

**»Mladi za napredek Maribora 2020«  
37. srečanje**

**RABA SLOVENSKEGA JEZIKA NA PLAKATIH IN LETAKIH  
V MARIBORU IN OKOLICI**

Raziskovalno področje: SLOVENSKI JEZIK

Raziskovalna naloga

PROSTOR ZA NALEPKO

Avtor: DAŠA JAGER

Mentor: MIRA LORBER

Šola: OŠ TABOR I MARIBOR

Število točk: 150/ 170

**Maribor, februar 2020**

**»Mladi za napredek Maribora 2020«  
37. srečanje**

**RABA SLOVENSKEGA JEZIKA NA PLAKATIH IN LETAKIH  
V MARIBORU IN OKOLICI**

Raziskovalno področje: SLOVENSKI JEZIK

Raziskovalna naloga

PROSTOR ZA NALEPKO



**Maribor, februar 2020**

## KAZALO

1.	UVOD .....	7
1.1	Predstavitev raziskovalnega problema .....	7
1.2	Namen raziskovalne naloge .....	7
1.3	Predstavitev hipoteze.....	8
1.4	Cilji raziskovalne naloge .....	8
1.5	Metodologija .....	8
1.6	Novo spoznanje .....	9
2.	TEORETIČNI DEL.....	10
2.1	Oprelitev ključnih pojmov .....	10
2.2	Zakonodaja o slovenščini.....	12
2.3	Oglaševanje in jezikovna podoba .....	12
2.4	Jezikovna pravilnost v obveščanju in sorodne raziskave.....	12
2.5	Kako nastajajo napake.....	13
3.	EMPIRIČNI DEL.....	14
3.1	Metode empiričnega dela .....	14
3.2	Analiza zbranega gradiva glede na vsebino in rabo .....	14
3.3	Analiza posamičnega gradiva .....	16
3.4	Spletno oglaševanje.....	28
4.	DRUŽBENA ODGOVORNOST V RAZISKOVALNI NALOGI.....	30
5.	VIRI IN LITERATURA .....	32
5.1	INTERNETNI VIRI.....	32

## KAZALO SLIK

Slika 1: Oglas banke (Lastni vir).....	16
Slika 2: Oglas zavoda (Lastni vir).....	17
Slika 3: Oglas za koncert (Lastni vir).....	18
Slika 4: Oglas za koncert (Lastni vir).....	18
Slika 5: Oglas za koncert (Lastni vir).....	19
Slika 6: Oglas za koncert (Lastni vir).....	19
Slika 7: Poezija (Lastni vir).....	20
Slika 8: Vabilo (Lastni vir).....	21
Slika 9: Vabilo (Lastni vir).....	22
Slika 10: Obvestilo (Lastni vir).....	23
Slika 11: Obvestilo (Lastni vir).....	24
Slika 12: Obvestilo o ponudbi (Lastni vir).....	25
Slika 13: Obvestilo o ponudbi (Lastni vir).....	26
Slika 14: Obvestilo o ponudbi delovnega mesta (Lastni vir).....	27
Slika 15: Obvestilo o nakupu avtomobila .....	28
Slika 16: Obvestilo o nakupu oblačila.....	29

## **POVZETEK**

V nalogi sem raziskala rabo slovenskega jezika na plakatih in letakih v mestu Maribor in ožji ter širši okolici. Svoje raziskovanje sem še razširila s pregledom reklamnih letakov na spletnem omrežju.

Namen raziskave je opozoriti na najbolj pogoste pravopisne, oblikoslovne in slogovne napake pri rabi jezika v javnem obveščanju. S tem želim opozoriti na skrb za ohranjanje in negovanje slovenskega jezika v slovenskem prostoru. Naloga je na podlagi podanih tez: (T1) Na plakatih se pogosto pojavljajo pravopisne napake. (T2) Besedne vrste niso zapisane v pravilni obliki. (T3) Sporočevalci raje posegajo po tujkah kot po domačih besedah. (T4) Sporočila so pogosto nejasna ali celo dvoumna. Iz tez je izpeljana hipoteza (H1) Sporočevalci posvečajo premalo pozornosti pravilni in jasni rabi jezika v javnem obveščanju.

Ključne besede: plakat, letak, raba slovenskega jezika, spletno obveščanje, javno obveščanje

## **ZAHVALA**

Zahvalila bi se knjižničarki in svoji mami, ki sta mi nudili podporo pri razvoju ideje raziskovalne naloge, mi priporočali literaturo ter me vodili pri raziskovanju.

## 1. UVOD

Slovenski jezik je vedno bolj podvržen vplivom okolja, socialnih omrežij in razvoju tehnologije. Jezik je živa stvar in se spreminja z generacijami, ki jezik krčijo, besede spreminjajo v simbolne znake in okrajšave z namenom hitrega, t. i. »instant« sporazumevanja, kjer povedi ne ustrezajo hitrosti časa in sprejemanja informacij. Nekoč tiskane plakate in letake so zamenjala »hitra« sporočila, novice, obvestila na spletnih straneh in vsiljene pošte, ki se nenehno prikazujejo na desnem robu računalnika ali pa se prikraejo v spletne članke in nikakor ne izginejo.

