televizijski čitači vijesti", prije svega je rezultat nepoznavanja norme. (Mićanović 2004). Odgovor na pitanje treba li izbjegavati nestandardne oblike u javnoj komunikaciji, i ako treba zašto, daje nam Dalibor Brozović. Brozović smatra da je svijest o važnosti njegovanja i očuvanja standardnoga idioma važna zbog "očuvanja normativne tradicije kao elementa stabilnosti; neopravdane promjene nužno znače nered jer tradiciju ne zamjenjuju nego se samo s njome natječu" (Brozović 2005).

¹⁹ Navedeno u: Mićanović, "Hrvatski s naglaskom", Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje, knj. 30., Zagreb, 2004. str. 121.-130.

²⁰ Dobar primjer su političari koji su se s lokalne razine sudjelovanja u vlasti uzdigli na državnu političku scenu, a da se pri tome u javnim nastupima nisu odrekli svojega zavičajnoga idioma te priklonili standardnome jeziku.

Zaključak

Načinom na koji oblikuju određene sadržaje medijski djelatnici – novinari, urednici, voditelji – iznimno snažno mogu oblikovati javno mnijenje, međutim isto tako mogu primjetno utjecati i na govornu i jezičnu svijest i kulturu primatelja medijske poruke. Budući da redovni obrazovni sustav ne pruža dostatno dobru jezičnu naobrazbu, nužno je uspostaviti mrežu dodatne (posebne) jezične edukacije kreatora publicističkoga diskursa, ali i obvezatnu lektorsku ili fonetsku kontrolu svih publicističkih žanrova osobito onih informativnoga predznaka. Upravo na planu jezičnoga izraza pojedinih medijskih žanrova vidljivi su različiti procesi koji dovode u pitanje samu bit postojanja tzv. nadjezika – standardnoga jezika – i njegovih normi, zahvaljujući kojima je on drukčiji od mnogobrojnih idiomatskih varijanti hrvatskoga jezika, čime se poništava njegov jezično-kohezijski karakter. U Hrvatskoj, za razliku od drugih europskih zemalja, zakonom, pravilnikom ili nekom uredbom, nije jezično uređeno područje javne komunikacije, rezultat čega i jest jezični kaos koji vlada u većini hrvatskih medija. Podizanje razine svijesti o pravilnome pisanju i govorenju u domenama javne komunikacije, pa tako i u publicističkome diskursu, moguće je ukoliko se zadovolje barem tri uvjeta: kontinuirano jezično školovanje svih govornika hrvatskoga jezika, određivanjem obaveznih (službenih) normativnih priručnika i uvođenjem odredbi (pravilnika) o dobrom poznavanju hrvatskoga jezika za pojedina radna mjesta, što zasad nije propisano ni za jedno radno mjesto u Hrvatskoj.

Literatura

Badurina, Lada, "Jezično raslojavanje i tipovi diskursa", *Jezičnik književnosti i književni ideologemi*, Zbornik radova 35. seminara Zagrebačke slavističke škole, ur. Krešimir

Bagić, Zagrebačka slavistička škola, Zagreb 2007., str. 11.-20.

Badurina, Lada – Kovačević, Marina, *Raslojavanje jezične stvarnosti*, Izdavački centar Rijeka, Rijeka, 2001.

Brozović, Dalibor, *Standardni jezik*, Matica hrvatska, Zagreb, 1970.

Brozović, Dalibor, *Prvo lice jednine*, Matica hrvatska, Zagreb, 2005.

Hudeček, L. – Mihaljević, M., *Jezik medija*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, 2009.

Jezik i mediji. Jedan jezik: više svjetova, ur. Jagoda Granić, Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku – HDPL, Zagreb-Split, 2006.

Katičić, Radoslav, *Jezikoslovni ogledi*, Školska knjiga, Zagreb, 1971.

Mićanović, Krešimir, "Hrvatski s naglaskom", *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, knj. 30., Zagreb, 2004., str. 121.-130.

Pranjковиć, Ivo, "Za demokratizaciju hrvatske ortoepske norme", *Jezik i demokratizacija* (zbornik radova), Sarajevo: Institut za jezik, knj. 12., str. 299.-306.

Samardžija, Marko, "Norme i najnovije promjene u hrvatskome jeziku", *Zaprešićki godišnjak 1998.*, Matica hrvatska Zaprešić, Zaprešić, 1999., str. 327.-340.

Sapunar Knežević, Andrea – Togonal, Marijana, "Jezik i mediji. Trebaju li mediji biti čuvari hrvatskoga standardnog jezika?", *Peti hrvatski slavistički kongres, Zbornik radova V.*, Zbornik radova s Petog hrvatskog slavističkog kongresa održanog u Rijeci od 7. do 10. rujna 2010., Rijeka, 2011.

Silić, Josip, *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*, Disput, Zagreb, 2006.

Škarić, Ivo, *Temeljni suvremenog govorništva*, Školska knjiga, Zagreb, 2000.

Škarić, Ivo, *U potrazi za izgubljenim govorom*, Školska knjiga, Zagreb, 1988.

Škiljan, Dubravko, *Javni jezik*, Biblioteka Elekta, Zagreb, 2000.