

Stručni članak

Primljen 23.9.2013.

UDK : 811'373.7: 371.671

Prihvaćen 26.11.2013.

UPORABA KOLOKACIJA U UDŽBENICIMA ZA POSLOVNI ENGLESKI

*Evelina Miščin**

Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“

Ovaj se rad bavi istraživanjem kolokacija u udžbenicima poslovnog engleskog jezika. Prvo iznosimo teoriju kolokacija s posebnim osvrtom na kolokacije i neizvorne govornike. Zatim slijedi istraživanje. Analiziraju se udžbenici koji se najčešće koriste u nastavi u školama stranih jezika te visokim školama ekonomskog smjera, razine od A2 do C1 (sveukupno tri razine). Pronalaze se kolokacije te se utvrđuje koji tipovi kolokacija se najčešće uvježbavaju, kao i vrste zastupljenih zadataka. Cilj je analize bio utvrditi postoji li dovoljan broj vježbi kolokacija, kao i broj njihova ponavljanja. Daju se preporuke za daljnja istraživanja u svrhu poboljšanja kolokacijske kompetencije učenika. Na kraju se navodi popis svih kolokacija iz analiziranih udžbenika s njihovim prijevodom.

Ključne riječi: kolokacije, kolokacijska kompetencija, poslovni engleski, udžbenici

1. UVOD

Ovaj se rad bavi istraživanjem kolokacija u udžbenicima poslovnog engleskog jezika. Namjera je bila ispitati koji se tipovi kolokacija

* Evelina Miščin, Visoka škola za poslovanje i upravljanje „Baltazar Adam Krčelić“, evelinamiscin@yahoo.co.uk

najčešće koriste, u kojim vrstama zadataka, te donijeti zaključak jesu li takvi zadaci dovoljni za razvijanje kolokacijske kompetencije korisnika.

2. DEFINICIJA KOLOKACIJA

Termin kolokacija prvi je koristio Firth 50-tih godina prošlog stoljeća. Međutim, kolokacije se počinju proučavati tek u posljednja dva desetljeća pod različitim imenima: frazemi, idiomi, fiksni izrazi, formulaični jezik, koselekcija riječi, frazalni leksemi (Omazić 2003:113). Termin koji je uveo J.R. Firth potječe iz latinskog (*com* zajedno + *locare* locirati) i odnosi se na višerječnu konstrukciju koja se javlja u postupku lociranja, tj. supojavljivanja ili povezivanja riječi na sintagmatskoj razini. Tako je Firth (1957:196) pokušao objasniti kolokacije sintagmatskim i paradigmatiskim odnosom između leksičkih cjelina koji se može pokazati pomoću dvije osi – horizontalnom i vertikalnom. Paradigmatiska je os vertikalna i uključuje riječi koje pripadaju istom razredu i mogu se međusobno izmjenjivati. Horizontalna je os sintagmatska i odnosi se na sposobnost riječi da se povezuju s ostalima. Tako je u rečenici *John reads a book*, *book* u paradigmatiskom odnosu s *magazine*, *newspaper*, *Kindle*, a u sintagmatskom s *reads* i *John*.

Postoji više vrsta kolokacija. Prema Bensonu (1986: *xvi-xxix*), kolokacije se dijele u dvije osnovne skupine: gramatičke i leksičke. Gramatička kolokacija sastoji se od dominante (imenica, pridjev ili glagol) i prijedložnog izraza ili gramatičke strukture kao što je infinitiv ili rečenica (npr. imenica + *to infinitiv* – *It was a problem to do it*). Leksičke kolokacije, za razliku od gramatičkih, ne sadržavaju prijedloge, infinitive ili rečenice. Tipične leksičke kolokacije sastoje se od imenica, pridjeva, glagola i priloga. Prema Bensonu (1986: *xvi-xxix*), postoji sedam tipova leksičkih kolokacija koje su označene slovom L.