Pravilna in lepa raba slovenskega jezika v takšnem javnem obveščanju več ni pomembna, pomembna je informacija, ki mora biti kratka, udarna, takšna, da si jo zlahka zapomnimo in tudi pozabimo.

Ker je na sprehodu po mestu možno opaziti še klasične plakate in letake, sem z radovednostjo preverila, ali nudijo bralcu podobne informacije kot na spletu in ali je skrbi za jezik posvečena večja pozornost. Zmotile so me namreč nekatere pravopisne, jezikovne in slogovne nerodnosti in to je še posebej spodbudilo mojo radovednost po raziskavi.

### 1.1 Predstavitev raziskovalnega problema

Ker sem mnenja, da se Slovenci oz. slovensko govoreči državljani preveč spogledujemo s prevzetimi besedami v vsakdanjem in poslovnem življenju, bi bilo prav, da posvetimo večjo pozornost temu, kar napišemo, objavimo oz. želimo nekomu sporočiti. Čeprav je naše sporočilo kratko, jedrnato in le informativno, naj bo pravopisno, oblikoslovno in slogovno pravilno.

### 1.2 Namen raziskovalne naloge

Namen raziskovalne naloge je nastal na podlagi podanih tez:

T1: Na plakatih se pogosto pojavljajo pravopisne napake.

T2: Besedne vrste niso zapisane v pravilni obliki.

T3: Sporočevalci raje posegajo po tujkah kot po domačih besedah.

T4: Sporočila so pogosto nejasna ali celo dvoumna.

### 1.3 Predstavitev hipoteze

Iz tez je izpeljana hipoteza:

H1: Sporočevalci posvečajo premalo pozornosti pravilni in jasni rabi jezika v javnem obveščanju.

### 1.4 Cilji raziskovalne naloge

Naloga je sestavljena iz teoretičnega in empiričnega dela.

**Cilj teoretičnega dela** zajema pregled o pomembnosti pravilnega zapisa slovenskega jezika v javnem obveščanju, še posebej na tiskanih plakatih in letakih ter zaradi uporabe informacijske tehnologije v sodobnem času tudi delno na medmrežju.

**Cilj empiričnega dela** je zasnovan na analizi dejanskih posnetkov plakatov in letakov v Mariboru in okolici ter spletnih letakov, ki se nanašajo na dogodke v Mariboru in okolici.

### 1.5 Metodologija

Na začetku raziskave sem določila lokacije analize plakatov. Odločila sem se za mesto Maribor in bližnjo okolico.

Iskala se kraje v Mariboru, za katere sem predvidevala, da bodo plakati bolj razširjeni, kot so: Avtobusna postaja Maribor, avtobusna postajališča, oglasni stebri, zidovi ob trgovinah, izložbe v trgovinah, pekarnah, trafikah, restavracijah, šolah itn.

Število plakatov in letakov ni bilo pomembno. Bolj sem želela odkriti različne vrste plakatov, ki nekaj javno sporočajo.



Praktični del sem želela potrditi s teoretičnim delom, zato sem poiskala nekaj knjižnih virov, ki se ukvarjajo z rabo slovenskega jezika. Pomagala sem si tudi s spletnimi viri, ki omogočajo hitrejši pregled, hkrati pa tudi mnenje jezikoslovcev sodobnega časa. Zanimalo me je tudi, ali so bile že narejene kakšne raziskave na to temo.

Praktični del se je nanašal na fotografiranje plakatov, njihov izbor, razvrščanje po vsebini in po napačni rabi slovenskega jezika.

### **1.6 Novo spoznanje**

Zasledila sem nekaj raziskav na to temo, prav tako nekaj opozoril o najbolj pogostih napakah v javnem obveščanju.

Nova spoznanja se bodo najbrž nanašala na preskromno skrb pri pravilni in ustrezni rabi slovenskega jezika v javnem obveščanju, glede na to, da smo že skorajda odvisni od »instant« sporočil in informacij hitrega značaja s povečano rabo samostalnikov.

## 2. TEORETIČNI DEL

Teoretični del je sestavljen iz pregleda o pomembnosti pravilnega zapisa slovenskega jezika v javnem obveščanju, še posebej na tiskanih plakatih in letakih ter zaradi uporabe informacijske tehnologije v sodobnem času tudi na medmrežju.

