

Ivan Janjić • Ivan Pavlović • Ilija Barišić
Magdalena Mrčela • Valentina Šinjori

TRAGOM TEKSTA 2/3

Integrirani udžbenik za Hrvatski jezik u drugome razredu
trogodišnjih strukovnih škola

1. izdanje



2026.



Izdavač

Alfa d. d.

Zagreb, Nova Ves 23a

Za izdavača

Ivan Petric

Direktorica izdavaštva

mr. sc. Daniela Novoselić

Glavni urednik

Tomislav Fuzul

Urednica

Jasna Bićanić

Recenzenti

prof. dr. sc. Lidija Cvikić

Željka Pugelnik Vuković, prof.

Likovno i grafičko oblikovanje

Leona Vertuš

Likovna savjetnica

Vlatka Stagličić Carić

Lektura

Tomislav Fuzul

Korektura

Kristina Ferencina

Ilustracije

Mario Vrandečić

Fotografije

Adobe Stock

Wikimedia Commons

Tehnička priprema

Alfa d. d.

Tisak

Zrinski d. o. o.

Proizvedeno u Republici Hrvatskoj, EU.

Digitalno izdanje dostupno je na internetskoj adresi **hr.mozaweb.com** ili putem aplikacije *mozaBook* za pametne uređaje s operativnim sustavima Android i iOS.

© Alfa

Ova knjiga, ni bilo koji njezin dio, ne smije se umnožavati ni na bilo koji način reproducirati bez nakladnikova pismenog dopuštenja.

Mozaik Education Ltd. zadržava intelektualno vlasništvo i sva autorska prava za komercijalne nazive *mozaBook*, *mozaWeb*, digitalne proizvode, sadržaje i usluge proizvedene neovisno o nakladniku Alfa d. d.

Ivan Janjić • Ivan Pavlović • Ilija Barišić
Magdalena Mrčela • Valentina Šinjori

TRAGOM TEKSTA 2/3

Integrirani udžbenik za Hrvatski jezik u drugome razredu
trogodišnjih strukovnih škola

SADRŽAJ

1. LIJEPA NAŠA VIRTUALNA	5	Projekt: <i>Odjeci romantizma u suvremenoj popularnoj kulturi</i>	170
Medijski krajolik	6	Film: <i>U plavetnilo</i> (Antoneta Alamat Kusijanović, 2017.)	171
Projekt: <i>Moj medijski krajolik</i>	11	Jelena Zlatar Gamberožić, <i>Hod</i>	174
Vrednote govorenoga jezika	12	Obilježja hrvatskoga romantizma – <i>duh vremena</i>	178
Situacijski govori i stilovi	18	„Još Hrvatska ni propala” (Uvod u hrvatski romantizam)	179
Trebam li igrati prema pravilima?	24	Antun Mihanović, <i>Horvatska domovina</i>	185
Rosie Kugli, <i>Dvostruka igra – lažni profil</i>	30	Stanko Vraz, izbor iz poezije	188
Film: <i>Nisam robot</i>	36	Tena Šarčević, <i>Ljubav u doba interneta</i> (Medijski tekst)	192
Predikat i subjekt	39	Petar Preradović, izbor iz poezije	197
Objekt	47	Hrvatski romantizam (sinteza)	202
Priložna oznaka	52	Uputa	203
Atribut i apozicija	57	Sinonimija, antonimija, homonimija	208
Rečenica i iskaz	64	Red riječi u rečenici	215
2. I PAMETNI PLAČU	67	Rečenice prema sastavu	218
Barok (uvod)	68	Nezavisnosložene rečenice	222
Kamo si krenuo, čovječe (Uvod u barok)	70	Zavisnosložene rečenice I (Predikatna, subjektna, objektna i atributna rečenica)	227
Ivan Gundulić – <i>Suze sina razmetnoga</i>	74	Zavisnosložene rečenice II (Priložne rečenice)	234
Hrvatski barokni književni krugovi	78	Višestruko složena rečenica	241
Povijest hrvatskoga jezika u 17. stoljeću	86	Rečenica (sinteza)	245
Europska i hrvatska barokna književnost (sinteza)	89	4. BUDIMO REALNI	247
Film: <i>Brod u boci</i> (Karlo, Gagulić, 2020.)	91	Realizam (i naturalizam)	248
Područna raslojenost leksika	94	Živa istina (Uvod u realizam)	250
Vremenska raslojenost leksika	107	Obilježja europske realističke književnosti (sinteza)	257
Projekt: <i>Moj jezični krajolik</i>	113	Obilježja hrvatskoga predrealizma i realizma – <i>duh vremena</i>	259
Sara Kopeckzy, <i>Najtužnije stvari</i> ; Sven Adam Ewin, <i>Slikar čudnog imena</i>	114	August Šenoa, <i>Prijan Lovro</i>	260
Klasicizam i prosvjetiteljstvo (uvod)	118	Obilježja hrvatskoga predrealizma ili Šenoina doba (sinteza)	271
Oslonimo se na razum (Uvod u klasicizam i prosvjetiteljstvo)	120	Vjenceslav Novak, <i>Posljednji Stipančići</i>	272
Tko je tu komu vuk? (Klasicistička bajka i basna)	126	Obilježja hrvatskoga realizma (sinteza)	278
Voltaire, <i>Candide ili Optimizam</i>	131	Julijana Matanović, <i>Tko se boji lika još?</i> ; Iva Mirčić, <i>Ana (vlak koji je prošao)</i>	279
Hrvatska prosvjetiteljska književnost	135	Film: <i>Laci bježi u Mađarsku</i> (David Gašo, 2020.)	283
Povijest hrvatskoga jezika u 18. stoljeću	140	<i>Kad reality TV postane (pre)stvaran</i> (medijski tekst)	286
Klasicizam i prosvjetiteljstvo (sinteza)	143	Tablični životopis	290
Jasminka Tihi-Stepanić, <i>Gdje je Beata?</i>	145	Poslovni razgovor	294
Gea Vlahović, <i>Odgaj potomaka</i> (medijski tekst)	150	Odgojno-obrazovni ishodi i očekivanja međupredmetnih tema	298
3. SVIJET KOJI BOLI	154		
Romantizam (uvod)	155		
Gdje je nestao čovjek? (Uvod u europski romantizam)	157		
Edgar Allan Poe, <i>Crni mačak</i>	162		
Obilježja romantističke književnosti (sinteza)	168		