Kolokacije L1 sastoje se od glagola (obično tranzitivnog) i imenice/zamjenice (ili prijedložne fraze). Većina kolokacija L1 sastoji se od glagola koji označava stvaranje (engl. *creation*) i/ili aktivaciju (engl. *activation*) i imenice/zamjenice. Takve fiksne leksičke kombinacije Benson naziva kolokacijama CA (ibid.: xxx). Primjeri takvih glagolskih kolokacija označavaju stvaranje, npr., *reach a verdict*, *inflict a wound*. Kolokacije kojima se iskazuje aktivnost su npr.: *set an alarm*, *fly a kite*.

Kolokacije L2 sastoje se od glagola u značenju 'iskorijeniti' (engl. *eradication*) i/ili 'poništititi' (engl. *nullification*), posve s fiksnim leksičkim kombinacijama i nazivaju se EN kolokacije. Tipični primjeri su: *reject an appeal, squander a fortune, annul a marriage, crush resistance*.

Kolokacije L3 sastavljene su od pridjeva i imenice, npr., *strong tea, weak tea, best regards*. Uključuju i mogućnost kombiniranja imenica koje se koriste u pridjevskoj funkciji, npr., *house arrest, land reform*.

Kolokacije L4 sadržavaju imenice i glagole; glagol imenuje radnju koju vrši osoba ili predmet, a koju određuje imenica: *alarms ring, blood circulates*.

Kolokacije L5 govore da je cjelina povezana s imenicom. Struktura L5 kolokacija obično čini imenica₁ tvorena od imenice₂. Takve kolokacije ukazuju na:

- a. veću cjelinu kojoj pripada jedan član: *a colony of bees, a pack of dogs*;
- b. specifičnu, konkretnu manju jedinicu koji je sastavni dio čega većega, općenitijega: *a bit of advice, an act of violence*.

Kolokacije L6 sastavljene su od priloga i pridjeva. Primjeri su: *deeply absorbed, sound asleep, strictly accurate*.

Kolokacije L7 sadržavaju glagole i priloge. Primjeri su: *affect deeply, amuse thoroughly, apologize humbly*.

U ovom radu prevladavale su leksičke kolokacije tj. kombinacije imenica i imenica, pridjeva i imenica, glagola i imenica te manji broj glagolskih kombinacija u kombinaciji glagol i prijedlog i imenica.

Drugi način podjele kolokacija preuzet je od Sinclaira (1991:115/116), koji razlikuje silazne (engl. *downward collocation*) kolokacije u kojima je a čvor, a b kolokat te uzlazne kolokacije (engl. *upward collocation*) u kojima je a kolokat, a b čvor.

3. KOLOKACIJE I NEIZVORNI GOVORNICI

Kolokacije obično predstavljaju veliki problem neizvornim govornicima zbog interferencije s materinskim jezikom. Zbog toga je Hill (1999:3) predložio termin 'kolokacijska kompetencija' i smatrao da usvajanje leksika ne uključuje samo učenje značenja riječi, već i njen kolokacijski raspon. Drugi teoretičari (npr. Carter i Nunan, 2001., Milton, 2009) utvrdili su da poznavanje neke riječi ne znači samo

poznavanje njenog značenja, već je tu uključeno nekoliko razina. Pod različitim razinama podrazumijeva se poznavanje pisanog i govornog konteksta uporabe riječi, uzorci s riječima sličnog značenja kao i kolokacijskim partnerima, njeni sintaktički, pragmatički i diskursni uzorci (Carter i Nunan, 2001: 28). Kolokacijskom kompetencijom bavili su se i neki drugi istraživači (Nattinger i DeCarrico 1992., Lewis 1993., Woolard 2000). Istraživanja su također pokazala da kolokacijske pogreške pripadaju skupini najčešćih pogrešaka koje čine neizvorni govornici (James 1998). Slika 1. pokazuje hijerarhiju kolokacijskih grešaka prema McCrettonu i Rideru (u James 1998:229).

NAJOZBILJNIJE

NAJMANJE OZBILJNE

Leksik > spelling? > negacija > poredak riječi > prijedlozi > glagolski oblici > sročnost (slaganje)

Slika 1: *Hijerarhizirani prikaz pogrešaka prema McCrettonu i Rideru (prema James 1998:229)*

Iz slike 1. vidljivo je da su leksičke pogreške najozbiljnije. Naime, govornika se može razumjeti napravi li gramatičku pogrešku. Ako napravi leksičku, može doći do velikih nesporazuma. Isti problem je i s kolokacijama. Da bi neizvorni govornik naučio strani jezik na razini izvornog govornika treba naučiti tisuće riječi, utvrditi koje riječi se mogu međusobno kombinirati te savladati mnoga jezična pravila.