### 2.1 Opredelitev ključnih pojmov

Glede na to, da je naloga osredotočena na rabo jezika na plakatih, letakih, obveščanju na spletu bomo najprej definirali ključne pojme povzete po spletni aplikaciji Fran, kjer so zbrani slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU

#### **Plakat**

plakát -a m (â) večji list, pola papirja z obvestilom, vabilom, razglasom, pritrjena na javnem prostoru: nabiti, nalepiti plakat / filmski, reklamni, turistični plakat; plakat za športno prireditev / brati plakat // tako obvestilo z dodanimi likovnimi prvinami: narisati plakat; osnutek, zamisel plakata

#### **Letak**

leták -a m (á) list papirja z obvestilom, vabilom, reklamo, ki se deli v javnosti: letalo meče nad mestom letake; širiti politične brošure in letake; trositi letake po ulici; propagandni letak

#### **Obveščanje**

obvéščanje -a s (é) glagolnik od obveščati: obveščanje javnosti o delu, dogodkih na vseh področjih družbenega življenja / publ. sredstva javnega, množičnega obveščanja časopisje, radio, televizija

## **Spletno obveščanje**

spléten -tna -o prid. (ê)

nanašajoč se na splet: spletni brskalnik, strežnik / spletni naslov; spletna storitev; spletne vsebine / spletni forum spletno mesto, na katerem lahko uporabniki v obliki pisnega pogovora razpravljajo, zapisujejo svoja vprašanja, mnenja, stališča / spletni dnevnik spletno mesto, na katerem avtorji s pomočjo preprostega vmesnika objavljajo besedila, slike, posnetke, bralci pa imajo navadno možnost komentiranja / spletna stran mesto na spletu, na katerem so dostopne medijske, besedne, zvočne, filmske vsebine / spletna umetnost umetnost, ki izrablja možnosti, ki jih daje svetovni splet

## **Javno obveščanje**

jáven -vna -o prid. (á)

**3.** *ki se opravi tako, da se z njim javnost, ljudje lahko seznanijo:* pripravljati se na javen obračun; dati javen odgovor; javna obsodba, polemika / javni natečaj za oddajo gradbenih del; imenovati direktorja na osnovi javnega razpisa / javna seja; delo državnih organov mora biti javno / to je bil njegov prvi javni nastop *nastop v tisku, na radiu, televiziji ali pred občinstvom*; javna anketa *anketa, pri kateri so anketiranci znani*; javno glasovanje *glasovanje, pri katerem vsak svoje mnenje izrazi tako, da drugi zanj vedo // ki mu prisostvuje, se ga udeleži občinstvo navadno brez omejitve*; javna predstava, razstava; javna razprava na sodišču; javna usmrtitev; javno predavanje / javne prireditve; javna radijska oddaja *oddaja, pri kateri je občinstvo*; javno predvajanje filma *predvajanje v kinematografih ali na televiziji // ki se opravi pred ljudmi, vpričo ljudi*: javen prepir; dobiti javno pohvalo

## **2.2 Zakonodaja o slovenščini**

Zakon o javni rabi slovenščine (ZJRS) iz leta 2004 govori, da se slovenščina mora ustrezno uporabljati v slovenskih medijih, da so v ustreznem jeziku oglaševane javne prireditve, da je po zakonu ustrezno oglaševanje na javno podprtih spletnih straneh in ostalo. (povzeto po ZJRS, 18.1. 2020)

## **2.3 Oglaševanje in jezikovna podoba**

Brez oglaševanja si ne moremo predstavljati našega sveta, saj so vizualne podobe spremljevalke cest, ulic, spletnih strani, socialnega omrežja. Brez oglasov tudi ne bi vedeli kaj, kdaj in kje se bodo dogajali različni dogodki ali pa se prodajali izdelki in nudile storitve. Za boljše razumevanje slika ni dovolj, pisana beseda sporoča, obvešča, seznanja bravca in gledalca. Kalin Golob (2013, 203) ugotavlja, da Lektorsko društvo Slovenije oglase ocenjuje zgolj po načelu jezikovne pravilnosti, ne da bi upoštevali namen, tip besedila, njegovo večkodnost. (povzeto po Žiberna, 2016)

## **2.4 Jezikovna pravilnost v obveščanju in sorodne raziskave**

Lektorsko društvo Slovenije je naredilo nekaj analiz najbolj pogostih napak in jezikovnih spodrseljajev v reklamnih sporočilih.

Te so:

- povodenj angleških besed v oglasih, namenjenih domači javnosti;
- neposrečeni prevodi;
- napačen vrstni red besed;
- napačna raba besednih zvez;
- napačno sklanjanje;
- napačna raba ločil, glede na modo;
- nedoslednosti v besedilu (pogovorni jezik);

- napačno zapisan datum;
- nedosledna raba velike in male začetnice;
- vejica se rada izmuzne.

## 2.5 Kako nastajajo napake

Janez Gradišnik je v knjigi Slovenščina za vsakogar pisal o nastajanju napak. Med drugim je omenjal tipične napake napačne rabe predlogov, pretirani uporabi samostalnikov tudi za izražanje dejanj ...

Zelo je prisotna uporaba tujk, ki danes prihajajo v slovenščino preko posamezne stroke, *»ki se jim zdi domača beseda premalo natančna ali premalo povedna in jemlje svoje termine najrajši tam, kjer so jih našle«*. (Gradišnik, 1974, str. 73)

*»Anglosaški izrazi udirajo v naš jezik po gospodarstvu ... tisk in druga množična občila jih širijo, jih uveljavljalo, postala so središča jezikovnega ustvarjanja našega časa.«* (Gradišnik, 1974, str. 92)

### **3. EMPIRIČNI DEL**

Empirični del je zasnovan na analizi dejanskih posnetkov plakatov in letakov v Mariboru in okolici ter spletnih letakov, ki se nanašajo na dogodke v Mariboru in okolici.

