

Račun kao tekstna vrsta

Tekstnim vrstama bave se lingvistika tekstnih vrsta, pragmalingvistika, sociolingvistika i druge lingvističke discipline koje proučavaju praktičnu uporabu jezika u društvu. Šezdesetih godina 20. stoljeća iscrpnije se razrađuju ideje o odnosu jezika i društva, što pogoduje razvoju sociolingvistike, doprinosi razvoju pragmatičkoga i semantičkoga proučavanja jezika, a na jezik se gleda kao na sredstvo djelovanja (prema N. Ivanetić. 2003. *Uporabni tekstovi*).

Računi kao tekstna vrsta koja ima zadatak obavijestiti zainteresirane o nizu činjenica nastalih u poslovnome okružju (prodaja robe i usluga) nisu dosad iscrpno opisani, stoga je nemoguće pozvati se na druga istraživanja, a nije dokraja riješeno ni pitanje jesu li računi uopće tekst. Osamdesetih godina ovoga stoljeća De Beaugrande i Dressler u *Uvodu u lingvistiku teksta* u zadaće tekstne lingvistike između ostaloga uključuju i opisivanje uvjeta i pravila proizvodnje tekstova, što dovodi do teorije o kriterijima tekstnosti, što će biti opisano u poglavljima koja slijede.

Cilj je rada opisati račune kao vrstu isprava usmjerenih korisnicima robe i usluga. Oni nastaju u procesu poslovanja i svjedoče da je određena radnja (prodaja) izvršena pod određenim uvjetima i okolnostima. Budući da je riječ o općepoznatim radnjama koje proizlaze iz svakodnevice ljudskoga djelovanja, očekivane su obavijesti u računu broj računa i datum izdavanja, podatci o isporučitelju računa – katkad i primatelju računa (ime i prezime, odnosno naziv, adresa, OIB, ili PDV-ID za transakcije prema Europskoj uniji), količina i trgovački naziv isporučenih dobara, odnosno vrsta i količina obavljenih usluga, datum isporuke dobara ili obavljenih usluga ili datum primitka predujma za račun za predujam, jedinična cijena bez PDV-a, popust ili rabat ako nisu uključeni u jediničnu cijenu, stopa PDV-a, iznos PDV-a razvrstan po stopi PDV-a, zbrojni iznos naknade i PDV-a. Ako je poduzetnik obveznik fiskalizacije, na računu mora navesti i vrijeme izdavanja računa (sat i minute), oznaku operatera (osobe koja izdaje račun), odbrojavanje sukladno s pravilom (broj – poslovna jedinica – uređaj – ZKI, JIR) te oznaku načina naplate računa – novčanice,

.....
Sadržaj računa propisuje nekoliko zakona: *Zakon o računovodstvu, Opći porezni zakon, Zakon o porezu na dodanu vrijednost, Zakon o porezu na dohodak, Zakon o trgovačkim društvima te Zakon o fiskalizaciji u prometu gotovinom.*
.....

* Vicko Krampus voditelj je Katedre za jezike i kulturu na Veleučilištu Vern. Predavač je niza kolegija u kojima se proučava pisana poslovna komunikacija. Suautor je udžbenika *Poslovni hrvatski jezik*.

kartice, transakcijski račun, ostalo. Sadržaj računa propisuje nekoliko zakona: *Zakona o računovodstvu*, *Opći porezni zakon*, *Zakon o porezu na dodanu vrijednost*, *Zakon o porezu na dohodak*, *Zakon o trgovačkim društvima* te *Zakon o fiskalizaciji u prometu gotovinom*. Osim navedenih podataka predmet su analize i individualne poruke pružatelja usluga koje su se našle u odabranome korpusu. Analizira se i jezik računa, tj. provodi pravopisna i jezična analiza, upozorava na pogreške i na neutralne jezične značajke karakteristične za račun kao tekstnu vrstu.