1 LIJEPA NAŠA ● VIRTUALNA

Medijski krajolik	6
Projekt: <i>Moj medijski krajolik</i>	11
Vrednote govorenoga jezika	12
Situacijski stilovi i govori	18
Trebam li igrati prema pravilima?	24
Rosie Kugli, <i>Dvostruka igra – lažni profil</i>	30
Film: <i>Nisam robot</i> (Victoria Warmerdam, 2023.)	36
Predikat i subjekt	39
Objekt	47
Priložna oznaka	52
Atribut i apozicija	57
Rečenica i iskaz	64

Medijski krajolik

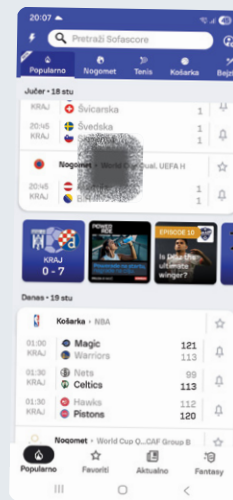
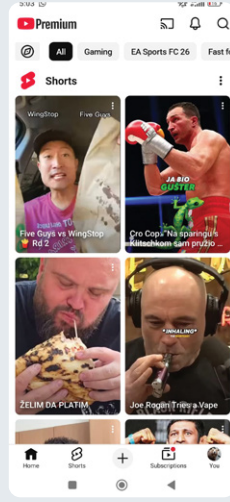
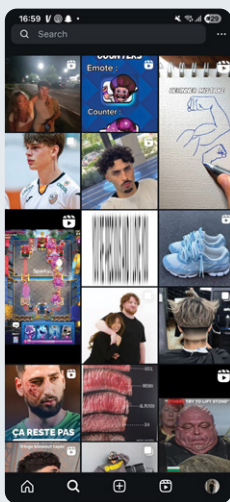
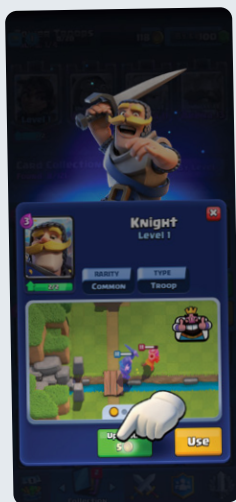
Za zagrijavanje

- Koliko često pregledavaš sadržaje na nekome zaslonu – mobitelu, televizoru, laptopu? Koje i kakve sadržaje najčešće gledaš, čitaš, slušaš?
- Biraš li uvijek sam/sama sadržaje ili ti se oni nude/iskaču/nameću?
- Objasni kako ti sadržaji utječu:
 - na tvoje raspoloženje
 - na tvoje razmišljanje
 - na odnose s drugima
 - na način na koji vidiš svijet.
- Osjećaš li ovisnost prema određenoj vrsti sadržaja i medija? Čini li ti se ponekad da netko/nešto upravlja tvojim postupcima u informacijskome svijetu? Objasni odgovor na konkretnome primjeru.