#### **3.1 Metode empiričnega dela**

Sprehodila sem se po ulicah mesta Maribor in okolice ter opazovala in fotografirala letake, plakate ... Nato sem jih preučila, razvrstila le-te glede na vsebino, izpisala napačno rabo slovenskega jezika in predlagala popravke.

Zbiranje podatkov je potekalo v novembru, decembru, januarju 2019, nato je sledila analiza zbranega gradiva in predstavitev ugotovitev.

#### **3.2 Analiza zbranega gradiva glede na vsebino in rabo**

Zbrane plakate in letake sem razporedila glede na vsebino in glede na vrsto napak.

#### **PLAKATI PO VSEBINI**

Plakati, ki sem jih opazila, so se delili po vsebini in avtorju/naročniku oglaševanja. Vsi plakati niso bili del jezikovne analize, saj so nekateri bili bolj vizualno naravnani in besedila ni bilo ali pa je bilo izredno skopo, s kakšnim samostalnikom ali glagolom. Druga skupina plakatov in letakov pa je bila besedilno bolj bogata, kjer je naročnik izkazal skrb za ustrezno in pravilno rabo jezika.

**BANKE** – oglasi, predstavitve storitev

Tovrstni plakati so bili opremljeni z logotipi, mislimi, močni pridevniki, ki so običajno nakazovali na presežne pridevnike, dodatno obarvane še s predpono naj-.

**VABILA NA KONCERTE** – običajno opremljeni s fotografijo pevca/skupine ter z osnovnimi informacijami: kdo nastopa, kje bo koncert, kdaj in ob kateri uri, ime izvajalca ter prostor, kjer lahko kupimo vstopnice.

VABILA V GLEDALIŠČE, PREDSTAVE – običajno opremljeni z umetniško sliko in osnovnimi informacijami o predstavi, ustrezna raba slovenskega jezika.

OBVESTILA O KULINARIČNI PONUDBI – običajno alinejno naštevanje s pravopisnimi napakami in uporabo samostalnikov; večja raba prevetih besed.

UMETNIŠKI PLAKATI – poezija, pesmi – izrazita umetniška svoboda.

OGLESI O AVTOMOBILIH – običajno ob cestah na velikih panojih; opremljeni s podobo avtomobila, nekaterih tehničnih podatkih in informacijo o posebni ponudbi.

OBVESTILA O PROSTEM DELOVNEM MESTU – ogromno besedila, večinoma je plakat vseboval opis delovnega mesta; želel je pritegniti pozornost z vsebino o pomembnosti delovnega mesta, o dobrem plačilu in o veliki potrebi po delavcih.

OBVESTILA DRUŠTEV, ZAVODOV – običajno zapisana na manjšem formatu, »po domače«.

OBVESTILA ZASEBNIH ŠOL IN DRUGIH ZAVODOV – vsebujejo osnovne informacije opremljene z logotipom in mislijo, ki bi pritegnila pozornost; izražena oblikovalska svoboda.

### **PLAKATI GLEDE NA USTREZNO RABO SLOVENSKEGA JEZIKA**

Plakati so se po jezikovni plati ločili predvsem glede na sledečo napačno rabo:

- zapisovanja datumov;
- presledkov;
- ločil;
- velike in male začetnice;
- prevzetih besed;
- pomanjkljivem podajanju informacij.

### 3.3 Analiza posamičnega gradiva



Slika 1: Oglas banke (Lastni vir)

Banka oglašuje svojo storitev z uporabo stopnjevanega pridevnika. V tem primeru je to stopnjevanje z obrazilom -ejši (najugodnejša banka).

Prepogosta raba pridevnika »najugodnejša« se kaže v sporočilu »Smo najugodnejša banka v letu 2018!«, hkrati pa je v nagradnem znaku ta zapis ponovno uporabljen v nestavčni zvezi »NAJUGODNEJŠA BANKA 2018«.





Slika 2: Oglas zavoda (Lastni vir)

Na plakatu podjetje obvešča, kje je sedež podjetja in s čim se podjetje ukvarja. Pri tem uporablja oblikovno vsečnost in ne upošteva pravopisnih pravil glede uporabe velike in male začetnice ter ločil.

**Zapis na plakatu:**

Vaša pot do uspeha se prične pet korakov desno

**Pravilno:**

Vaša pot do uspeha se prične pet korakov desno.

**Zapis na plakatu:**

fakulteta

višja strokovna šola

jezikovni center

središče za samostojno učenje

borza znanja

**Pravilno:**

Fakulteta

Višja strokovna šola

Jezikovni center

Središče za samostojno učenje

Borza znanja



Slika 3: Oglas za koncert (Lastni vir)



Slika 4: Oglas za koncert (Lastni vir)

Na plakatih, predvsem za oglaševanje koncertov, je pogosta napačna raba zapisovanja datumov, kjer avtorji ne upoštevajo presledkov.