Račun kao tekstna vrsta

Za potrebe ovoga rada prikupljeno je 400 računa – tiskanica koje bi svaki građanin trebao dobiti nakon izvršene usluge ili prodaje robe. Te su tiskanice manjega formata i najčešće su ispis elektroničkoga zapisa s propisanim podacima koji svjedoče o kojemu poslovnom događaju (prodaji odnosno kupnji robe ili usluge). U računu se rečenice u pravilu pojavljuju samo na kraju, često kao zahvala, izraz ljubaznosti ili kakva obavijest. Prema De Beaugrandeu i Dressleru sedam je kriterija tekstnosti: kohezija – gramatičko povezivanje površinske strukture teksta, koherencija – logičko-semantički koncept osmišljavanja teksta, intencionalnost – namjera autora da stvori kohezivan i koherentan tekst, prihvatljivost – spremnost primatelja teksta da sudjeluje u diskursu prepoznajući koheziju i podupirući koherenciju, informativnost – udio nepoznatoga i nepretpostavljiva u tekstu, situativnost – relevantnost teksta za komunikacijsku situaciju i intertekstnost – uvjetovanost recepcije teksta o poznavanju drugih tekstova i odgovarajuće tekstne vrste.

Račun bi mogao zadovoljiti kriterij intencionalnosti, uvjetno prihvatljivosti, zatim informativnosti i intertekstnosti, a u manjoj mjeri kriterije kohezije i koherencije. Informativnost i intertekstnost kod računa se nameću kao najvažnije značajke jer je osnovna zadaća računa iscrpno informirati o izvršenoj naplati robe i usluga, tj. o izvršenoj poslovnoj transakciji, a njegova prepoznatljiva struktura olakšava primatelju usporedbu sa sličnim tekstovima. S obzirom na svoju naglašenu informativnu funkciju računi pripadaju asertivnim tipovima teksta, no kako se ovom tekstnom vrstom jezičnim djelovanjem usklađuje postojeće stanje s činjenicama, većina ih autora svrstava u deklarative (prema N. Ivanetić 2003.).

.....
Asertivnim tipovima teksta
nešto se priopćava, konstatira,
tvrđi, objašnjava i sl.
.....

Asertivnim tipovima teksta nešto se priopćava, konstatira, tvrdi, objašnjava i sl.

Deklarativi su najčešće službene isprave kojima se nešto proglašava postojećim i službenim, npr. stanje duga, promjene u strukturi zaposlenika, izjave o postojećemu stanju i dr.

Tekstu i njegovu definiranju prilazilo se s najrazličitijih stajališta, pa tako Helbig i Feilke kao dva ključna obilježja tekstnosti ističu intencionalnost i komunikativnost, Sandig i mnogi drugi autori ključnim kriterijem tekstnosti svih tekstnih tipova smatraju funkciju jer je ona svojstvena svim tekstovima, nešto manje relevantnom smatraju situativnost, temu, koherenciju i koheziju, a Sandig među kriterijima tekstnosti navodi još i raščlanjivanje teksta, njegov grafički oblik, odnos autora i primatelja, odnos teksta i slike i sl. Stoga se može zaključiti kako bi funkcija i situacija bili dva osnovna kriterija (koherencije) teksta (prema N. Ivanetić 2003.). Brinkerova pragmatička definicija teksta kojim ga on označava kao ograničen i koherentan niz jezičnih znakova koji kao cjelina imaju prepoznatljivu komunikacijsku funkciju (prema K. Brinker. 1992. *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*), uzet će se kao polazište za analizu računa kao tekstne vrste jer omogućuje zaobilazanje ograničenja koja proizlaze iz vezivanja za kategoriju rečenice.

.....
 Deklarativi su najčešće službene isprave kojima se nešto proglašava postojećim i službenim npr. stanje duga, promjene u strukturi zaposlenika, izjave o postojećemu stanju i dr.

Iako se račun sastoji od ograničenoga slijeda jezičnih znakova – izraza i riječi, oni se odnose na radnje i činjenice i potvrđuju ih (funkcija), tj. u komunikaciji se neizrečeni i ispušteni elementi podrazumijevaju, a mogu se prikazati kao:

*ovim se računom potvrđuje/svjedoči (broj računa)
 da je trgovina sa sjedištem u mjestu i adresi i OIB-om
 u svojoj prodavaonici ili sl. mjestu
 na određeni datum i u određeno vrijeme
 prodala uslugu ili proizvod
 u određenoj količini
 i zaračunala cijenu (ukupno)
 te obračunala PDV u određenome postotku i na određenome dijelu/osnovici
 te da ih je obračunao i naplatio blagajnik kojemu je šifra i/ili ime i prezime
 te da je plaćeno na sljedeći način (gotovina, kartica, vaučer)
 uz odgovarajući ZKI, zaštitni kod izdavanja računa, i JIR, potvrdu porezne
 uprave o transakciji.*

Tako se uzima u obzir kognitivnolingvistički pristup shvaćanju značenja svih sudionika uključenih u društvenu interakciju, tj. struktura teksta računa signalizira neizgovorene rečenice koje je pošiljatelj namijenio čitatelju (prema W. Hainemann, D. Viehweger. 1991. *Textlinguistik. Eine Einführung*).