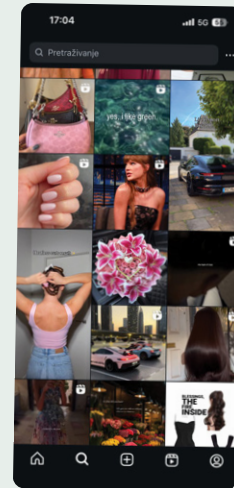
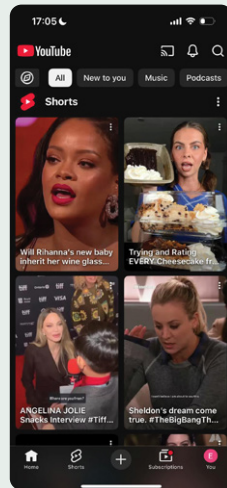
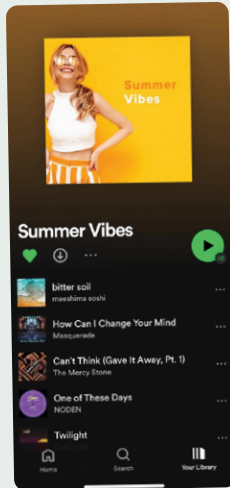
Raznovrsni medijski sadržaji

► Usporedi medijske sadržaje triju različitih korisnika.

Prva skupina medijskih sadržaja



Druška skupina medijskih sadržaja



Treća skupina medijskih sadržaja





Fokus na tekst

1. Kako bi opisao/opisala osobu koja je najčešće izložena prvoj, drugoj odnosno trećoj skupini medijskih sadržaja (npr. s obzirom na dob, spol, interese itd.)?
2. Koji je od ovih triju prikaza medijskih sadržaja najbliži tvojim korisničkim navikama i medijima kojima si najčešće izložen/izložena? U čemu je sličan, a u čemu se razlikuje?
3. Koja je temeljna namjena sadržaja iz prve skupine, a koja onih iz druge i treće skupine?

Namjena teksta može biti: informiranje, poučavanje, uvjeravanje, upućivanje, zabavljanje.

Prva, druga i treća skupina prikazanih medijskih sadržaja predočuje različite **medijske krajolike** kojima se kreću njihovi korisnici.

Medijski krajolik

Kada govorimo o *krajoliku* ili *krajobrazu*, obično mislimo na ono što se pruža oku pri pogledu na prirodu, okoliš, pejzaž, ali i na predjele/prostore nastale ljudskim djelovanjem – kuće, ceste, mostove, naselja i sl. Krajolici se stalno mijenjaju: gradovi se šire, priroda se mijenja tijekom godišnjih doba, a ljudske aktivnosti ostavljaju tragove u prostoru.



Pod **medijskim krajolikom** podrazumijeva se skup sadržaja (koje korisnici svakodnevno pregledavaju, a koje kreiraju novinari, znanstvenici, književnici, umjetnici, sportaši, blogeri, influencersi, oglašivači i sami korisnici/publika) i medija u kojima se ti sadržaji objavljuju (novine, televizija, radio, mrežni portali, društvene mreže, *streaming*-servisi itd.) To je krajolik naše informacijske svakodnevice.

Dakle, pojam **krajolik** odnosi se na izgled nekoga otvorenog prostora, dok pojam **medijski krajolik** obuhvaća prostor informacija i komunikacija u kojemu živimo. U obama krajolicima svi sastavni elementi međusobno utječu jedni na druge, povezuju se i stalno mijenjaju. Zbog povezanosti i međusobnoga utjecaja elemenata medijskoga krajolika on se često naziva i **medijskim ekosustavom**. Naime, i korisnici su aktivni dio medijskoga krajolika – oni svojim klikovima, dijeljenjem sadržaja, stvaranjem objava i izborom izvora informacija ostavljaju svoj osobni otisak u njemu.



Medijski krajolik označava skup svih medija, platformi i komunikacijskih kanala koje pojedinac redovito upotrebljava u svakodnevnom životu. On se oblikuje s pomoću različitih algoritama prema osobnim medijskim navikama, interesima i društvenome okružju korisnika.

Informacijski baloni

Uz pojam medijskoga krajolika često se vezuje i pojam **informacijskoga balona**.

► Pročitaj tekst o informacijskim balonima i odgovori na pitanja koja slijede.

Ako ste prosječan korisnik društvenih mreža, onda postoji šansa da ste već u jednom informacijskom balonu. On zapravo opisuje situaciju u kojoj nam se svaki dan korištenjem mreža i medija nudi i servira sve više sličnog sadržaja, na tragu onoga što i sami tražimo. Takav sadržaj često je sličan onome što mi mislimo, našim vrijednostima i stavovima o životu. Algoritam nas želi što duže zadržati uz neki sadržaj, a to čini tako da nam daje što više sličnog sadržaja koji nam paše, a zanimljivo je da će rijetko sugerirati sadržaj koji npr. dovodi u pitanje naše stavove ili vrijednosti.