**Zapis na plakatu:**

9.11.2019

15.11.2019

**Pravilno:**

9. 11. 2019

15. 11. 2019



Slika 5: Oglas za koncert (Lastni vir)



Slika 6: Oglas za koncert (Lastni vir)

Tudi na plakatih (slika 5 in slika 6) se pojavlja napačna raba presledkov v zapisu datuma.

**Zapis na plakatu:**

30.11.2019

ob 19 uri

16.11.2019 / 22.00

**Pravilno:**

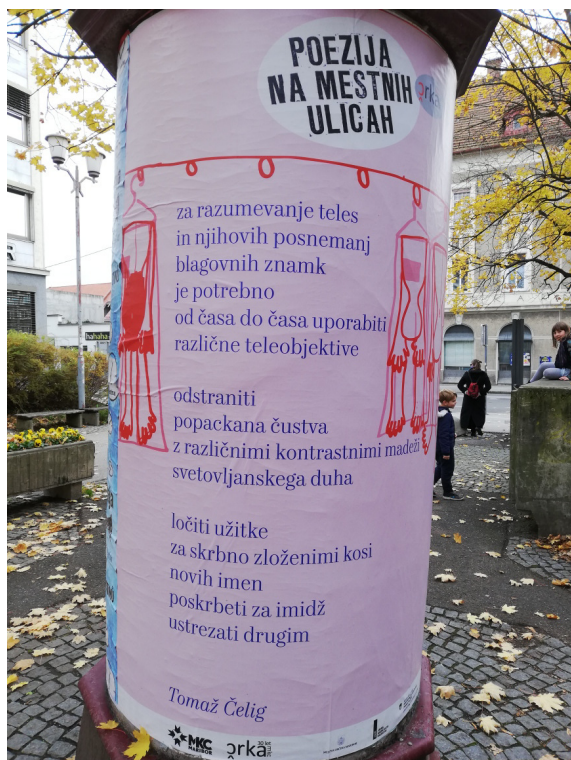
30. 11. 2019

ob 19. uri

16. 11. 2019/22.00

Na enem od plakatov (slika 5) manjka ločilo pri času dogajanja, na drugem (slika 6) pa je uporabljena poševnica s presledkom.

Na prvem od plakatov (slika 5) se pojavlja tudi nedosledna raba zapisa podjetij, ki prodajajo vstopnice, saj je ime prvega zapisano s črkami, pri drugem pa je uporabljen logotip podjetja.



Slika 7: Poezija (Lastni vir)

Na plakatu je zapis pesmi brez upoštevanja pravopisnih pravil, kar je v tem primeru dovoljeno, saj gre za umetnostno besedilo, kjer je dovoljen umetniška svoboda.





Slika 8: Vabilo  
(Lastni vir)

Plakat je vabilo na otvoritev disko kluba. Uporabljena je napačna raba velikih začetnic, pojavlja se pomanjkljiv in napačen zapis datuma ter pomanjkljiv zapis kraja dogodka.