Račun kao tekstna vrsta poslovnoga podstila administrativnoga stila

Računi se pojavljuju u poslovnome okružju, stoga pripadaju tekstovima pisanim poslovnim podstilom administrativnoga stila. Tekstu računa uvijek je dodan neki poslovni kontekst, što ga svrstava u poslovni diskurs kojim ostvaruje svoju komunikacijsku zadaću (prema L. Badurina, L. 2000. *Tekst i kontekst*). Njegova kratkoća, jasnoća, eksplicitnost, klišeiziranost, stilska neobilježnost te terminologičnost ujedno su i značajke svih tekstnih vrsta administrativnoga stila (prema J. Silić. 2006. *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*).

Administrativni stil općenito, pa onda i njegov poslovni podstil, trebao bi slijediti sve zahtjeve standardnojezične norme, odnosno tekst na računima trebao bi biti usklađen s pravopisnim i jezičnim pravilima.

Kratkoća i jasnoća nužnost je koja proizlazi iz činjenice da se na razmjerno maloj tiskanici, koja se može upotrijebiti pri dokazivanju kupnje ili prigovoru, moraju jasno ispisati podatci koji svjedoče o izvršenoj i naplaćenju usluzi. Klišeiziranost proizlazi iz činjenice da su računi gotovi obrasci, izrađeni prema određenim pravilima i zakonima te u pojedinim programima. Terminologičnost proizlazi iz zahtjeva određene struke, a stilska neobilježnost kod računa podrazumijeva objektivnost, točnost, eksplicitnost, pa i

suhoparnu službenost. Tomu treba dodati i činjenicu da bi administrativni stil općenito, pa onda i njegov poslovni podstil, trebao slijediti sve zahtjeve standardnojezične norme, odnosno da bi tekst na računima trebao biti usklađen s pravopisnim i jezičnim pravilima.

Strukturna i sadržajna analiza

Izdavatelji računa koji čine korpus za ovaj rad trgovačke su kuće, različiti pružatelji usluga te ugostiteljski objekti. Svi su prikupljeni računi papirnate tiskanice manjega formata, koji ne prelazi širinu od 10 cm i duljinu od 39 cm. Njihova duljina, naravno, ovisi o broju stvari, predmeta, robe ili usluga koja je kupljena. Računi su izdani u Zagrebu, Zagrebačkoj županiji, Dubrovniku, Rijeci, Karlovcu i Splitu.

Neizostavni podatci na svim računima su:

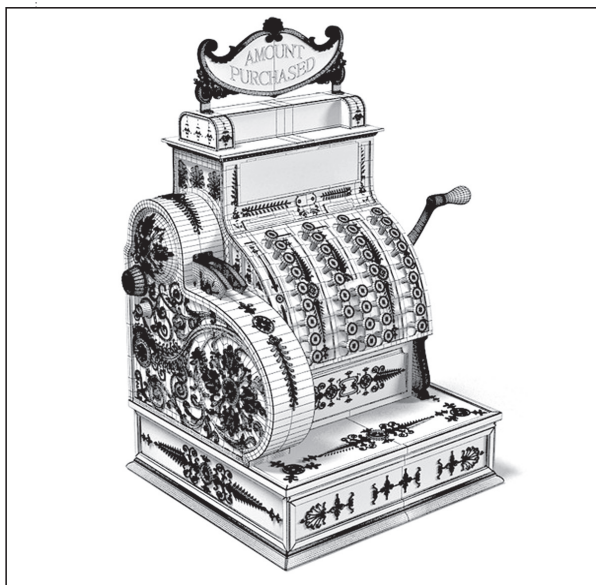
- naziv izdavatelja računa (često i logo, koji se nalazi na vrhu računa uz grafičko i vizualno rješenje po kojemu prepoznavamo izdavatelja računa), adresa sjedišta, mjesto, MB (matični broj), OIB te adresa objekta u kojemu je usluga izvršena
- naziv proizvoda/usluge i količina, cijena i iznos
- ukupno potrošen iznos u u kunama
- obavijest o načinu plaćanja (kartice, gotovina i sl.)
- obavijest o obračunanome PDV-u, osnovici, iznosu te ukupno obračunanome

PDV-u

- broj računa
- obavijest o povratnoj naknadi
- zaštitni kod ZKI (sastoji se od brojeva i slova)
- JIR (potvrda porezne uprave o transakciji koja se sastoji od brojeva i slova)
- broj blagajne
- ime ili šifra blagajnika
- datum i vrijeme izvršenja usluge.