(Igor Kanižaj, *O problemima algoritma na društvenim mrežama*)

(<https://zadovoljna.dnevnik.hr/clanak/profesor-igor-kanizaj-o-problemima-algoritama-na-drustvenim-mrezama---937295.html>)



algoritam – (u ovome kontekstu) skup pravila i izračuna koji automatski određuju što će korisnik vidjeti, kojim redoslijedom i koliko često na društvenim mrežama; **sugerirati** – predložiti



Fokus na tekst

1. Na temelju teksta objasni svojim riječima pojam *informacijski balon*.
 2. Koju ulogu imaju algoritmi društvenih mreža u oblikovanju našega medijskog iskustva?
 3. Kako algoritmi biraju sadržaj koji nam prikazuju?
-



Istražuj, surađuj, stvaraj

- Navedi primjer informacijskoga balona iz vlastita iskustva ili okoline.
 - Algoritmi društvenih mreža i tražilica filtriraju sadržaje i stvaraju osobni informacijski prostor na temelju ponašanja korisnikā. Što je sve naš mogući digitalni otisak na temelju kojega nas algoritmi „usisavaju” u informacijske balone? Navedi što više konkretnih primjera.
 - Smatraš li da društvene mreže imaju više korisnih ili više štetnih učinaka na oblikovanju naših stavova? Obrazloži.
-

Projekt: Moj medijski krajolik



- U ovome projektnom zadatku istražuješ, analiziraš i predstavljaš svoj medijski krajolik – sve ono što svakodnevno gledaš, slušaš, čitaš i dijeliš u digitalnome okružju. Na taj ćeš način istražiti kako mediji oblikuju tvoje mišljenje, navike i pogled na svijet.

Tvoj projekt treba sadržavati tri dijela:

1. Istraživanje (opis tvojega medijskog krajolika)

U tabličnome prikazu navedi:

- kojim se medijima koristiš (TV, portali, društvene mreže, *YouTube*, *podcasti*, filmovi, videoigre, glazba itd.)
- koliko se često njima koristiš (npr. svakodnevno, povremeno, rijetko)
- zašto se njima koristiš (informiranje, zabava, komunikacija, učenje, bijeg od stvarnosti...).

Primjer:

VRSTA MEDIJA	PRIMJER	UČESTALOST	NAMJENA

2. Analiza i promišljanje

Odgovori na sljedeća pitanja:

- Koji mediji imaju najveći utjecaj na tvoj svakodnevni život? Zašto?
- Koje ti poruke mediji najčešće prenose?
- Jesi li primijetio/primijetila pristranost, manipulaciju ili stereotipe u sadržajima koje pratiš? Navedi konkretne primjere.
- Kako biraš komu ćeš vjerovati na internetu?
- Kako možeš poboljšati vlastite medijske navike?
- Koji su od medija kojima se koristiš javni, komercijalni, neprofitni? Kako se to odražava u porukama koje prenose?

3. Kreativni zadatak (izborni dio)

Odaberi **jednu** od ponuđenih mogućnosti:

- napravi infografiku *Moj tjedan u medijima* (*Canva*, *PowerPoint*, ručni crtež)
- izradi minivodič *Kako prepoznati lažne vijesti?*
- snimi kratki videozapis ili audiozapis (1 – 2 min) u kojemu komentiraš svoj odnos prema medijima.
- napravi strip, mem-seriju ili plakat koji prikazuje utjecaj medija na tvoju generaciju.

Vrednote govorenoga jezika

Za zagrijavanje

- Posvećuješ li više pozornosti onomu o čemu govoriš ili načinu na koji o tome govoriš? Komentiraj koliko je za govornika važno kako govori.
- Izaberi jednu osobu koju smatraš uzornim govornikom (npr. nastavnika/nastavnicu). U razgovoru s nastavnikom/nastavnicom otkrij i zaključi kako se on/ona priprema za govorenje.



Što govorim – ali i kako govorim

► Pročitaj sljedeće stihove pred razrednim odjelom najglasnije što možeš.

Tiho, o tiho govori mi jesen:
 Šuštanjem lišća i šapatom kiše.
 Al zima srcu govori još tiše.
 I kada sniježi, a spušta se tama,
 U pahuljama tišina je sama.