**Zapis na plakatu:**

19.OKT / 21:00

Disko Klub Rezidenca

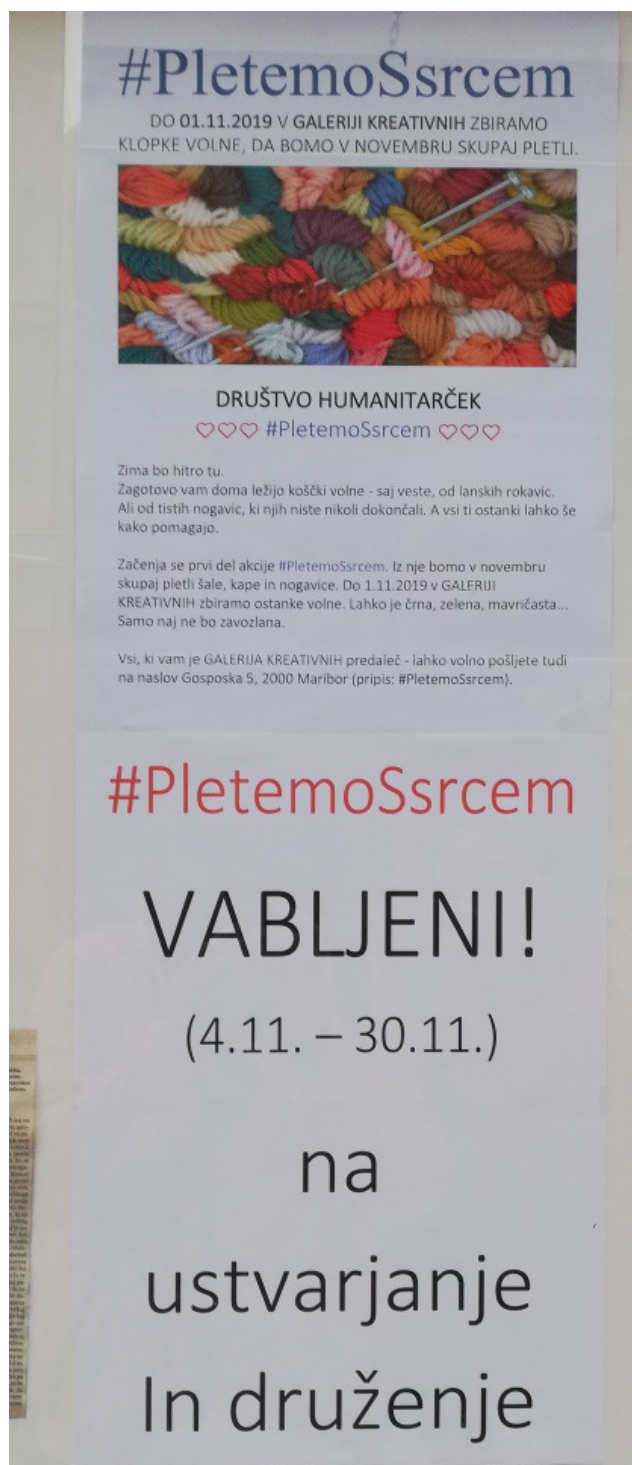
NA ŠTAJERSKEM V LENARTU

**Pravilno:**

19. OKT. 2019/21:00

Disko klub Rezidenca

NA ŠTAJERSKEM, V LENARTU (KJE?)



Slika 9: Vabilo (Lastni vir)

Plakat je poziv k zbiranju volne. Ime akcije je sodoben zapis z uporabo znaka lojtra (#), ki je značilen za socialna omrežja.

**Zapis na plakatu:**

VABLJENI!

(4.11.-30.11.)

na ustvarjanje In druženje

**Pravilno:**

VABLJENI

(4. 11. 2019–30. 11. 2019)

Na ustvarjanje in druženje



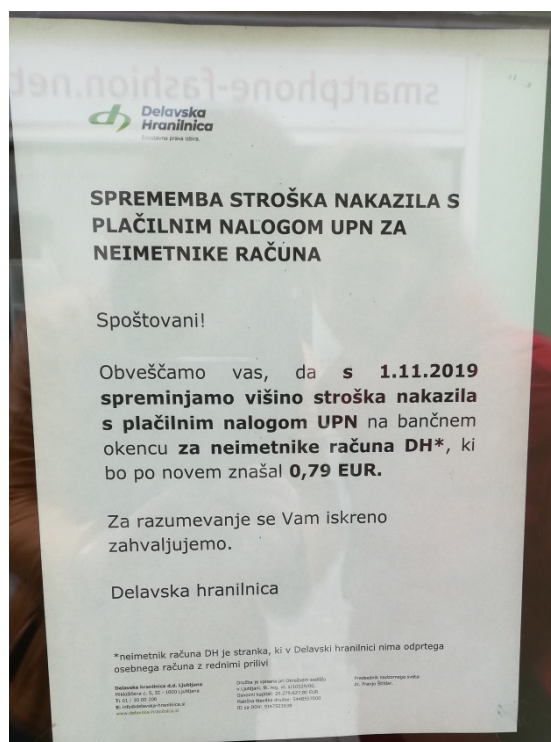
Slika 10: Obvestilo (Lastni vir)

Na plakatu so napačno napisali čas dogajanja.

**Zapis na plakatu:**      **Pravilno:**

ob 08:00 uri

ob 8.00 ali ob 8. uri



Slika 11: Obvestilo (Lastni vir)

Na tem plakatu so se prav tako zmotili pri datumu, saj so izpustili presledke.

**Zapis na plakatu:**      **Pravilno:**

1.11.2019

1. 11. 2019





Slika 12: Obvestilo o ponudbi (Lastni vir)

Na tem plakatu je opazna izrazita raba prevzetih besed, tako tujk (coffe, snack, toast, hot-dog) kot izposojenk (smuti, hamburger).

Pravopisne napake se odražajo v napačni rabi treh pik na koncu povedi, ki je izrazito samostalniška.

**Zapis na plakatu:**

coffe & snack

toast

smuti, kava....

**Pravilno:**

kava in prigrizek

opečenec

smuti, kava ...



Slika 13: Obvestilo o ponudbi (Lastni vir)

Na plakatu obveščajo o ponudbi. Uporabili so alinejno naštevanje, vendar se niso držali pravil uporabe velike začetnice.

**Zapis na plakatu:**

Naša ponudba:

- Čevapčiči
- Ražnjiči
- Piščančji file

itn.