Podatci koji se ne pojavljuju na svim računima su:

- ime i prezime vlasnika objekta
- radno vrijeme objekta
- vrijednost novčanice kojom se plaćalo i ostatak koji blagajnik treba vratiti
- ostvareni bodovi (tzv. bodovi vjernosti)
- obavijest o iskorištenim markicama za popust
- obavijesti o popustima, akcijama, rasprodajama, sniženjima
- izrazi uljudnosti (*najljepša hvala, hvala na povjerenju, hvala na posjetu, hvala i dođite nam ponovno, hvala i dođite nam opet* i sl.)
- telefonski broj službe za kupce
- adresa mrežnih stranica izdavatelja računa
- šifra za korištenje WIFI-jem
- šifra za otvaranje nužnika
- reklamni slogani (*Supermarket za svaki dan, Vaš dobar susjed, Uvijek na vašoj strani, 100 % organsko, 100 % GMO free, Uzmi kartu za futsal na šanku, Good food for good people, Tips are not included in the drink prices, Gratuity not included, Trinkgeld nicht enthalten, Nagrađujemo vašu vrijednost, Naš osmijeh je besplatan* i sl.)
- ostale obavijesti (*Prigovore šalјite na ..., Kupјite i online na www..., Račun je pravovalјan bez pečata i potpisa, Reklamacije i zamјenu robe uvađavamo u roku od 30 dana isklјučivo uz račun, Molimo zadržite za osobnu evidenciju, Čeka vas popust od 20 % na www..., a vrijedi 30 dana od izdavanja računa, Robu je moguće vratiti u roku od 14 dana uz predočenje računa. Novac ne vraćamo, Knјiga žalbe nalazi se na šanku, Ne usluđujemo malolјeticima alkohol, Sve vaše primјedbe, pohvale i priјedloge možete poslati na info..., Račun u kojem vrijeme izdavanja i stavke nisu ispravne niste dužni platiti, Pohvale i primјedbe na mail..., Datum otpreme robe identičan je datumu izdavanja računa!* i sl.).



turista (npr. u Zagrebu u ugostiteljskim objektima u Tkalčićevoj ulici, u ugostiteljskim objektima u Dubrovniku i Splitu i sl.).

Jezična analiza

U računima se često nailazi na ove pravopisne pogreške:

- pisanje velikoga početnog slova kad to nije potrebno (*Plaćanje Karticom, Gotovina Iznos, xxx Kuna, Sredstvo plaćanja: Gotovina, Poslužio (la) Blagajnik 34, Vi, Vam, Vaš (Hvala na Vašoj kupovini!, Želimo Vam lijep dan!), Obala Kneza Domagoja, Zaštitni Kod Izdavatelja, Način plaćanja: Kartica* i sl.)
- izostavljanje bjelina: najčešće između broja i oznake za postotak (25%), između broja i oznake novčane jedinice (300kn), nakon dvotočke (*Način plaćanja: gotovina*), između sastavnica datuma (24.12.2018.)
- suviše bjeline između zagrada i riječi koje se u njima nalaze [*svota (kn)*], ispred i iza kose crte koja razdvaja riječi (*vino crno / bijelo*), u zapisu vremena izdavanja računa (19 : 48)
- nepotrebno pisanje nule u datumu (01. 04. 2018.)
- uporaba spojnice umjesto crtice, npr. PON-SUB
- pisanje decimalne točke umjesto decimalnoga zarez u rubrikama u kojima se iskazuje novčana vrijednost, npr. 69.99 umjesto 69,99
- odjeljivanje znamenaka u četveroznamenkastome broju zarezom, npr. 1,239.00 kn

- nepisanje točke na kraju rečenica, npr. *Povrat ili zamjena u skladu s uvjetima navedenim na poleđini računa*
- kose crte u zapisu datuma, npr. *31/12/18*

U računima se često izostavljaju dijakritički znakovi (*nacin placanja, obracunao operater, KOSULJA, HLACE*) ili se zamjenjuju drugim znakovima (npr. *RaXun br., PRODAVAJ, Hvala dođite nam opet, [ifra odgovorne osobe, Za{ titni Kod Izdavatelja*).