(Dobriša Cesarić, *Tiho, o tiho govori mi jesen*)



Fokus na tekst

1. Kakve je reakcije izazvalo tvoje čitanje (odobranje, smijeh, dosadu, kritiku)? Što je izazvalo upravo takvu reakciju?
2. Kako je, prema tvojoj procjeni, trebalo pročitati ovaj tekst s obzirom na njegovo značenje? Odaberi jedan od ponuđenih odgovora:
 Kojom jačinom glasa: jako glasno – umjereno glasno – tiho.
 Kojom visinom glasa: piskutavo – visoko – srednjim tonom – duboko.
 Kojom brzinom (tempom) govorenja: vrlo brzo – umjereno brzo – sporo – vrlo sporo.
3. Razmisli i o mimici (pokretima lica) i gestama (pokretima tijela). Zaključi zašto je važno prije govora predvidjeti sve ove elemente govorenja.

Sigurno si uočio/uočila da je glasno, presporo, pretiho čitanje u potpunoj suprotnosti s temom i raspoloženjem u pjesmi *Tiho, o tiho govori mi jesen* Dobriše Cesarića. To je primjer pogrešne upotrebe važnih vrednota govorenoga jezika, a to su **jačina (intenzitet)** glasa, **brzina (tempo)** govorenja, **visina (ton)** glasa. Ostale su govorne vrednote **stanka (pauza)**, **mimike** i **geste**.



Jačinom i visinom glasa ističu se posebno važna mjesta u rečenici ili stihu (*To moj je, **moj** je dom!*).

Brzina govorenja najčešće podrazumijeva brz, umjeren ili polagan tempo, s tim da se radi lakšega razumijevanja izgovorenoga teži umjerenu i polaganu tempu, a brzi je često posljedica emocionalnoga stanja, primjerice stresa (*Požuri, molim te, kasnimo, upast ću u probleme!*).

Stanka (pauza) u govoru pojavljuje se na mjestu udaha (fiziološka stanika) ili kada želimo nešto dodatno naglasiti (psihološka ili emocionalno-intelektualna stanika: *Ko kad mašina **stane**. | I **stoji**. | **Ni makac**.*).

Stanka se bilježi oznakom | (kraća stanika) ili oznakom || (duža stanika).

Mimika označava pokretanje mišića lica ili tijela radi izražavanja emocionalnoga stanja (osmijeh, podignuta obrva) te ima važnu ulogu u praćenju i održavanju komunikacije, a **geste** su najčešće pokreti ruku, glave, ramenā i tijela koji osnažuju emociju (primjerice stisnuta šaka) koju govor želi prenijeti.

Kada su vrednote govorenoga jezika od životne važnosti

► Pročitaj poznatu rečenicu proročice Pitije, koja je proricala u starogrčkome svetišću u Delfima, zapisanu na dva načina:

- Ići ćeš, vratiti se, nećeš u ratu poginuti.*
- Ići ćeš, vratiti se nećeš, u ratu (ćeš) poginuti.*

► O čemu ovisi značenje pojedine rečenice? Koji pravopisni znak u rečenici upućuje na mjesto stanke/pauze?



Grčki vojnici u iščekivanju Pitijina proročanstva

Značenje ovih rečenica u pisanu obliku ovisi o tome gdje stoji zarez. U prvome slučaju ključno je značenje da će se onaj kojemu je poruka upućena sretno vratiti iz rata. Međutim, stanika iza riječi *nećeš* upućuje slušatelja da će ga snaći smrt u ratu. Budući da je Pitija svoja proročanstva izgovarala, a ne pisala, možemo pretpostaviti da je značenje rečenice ovisilo o vrednoti govorenoga jezika – **stanci (pauzi)**.

Rečenična intonacija i rečenični naglasak

► Pročitaj sljedeće rečenice.

Marko je kupio novu knjigu.

Marko je kupio novu knjigu?

Marko je kupio novu knjigu!

Tko je kupio novu knjigu?



Fokus na tekst

1. Odredi jesu li ove rečenice izjavne, upitne ili usklične.
2. Izgovori sve četiri rečenice. Obrati pozornost na strelice iznad rečenica i odredi kako se u izgovorenim rečenicama mijenja visina tona.
3. Zbog čega je rečenična intonacija važna u govorenu izrazu?

Mijenjanje visine tona u rečenici naziva se **rečenična intonacija**. U izjavnim rečenicama rečenična je intonacija **uzlazno-silazna**, u upitnim rečenicama bez upitne riječi rečenična je intonacija **uzlazna**, dok je u uskličnim rečenicama i upitnim rečenicama s upitnom riječi (*tko*, *što* i sl.) rečenična intonacija **silazna**. U navedenim primjerima uočavaš koliko je rečenična intonacija važna za razumijevanje rečenice – o njoj, primjerice, ovisi je li nešto izrečeno kao izjavna rečenica (tvrdnja/zaključak, možda čak i zapovijed) ili kao pitanje koje zahtijeva odgovor.