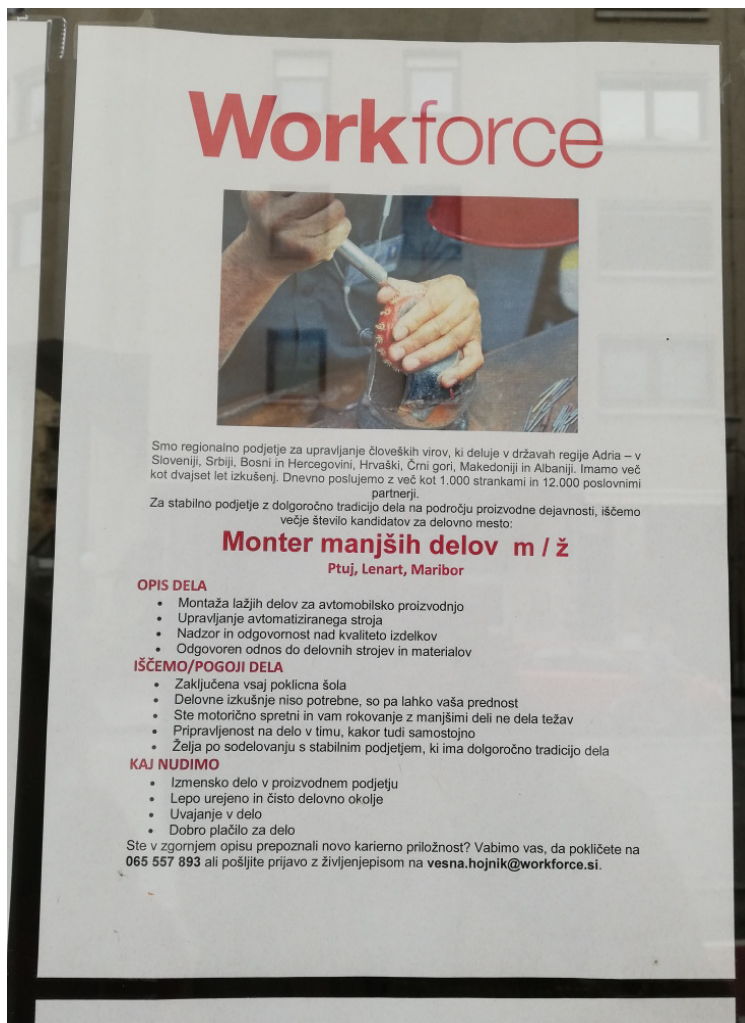
**Pravilno:**

Naša ponudba:

- čevapčiči
- ražnjiči
- piščančji file

itn.

Prav tako so napačno uporabili veliko začetnico poimenovanja lokala: city GRIL. Če so že morali uporabiti tuje poimenovanje, bi bilo prav, da ime lokala zapišejo z veliko začetnico: City. Prav tako so po nepotrebem uporabljene same velike tiskane črke v besedi GRILL.



*Slika 14: Obvestilo o ponudbi delovnega mesta (Lastni vir)*

Na plakatu obveščajo o možnosti zaposlitve. Uporabili so alinejno naštevanje, vendar se niso držali pravil uporabe končnega ločila – pike. V imenu poklica je napačna raba poševnice.

**Zapis na plakatu:**

Montaža lažjih delov za avtomobilsko proizvodnjo

ipd.

Monter manjših delov m / ž

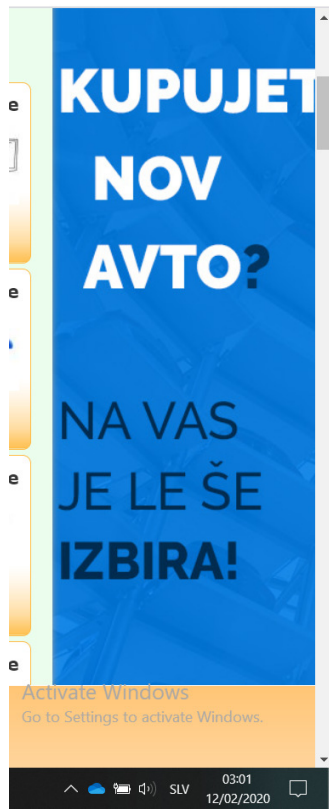
**Pravilno:**

Montaža lažjih delov za avtomobilsko proizvodnjo.

ipd.

Monter manjših delov m/ž

### 3.4 Spletno oglaševanje



*Slika 15: Obvestilo o nakupu avtomobila*

*(Vir: [http://www.oglas.si/storitve\\_in\\_delo](http://www.oglas.si/storitve_in_delo), 10. 12. 2020)*

Oglas sprašuje in hkrati poziva k akciji.

Zapis: Na vas je le še izbira?

Bolje bi bilo: Vi izberite!



Slika 16: Obvestilo o nakupu oblačila

(Vir: <http://oglası.svet24.si/oglas/zasebni-stiki/ona-isce-njega/maribor/18.K7SFS>, 10. 12. 2020)

Oglas vabi k nakupu oblačil. V svojem nagovoru uporablja narečne izraze, ki prihajajo iz štajerskega konca in imajo korenine v nemško govorečem področju.