Poznavanje vokabulara najčešće se dijeli u receptivno ili pasivno i produktivno ili aktivno. Anderson i Freebody (1981:80) prvi uvode razliku između širine poznavanja riječi (engl. *breadth*) te dubine (engl. *depth*). Širina se odnosi na broj riječi koje korisnik poznaje, a dubina na ono što korisnik zna o tim riječima, što uključuje i kolokacije. Nation (2001:27) dijeli poznavanje riječi u tri područja: poznavanje oblika, poznavanje značenja i poznavanje uporabe. Svako od tih područja se dalje dijeli, što se može vidjeti u tablici 1.

Tablica 1: *Što uključuje poznavanje riječi* (Izvor: Nation 2001:27)

Oblik	Govorni	R	Kako zvuči riječ?
		P	Kako se riječ izgovara?
	Pisani	R	Kako riječ izgleda?

	Dijelovi riječi	P	Kako se riječ piše i sriče?
		R	Koji dijelovi su prepoznatljiviji u ovoj riječi?
		P	Koji dijelovi riječi su potrebni za izricanje značenja?
Značenje	Oblik i značenje	R	Koje značenje signalizira ovaj oblik riječi?
		P	Koji se oblik riječi može koristiti za izricanje ovog značenja?
	Koncepti i reference	R	Što se uključuje u koncept?
		P	Na koje se elemente koncept odnosi?
	Asocijacije	R	Na koje druge riječi pomišljamo kad vidimo ovu riječ?
		P	Koje druge riječi se mogu koristiti umjesto ove?
Uporaba	Gramatičke funkcije	R	U kojim obrascima se riječ pojavljuje?
		P	U kojim obrascima moramo koristiti ovu riječ?
	Kolokacije	R	Koje riječi ili tipovi riječi se javljaju s ovom?
		P	Koje riječi ili tipove riječi moramo koristiti s ovom?
	Ograničenja uporabe	R	Gdje, kada i kako često ćemo sretati ovu riječ?
		P	Gdje, kada i kako često možemo koristiti ovu riječ?

Tumačenje: R = receptivno, P = produktivno

Za razliku od njega, Daller i ostali (2007) su pokušali sažeti te aspekte znanja u trodimenzionalni prostor kojemu se pored dubine i širine suprotstavlja i fluentnost (engl. *fluency*). Fluentnost se odnosi na lakoću i brzinu kojom učenik pristupa i koristi riječi koje poznaje i razlikuje se od prepoznavanja riječi i poznavanja načina njihove uporabe. Na sličan način Penny Ur (1999) smatra da u podučavanju vokabulara treba podučavati: 1. oblik: izgovor i pisanje (engl. *spelling*), 2. gramatiku, 3. kolokacije, 4. aspekte značenja – denotaciju, konotaciju, prikladnost, 5. aspekte značenja: odnose značenja te 6. tvorbu riječi (Ur, 1999:23). Tako bi i udžbenici engleskog jezika trebali uzimati u obzir sve te

elemente kod uvođenja i utvrđivanja vokabulara u cilju razvijanja kompetencije učenika.

4. ISTRAŽIVANJE

Cilj je ovog istraživanja ispitati koje kolokacije se koriste u udžbenicima engleskog poslovnog jezika. Naglasak je bio na zadacima nakon tekstova, a ne na samim tekstovima. Svrha je bila utvrditi je li u udžbenicima zastupljen dovoljan broj vježbi za kolokacije, koji tipovi kolokacija se najčešće uvježbavaju te vrste vježbi koje se koriste.

5. ISTRAŽIVAČKA PITANJA

Kako bi se ostvarili ciljevi istraživanja, formulirana su sljedeća pitanja:

Koji su najčešći tipovi kolokacija koji se uvježbavaju?