► Pročitaj sljedeću rečenicu nekoliko puta tako da svaki put naglasiš različitu riječ u njoj (*Marko, kupio, novu, knjigu*).

Marko je kupio novu knjigu.



Fokus na tekst

1. Objasni kako se mijenjalo značenje rečenice naglašavanjem različitih riječi u njoj.

Isticanje jedne riječi u rečenici s pomoću govornih vrednota naziva se **rečenični naglasak**. Rečenični se naglasak može ostvariti povišenim tonom, pojačanim intenzitetom ili usporenim tempom, a katkada i njihovom kombinacijom. Promjena rečeničnoga naglaska utječe i na značenje same rečenice:



- Pogledaj na poveznici bit.ly/bj-recenicni-naglasak kratak videozapis (*reel*) koji je na svom Instagram profilu objavio Borna Jurišković, stručnjak iz područja pregovaranja i komunikacijskih vještina te biznis-influenser, pa odgovori na pitanja.



Fokus na tekst

1. Koju rečenicu govornik više puta izgovara?
2. Što mijenja izgovarajući više puta istu rečenicu?
3. Kako promjena rečeničnoga naglaska utječe na značenje izgovorene rečenice u cjelini?
4. Obrazloži zašto je rečenični naglasak važan u poslovnoj komunikaciji, posebno u prodaji različitih proizvoda.



(IG: @pregovaranje)

Poveznica na videozapis:



- Pogledaj i poslušaj učenički govor na poveznici bit.ly/np-govor, a zatim odgovori na pitanja.



Nikola Paulić

Poveznica na videozapis:



Fokus na tekst

1. Što govornik ističe kao najveću opasnost potpisivanja dekreta o proglašenju izvanrednoga stanja?
2. Kakvim tonom i uz kakav izraz lica govornik govori o „najdemokratskijoj državi svijeta“?
3. Kakva je jačina (intenzitet) govornikova glasa?
4. Kako je govornik mijenjao visinu glasa?
5. Je li tempo govora bio prebrz, prespor ili primjeren?
6. Na kojim je mjestima govornik upotrebljavao stanke? Koja im je svrha?
7. Komentiraj govornikovu mimiku.
8. Jesu li geste pomogle ili su odvlačile pozornost?
9. Kako su ostvarene govorne vrednote utjecale na tvoj interes za slušanje govora?

dekret – pismena odluka ili naredba koja ima zakonsku moć

Uočio/uočila si da vrednote govorenoga jezika moraju slijediti logiku govorenih tekstova. Vrednote govorenoga jezika elementi su koji se, kao što si mogao/mogla uočiti slušajući učenikov govor, jednostavno analiziraju, vježbaju i uče.

Govorne se vrednote dijele na **auditivne** (intenzitet, ton, tempo, stanka, rečenična intonacija, rečenični naglasak) i **vizualne** (mimika, geste). Dobar govornik mora uspješno ovladati i auditivnim i vizualnim govornim vrednotama.

VREDNOTA	ŠTO JE TO?	ULOGA U GOVORU
jačina (intenzitet) glasa	koliko glasno ili tiho govorimo	Prilagođena jačina čini govor jasnim i ugodnim. Prejaka zvuči agresivno, preslaba nesigurno.
visina (ton) glasa	je li glas visok ili dubok; ovisi o mjestu u rečenici i emocijama koje izražavamo	Mijenjanjem visine naglašavamo važne dijelove rečenice i izražavamo osjećaje. Monoton ton zamara slušatelja.
brzina (tempo) govorenja	brzina izgovora	Prebrz govor otežava praćenje, prespor djeluje zamorno na slušatelja. Umjeren tempo olakšava razumijevanje.
stanka (pauza)	kraći ili duži prekid govora	Stanka ističe važne misli, omogućuje vrijeme potrebno za razmišljanje, stvara napetost ili naglašava pojedine dijelove govora.
rečenična intonacija	promjena visine tona u rečenici	Upotrebljava se za prenošenje značenja (primjerice je li rečenica izjavna ili upitna), izražavanje stava i osjećaja te naglašavanje pojedinih rečeničnih dijelova. Pomaže u razumijevanju poruke.
rečenični naglasak	isticanje jedne riječi u rečenici s pomoću govornih vrednota	Upotrebljava se radi naglašavanja pojedinih rečeničnih dijelova i razlikovanja rečeničnoga značenja.
mimika	izrazi lica koji prate govor	Mimika pojačava emocije i čini govor uvjerljivim. Neusklađena mimika zbunjuje (primjerice smiješak uz ozbiljnu temu).
geste	pokreti ruku, glave i tijela	Geste čine govor življim i slikovitijim. Pretjerane geste odvlače pozornost, njihov izostanak ostavlja dojam ukočenosti.