Potvrđena su ova odstupanja od gramatičke norme:

- nesklanjanje pokrata (*obračun PDV prema naplaćenim naknadama, Iznos PDV, Stopa PDV*)
- uporaba posvojne zamjenice umjesto povratno-posvojne zamjenice (npr. *vaš* umjesto *svoj*) (*Sve vaše primjedbe, pohvale i prijedloge možete poslati na...*)
- pisanje prijedloga *s* s naveskom *a* (*sa*) kad to nije potrebno (*Povrat ili zamjena u skladu sa uvjetima navedenim na poleđini računa*)
- uporaba konstrukcije *u roku X dana* umjesto konstrukcije *u roku od X dana*, npr. *Reklamacije u roku 8 dana uz račun*
- uporaba pasivne umjesto aktivne konstrukcije, npr. *Usluženi od:*
- uporaba pogrešnoga glagolskog pridjeva trpnoga glagola *obračunati* (*obračunat* umjesto *obračunan*) (npr. u rubrici *Obračunato poreza i naknada*)
- uporaba konstrukcije *nesklonjiva imenica + imenica* umjesto *pridjev + imenica*: *Zamjenu robe vršimo uz predočenje original računa i original ambalaže* (Umjesto: *originalnoga računa i originalne ambalaže*)
- uporaba konstrukcije *nepunoznačni glagol + imenica* umjesto punoznačnoga glagola (dekompozicija predikata), npr. *vršiti zamjenu* umjesto *zamijeniti*

Na računima se katkad pojavljuje i rubrika *Za platiti: / Ukupno za platiti:* u kojoj se pojavljuje konstrukcija *za + infinitiv*, koju neki normativni priručnici ne smatraju standardnojezičnom.

Potvrđena su ova odstupanja od leksičke norme:

- uporaba imenice *posjeta* umjesto imenice *posjet* (*Hvala na posjeti!*)
- uporaba priloga *ponovo* umjesto priloga *ponovno* (*Dođite (nam) ponovo!*)
- uporaba priloga *prilikom* umjesto priloga *pri* (*Prilikom reklamacije priložite račun i deklaraciju!*)
- uporaba anglicizama (npr. *GMO free, mail, online, futsal, barcode*): *100 % GMO free, Pohvale i primjedbe na mail..., Kupujte i online na www... Uzmi kartu za futsal na šanku*), pa i cijelih rečenica na engleskome: *Good food for good people*
- uporaba riječi *artikl* umjesto riječi *proizvod*

- pogrešno uspostavljene kolokacije (npr. *usluživati alkohol, uvažavati zamjenu robe, Ne uslužujemo maloljetnicima alkohol, Reklamacije i zamjenu robe uvažavamo u roku od 30 dana*)
- uporaba riječi *kasir* umjesto riječi *blagajnik* (u rubrici *Kasir:*).

Na računima su najzastupljenije pravopisne i slovopisne pogreške (veliko i malo slovo, bjeline, izostavljanje dijakritičkih znakova u slovima *č, ć* i sl.), a nalaze se u svakome računu u korpusu. S obzirom na to da se u ovoj tekstnoj vrsti osim u klišeiziranim

.....
 Glagolski se pridjev glagola *poslužiti/uslužiti* na računima navodi često i u muškome i u ženskome rodu, npr. u rubrici *Poslužio/la / Uslužio/la:*, ali najčešće samo imenica *blagajnik* (u rubrici *Blagajnik:*) bez obzira na spol osobe koja izdaje račun, a koja se često identificira brojem, npr. *Blagajnik: 7119*.

izrazima uljudnosti i zahvalnosti te obavijestima ne nalaze cijele rečenice, nego se tekst sastoji od sintagmi i leksema, ograničena je i mogućnost stvaranja pogrešaka na drugim jezičnim razinama. Primjećuje se i da se nešto više vodilo računa o jezičnoj pravilnosti u izrazima uljudnosti i zahvalnosti te u obavijestima. Kao značajka stila ističu se eliptične konstrukcije, npr. *Molimo zadržite za osobnu evidenciju, Povrat ili zamjena u skladu s uvjetima navedenim na poleđini računa, Zamjena (za robu ili darovnu karticu) originalno zapakirane robe s računom* te uporaba administrativizama, npr. *biti dužan*, stvaranje prigodnih kratica (koje bi ipak mogle biti, barem u obrascu računa, spretnije uspostavljene, odnosno usklađene s načelima kraćenja riječi i s