Zapis: zrihtan in komot

Pravilno: urejen in udoben

## 4. SKLEPNE MISLI

### **Teza 1: Na plakatih se pogosto pojavljajo pravopisne napake.**

Predem sem se lotila zbiranja »dokaznega materiala«, sem bila prepričana, da bom na plakatih in oglasih našla množico napak. Pa jih ni bilo na vseh. Kadar pa sem na napake naletela, so bile le-te v glavnem pravopisne. Moja teza je torej delno potrjena.

### **Teza 2: Besedne vrste niso zapisane v pravilni obliki.**

Tovrstnih napak nisem zasledila. Teza je torej ovržena.

### **Teza 3: Sporočevalci raje posegajo po tujkah kot po domačih besedah.**

Prevzete besede sem zasledila le na nekaterih virih. Menim, da bi se jim sporočevalci lahko izognili. Teza delno potrjena.

### **Teza 4: Sporočila so pogosto nejasna ali celo dvoumna.**

Povsem nejasnega oziroma dvoumnega sporočila ni bilo, zato je moja zadnja teza ovržena.

Čeprav nisem zasledila množice nepravilnosti, menim, da moja hipoteza: **Sporočevalci posvečajo premalo pozornosti pravilni in jasni rabi jezika v javnem obveščanju.** vseeno drži.

Prepričana sem, da bi v javnem sporočanju in obveščanju morali dosledno upoštevati pravopisna in jezikovna pravila.

## **5. DRUŽBENA ODGOVORNOST V RAZISKOVALNI NALOGI**

Družbena odgovornost v raziskovalni nalogi se nanaša na skrb za pravilno rabo slovenskega jezika v vsakdanjem življenju in predvsem v javnem sporazumevanju v lokalnem okolju, kot tudi na nacionalni ravni. Ljudje smo podvrženi vsakodnevnim pritiskom medijske pozornosti, ne samo preko socialnih omrežij, televizije, radia in časopisja, temveč tudi preko številnih plakatov in letakov, ki nas spremljajo ob cestah, na stavbah, v nabiralnikih. Uporaba prevzetih besed, predvsem angleškega izvora in na našem prostoru besed balkanskega izvora, besed povezanih s tehnologijo ter ostalih, vsiljuje v slovenski jezik popačenke, napačno rabo stavčnih struktur, ločil itn. Skrb za pravilno in lepo uporabo slovenskega jezika je tudi del kulture in zgodovine nekega naroda, s katerim se le-ta bogati in hrani jezikovno dediščino naših prednikov.

## 6. VIRI IN LITERATURA

- Gradišnik, J. (1974). Slovenščina za vsakogar. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Skaza, J. (2000). Pravopisni priročnik. Dobrna: Eknjiga.
- Slovenski pravopis. (2001). Ljubljana. Založba ZRC, ZRC SAZU
- Toporišič, J. (1992). Enciklopedija slovenskega jezika. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Toporišič, J. (2000). Slovenska slovnica. Maribor: Obzorja.

### 6.1 Spletni viri

Fran, slovarji Inštituta za slovenski jezik Frana Ramovša ZRC SAZU. Dostopno na:

<https://fran.si/>

Jezikovna politika. Dostopno na:

<http://www.jezikovna-politika.si/jezikovna-slovenija/zakonodaja-slovenscina/> (povzeto, 19. 1. 2020)

Lektorsko društvo Slovenije. Dostopno na:

<https://www.lektorsko-drustvo.si/mnenja-in-mediji/jezikovni-napotki-oglsevalcem> (povzeto, 18. 1. 2020)

Slovar slovenskega knjižnega jezika. Dostopno na: <http://bos.zrc-sazu.si/sskj.html>

Vid Žiberna: Jezikovna kultura in v oglasnih besedilih izraženi življenjski stil: percepcija oglaševalca, snovalca in potrošnika. Dostopno na:

[http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag\\_ziberna-vid.pdf](http://dk.fdv.uni-lj.si/magistrska/pdfs/mag_ziberna-vid.pdf) (povzeto, 19. 1. 2020)

Zakon o javni rabi slovenščine. Dostopno na:

<http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO3924> (povzeto, 18. 1. 2020)



## 6.2 Slikovni viri

Slika 1: Oglas banke (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 2: Oglas zavoda (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 3: Oglas za koncert (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 4: Oglas za koncert (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 5: Oglas za koncert (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 6: Oglas za koncert (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 7: Poezija (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 8: Vabilo (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 9: Vabilo (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 10: Obvestilo (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 11: Obvestilo (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 12: Obvestilo o ponudbi (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 13: Obvestilo o ponudbi (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 14: Obvestilo o ponudbi delovnega mesta (Lastni vir, 10. 11. 2019)

Slika 15: Obvestilo o nakupu avtomobila (Vir: [http://www.oglas.si/storitve\\_in\\_delo](http://www.oglas.si/storitve_in_delo), 10. 12. 2020)

Slika 16: Obvestilo o nakupu oblačila (Vir: <http://oglas.svet24.si/oglas/zasebni-stiki/ona-isce-njega/maribor/18.K7SFS>, 10. 12. 2020)