Istražuj, surađuj, stvaraj

- Pročitaj sljedeću pjesmu i pripremi se za interpretativno čitanje razmišljajući o govornim vrednotama. Razmišljaj o emocijama koje želiš prenijeti slušateljima. U zadanu tablicu zapiši kako ćeš ostvariti pojedine govorne vrednote. Zabilježi stanke u tekstu pjesme. Snimi audiozapis svojega čitanja i usporedi ga s audiozapisima svojih razrednih kolega.

Dobriša Cesarić

Jesenje jutro

Obukoh se.
 Prozoru pridoh,
 A vani: Jesen.
 Moj prijatelj uđe u mokrom kaputu
 I cijelu mi sobu zamiriše kišom. Ne veli ni:
 zdravo!
 Sjedne.
 Zanesen
 Izusti: „Jesen!”

Ta riječ je bila tako svjež
 Ko naranča na grani
 Nakon kiše.

govorna vrednota	odabir
jačina glasa	
brzina (tempo)	
rečenična intonacija	
rečenični naglasak	
mimika, geste	

- Izdvoji i nacrtaj pet emotikona koje najčešće upotrebljavaš u komunikaciji s drugima. Objasni koji se od njih mogu shvatiti kao geste i koje je njihovo značenje.
- Pripremi kratko usmeno izlaganje (1 – 2 minute) o temi po izboru (primjerice omiljeni film, sport, hobi). Pri pripremi obrati pozornost:
 - na jačinu i visinu glasa
 - na tempo govorenja
 - na mjesta na kojima ćeš napraviti stanku
 - na mimiku i geste kojima ćeš se koristiti.
- Izvedi izlaganje pred razrednim odjelom. Poslušaj izlaganja svojih kolega. Ocijeni jesu li jačina i visina glasa, tempo govorenja, stanke, mimike i geste bili primjereni temi.

Situacijski stilovi i govori

Za zagrijavanje

- Kako bi potaknuo/potaknula nekoga da više čita?
- Bi li o knjigama i onome što čitaš na isti način govorio/govorila prijateljima, ravnatelju škole, razredu ili mlađemu bratu/sestri? Obrazloži.



Različite govorne situacije

► Pročitaj četiri vrlo kratka govora o istoj temi – važnosti čitanja, od kojih je svaki izrečen u drukčijoj situaciji. Pokušaj otkriti kako se stil govora mijenja i zašto.

1.

Ako ti je teško pronaći vrijeme za čitanje, pokušaj započeti s kratkim tekstovima ili poglavljima koja te istinski zanimaju. Važno je da čitanje doživiš kao predah, a ne obvezu. Svakih deset minuta posvećenih knjizi donijet će ti nove ideje i bolju usredotočenost.

2.

Obavještavaju se učenici svih razrednih odjela da će se tijekom travnja provoditi mjesečna aktivnost poticanja čitanja. Učenici su dužni do 30. travnja predati bilješku o pročitanoj djelu u knjižnicu škole. Dodatne informacije dostupne su na oglasnoj ploči.

3.

Danas slavimo knjigu – tihu suputnicu koja nam otvara svjetove, budi maštu i povezuje nas s generacijama koje su živjele prije nas. Neka nas ova svečanost potakne da u svakome trenutku pronađemo vremena za čitanje jer svaka pročitana stranica obogaćuje našu budućnost.

4.

„Knjiga je čovjekov najbolji prijatelj.”

„Što više čitamo, to više rastemo.”

„U knjizi leži znanje, a znanje je put do svih ciljeva.”

„Knjige su sjekira za zaleđeno more u nama.” (Franz Kafka)



Fokus na tekst

1. Možeš li pretpostaviti tko su mogući govornici u ovim tekstovima i komu se obraćaju? U kojim se situacijama mogu čuti ovakvi govori?
2. Što se želi postići ovim tekstovima (informirati, potaknuti, proslaviti, poučiti i sl.)?
3. Kakav je ton pojedinoga govora (blizak, služben, svečan, poučan, uzvišen i sl.)? Koje riječi ili rečenice to pokazuju?

Situacijski stilovi

Jezik nije uvijek isti – mijenja se ovisno o situaciji, namjeni i odnosu među sugovornicima. U javnim govorima posebno je vidljivo kako govornik bira stil prema tome što želi postići, komu se obraća i u kojemu kontekstu govori.

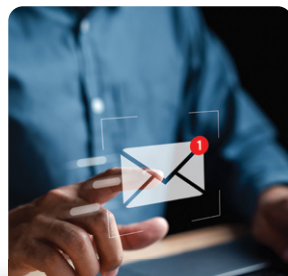
Sukladno tomu možemo razlikovati četiri situacijska stila, koje poznaješ iz prvoga razreda: **savjetodavni**, **službeni**, **svečani** i **okamenjeni**.