uzimanjem u obzir razlike u zapisu kratice i pokrate), npr. *Trans* ('transakcija'), *Ozn operatera* ('oznaka operatera'), često pisanih velikim slovima, npr. *PON* ('ponedjeljak'), *SUB* ('subota'), *KOL.* ('količina'), *JED CIJENA* ('jedična cijena'), *UKLJUČ. POV. NAKNADA* ('uključena povratna naknada'), također i u pisanju naziva proizvoda, npr. *Ž. Cipela* ('ženska cipela'), *VRH KIS* ('kiselo vrhnje'). Za opisni naziv proizvoda predviđen je ograničen broj znakova, pa se na računima pojavljuju zapisi poput: *UF653-99X-116 MAJICA ZA DJ, UC440-59X-128 HLAČE ZA DJE, ČAJ KAMIL FILT, KRUH DOM KUKURU*. Zanimljivo je da se glagolski pridjev glagola *poslužiti/uslužiti* na računima navodi često i u muškome i u ženskome rodu, npr. u rubrici *Poslužio/la / Uslužio/la:*, ali najčešće samo imenica *blagajnik* (u rubrici *Blagajnik:*) bez obzira na spol osobe koja izdaje račun, a koja se često identificira brojem, npr. *Blagajnik: 7119* ili *operater* (npr. *Operater: Gordana*, također i *Oper: Jelena*). Ipak ima i rijetkih primjera za rubriku *Blagajnik/ica:*, isključivo u sustavima u kojima se osim brojem *blagajnik* identificira i imenom.

Na nekim se računima kupcu obraća i s *Vi* i s *ti*, npr. na istome računu: *Stanje bodova na Vašoj kartici prije ove kupovine: X / Za ovu kupovinu dobili*

ste X bodova... / Do 30 puta više bodova čeka te na... Klikni i aktiviraj kupone!
Miješanje obraćanja s *Vi* i s *ti* može se objasniti prelaženjem u reklamni diskurz, u kojemu je uobičajeno izravno obraćanje s *ti*.

Zaključak i preporuke

Informativnost i intertekstnost kod računa kao tekstne vrste nameću se kao najvažnije njezine značajke jer je osnovna zadaća računa detaljno informirati o izvršenoj naplati robe i usluga, tj. o izvršenoj poslovnoj transakciji, a njegova prepoznatljiva struktura olakšava primatelju usporedbu sa sličnim tekstovima. S obzirom na naglašenu informativnu funkciju računi pripadaju asertivnim tipovima teksta, no kako se ovom tekstnom vrstom jezičnim djelovanjem usklađuje postojeće stanje s činjenicama, većina je autora svrstava u deklarative. Njegova kratkoća, jasnoća, eksplicitnost, klišejiziranost, stilaska neobilježnost te terminologičnost ujedno su i obilježja svih tekstnih vrsta poslovnoga podstila administrativnoga stila. Strukturu, izgled te podatke koje mora sadržavati svaki račun u Republici Hrvatskoj propisuje šest zakona. Propisano je navođenje dvanaest podataka. Analizom je utvrđeno da je svih 400 računa koji su bili premet analize u ovome radu sadržavalo navedene propisane podatke. Osim propisanih podataka pronađeni su i ostali jezični signali, kao što su izrazi uljudnosti, tekstovi s obilježjem reklama te praktične obavijesti korisnicima robe ili usluga. Analiza poznavanja jezične norme upućuje na uobičajene pravopisne pogreške – izostavljanje bjeline, nepravilno pisanje velikoga početnog slova, izostavljanje dijakritičkih znakova i sl. Gramatičkih i leksičkih pogrešaka manje je, što je i očekivano s obzirom na klišejiziranost, kratkoću te eksplicitnost ove tekstne vrste.

Ove bi se jezične nepravilnosti mogle ukloniti uključivanjem jezičnih stručnjaka u timove informatičke podrške. Radi lakše i brže komunikacije s odgovornima na svakom bi računu trebao biti napisan telefonski broj za korisnike ili adresa e-pošte.

.....
Analiza poznavanja jezične norme upućuje na uobičajene pravopisne pogreške – izostavljanje bjeline, nepravilno pisanje velikoga početnog slova, izostavljanje dijakritičkih znakova i sl. Gramatičkih i leksičkih pogrešaka manje je, što je i očekivano s obzirom na klišejiziranost, kratkoću te eksplicitnost ove tekstne vrste.
.....