► Prouči obilježja četiriju stilova u govorima i zaključi kojim su od njih napisani uvodni govori o važnosti čitanja.



savjetodavni

- jezik je blizak, razumljiv i poticajan
- govornik želi pomoći, dati preporuku ili usmjeriti slušatelja
- upotrebljava se u savjetovalištim, na edukacijama, radionicama, u obraćanjima stručnjaka, u motivacijskim govorima



službeni

- obilježja: objektivnost, preciznost, formalnost, stroga normiranost
- upotrebljava se u poslovnoj korespondenciji (pisma, e-pošta, zapisnici) i službenim dokumentima i priopćenjima
- cilj je jasna i nedvosmislena komunikacija



svečani

- obilježja: uzvišen ton i emocionalno obojeni izrazi
- upotrebljava se u važnim, svečanim trenucima (otvorenjima, obljetnicama, dodjelama nagrada)



okamenjeni

- obilježja: ustaljeni izrazi, poslovice klišeizirane fraze
- govor je tradicionalan, nepromjenjiv i često poučan
- često se upotrebljava da bi se naglasila mudrost, iskustvo ili općevažeća istina

Poveznica na
videozapis:



Javni govor

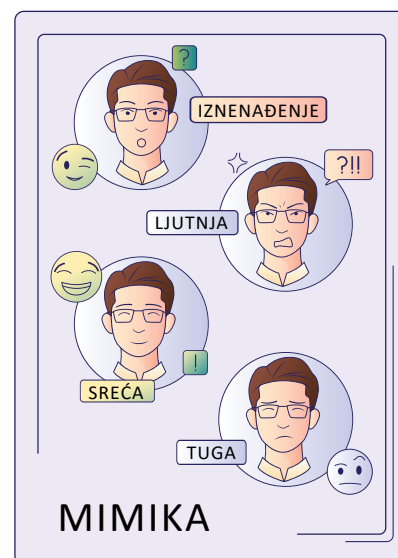
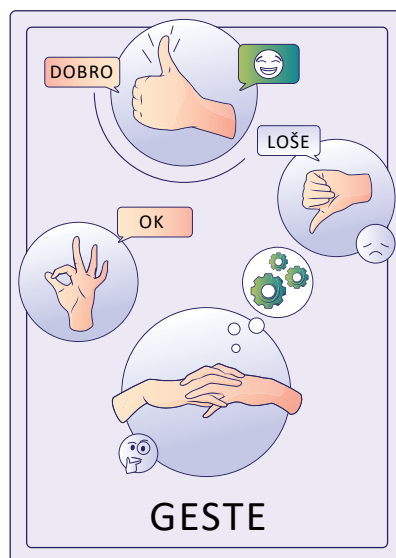
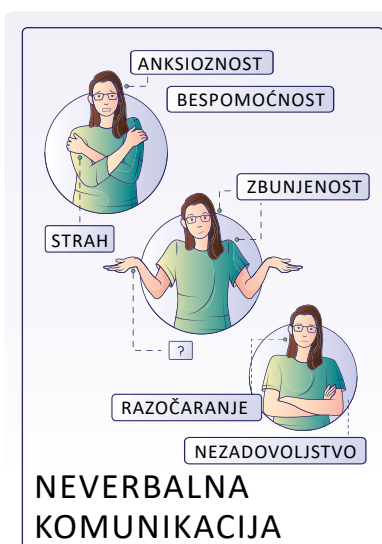
► Pogledaj i poslušaj govor na poveznici: bit.ly/govor-ec pa odgovori na pitanja koja slijede.



Fokus na tekst

1. Koji je osnovni cilj ovoga govora?
2. Komu je govor namijenjen?
3. Ukratko prikaži strukturu govora – što govornica iznosi na početku, što u središnjemu dijelu, a što na kraju?
4. Koji su osnovni argumenti koje iznosi?
5. Kojim se sredstvima uvjeravanja koristi?
6. Opiši ukratko upotrijebljene govorne vrednote (jačinu glasa, tempo, rečnične naglaske, stanke, mimiku, geste).
7. Slažeš li se s prijedlogom koji govornica iznosi? Zašto?
8. Kako je ovaj govor povezan s temom situacijskih stilova?

► Pogledaj videozapis na poveznici: bit.ly/heureka-nk pa odgovori na pitanja.



Poveznica na
videozapis:



Fokus na tekst

1. Izdvoji nekoliko pravila o držanju tijela, pokretima lica i tijela tijekom govora.
2. Što na temelju videozapisa možeš zaključiti o „govoru tijela” (koliko je važan i zašto) i govorničkim vještinama (mogu li se uvježbavati i unaprjeđivati vježbom)?