Koje vrste vježbi se koriste za uvježbavanje kolokacija?

Koliko često se takve vježbe javljaju u udžbeniku?

6. UDŽBENICI

Pregledali smo udžbenike koji se najčešće koriste u nastavi poslovnog engleskog u školama stranih jezika kao i na visokim školama za poslovanje. Obuhvaćene su tri razine: osnovna (A2 – B1), srednja (B1 – B2) te napredna (B2 – C1). Smatralo se da na tim razinama učenici imaju već dovoljnu jezičnu kompetenciju i željelo se provjeriti koje se kolokacije uvježbavaju na tim razinama. Pregledali smo sljedeće udžbenike:

Za osnovnu razinu: *The Business, Business Benchmark, International Express, In Company, Market Leader, Intelligent Business.*

Za srednju razinu: *Business Result, In Company, Market Leader, Business Vision, The Business, International Express, Intelligent Business.*

Za naprednu razinu: *International Express, Intelligent Business, Market Leader.*

Najmanje je udžbenika u skupini za naprednu razinu, budući da u školama stranih jezika nema puno polaznika koji dođu do te razine, a na visokim se školama na toj razini koriste uži, specijalizirani

udžbenici s naglaskom na određeni segment poslovnog jezika (npr. financije, komunikacijski menadžment i slično).

7. METODOLOGIJA

Udžbenici su pregledani i izdvojene su sve vježbe u kojima se koriste kolokacije. Vježbe su razvrstane prema tipovima kolokacija koje se uvježbavaju i utvrđeno je koje vrste vježbi prevladavaju.

8. REZULTATI I RASPRAVA

8.1. Osnovna razina (*Pre-intermediate*)

8.1.1. *The Business*

U ovom je udžbeniku sveukupno pet vježbi s kolokacijama: dvije su s povezivanjem dva dijela kolokacija (imenica + imenica – npr. *career ladder*, te glagol + imenica – npr. *run a business*), zatim vježba klasificiranja imenica koje se upotrebljavaju uz glagole *do*, *make* i *take* (npr. *take a break, a chance, a risk, an exam*) s kojom je povezana sljedeća vježba nadopunjavanja pitanja uporabom tih kolokacija te je posljednja povezivanje kolokacija s definicijom (npr. *customer incentive – something which encourages a customer to buy something*).

8.1.2. *Business Benchmark*

U ovom je udžbeniku sedam vježbi s kolokacijama. U prvoj se u kvizu traže sinonimi s navedenim kolokacijama u kombinaciji glagol + imenica (npr. *talk informally – have a chat*), zatim povezivanje kolokacija pridjev + imenica s definicijama (npr. *standard procedure – the normal way of doing something*), povezivanje glagola i imenica (npr. *put forward a proposal*), povezivanje pridjeva i imenica (npr. *competitive price*), klasificiranje glagola koji kolociraju / ne kolociraju s *gift / present* (npr. *give present*), ispunjavanje praznina pred imenicom *time* s glagolima koji se mogu koristiti i s *money* (npr. *spend a great deal of time*), te slično s glagolima koji se koriste uz imenicu *water*, a mogu se koristiti i uz druge glagole (npr. *pump a lot of money*).

8.1.3. *International Express*

U cijelom je udžbeniku samo jedna vježba s kolokacijama koja se temelji na povezivanju pridjeva i imenica kako bi se dobile kolokacije iz teksta (npr. *financial centre*).

8.1.4. *In Company*

Dvije su vježbe s kolokacijama međusobno povezane – jedna je povezivanje glagola i imenica / imeničkih fraza te nakon toga postavljanje pitanja u paru s dobivenim kolokacijama (npr. *send an e-mail*).

8.1.5. *Market Leader*

Šest je vježbi s kolokacijama. U prvoj nedostaju samoglasnici u drugom dijelu kolokacije koju zatim treba povezati s definicijom (npr. *market research – information about what customers want and need*). Druga je povezivanje kolokacija ili, kako ih ovdje nazivaju, 'partnerstvo riječi' (engl. *word partnership*) s njihovim objašnjenjima (npr. *to extend a product range – to offer a larger variety of goods*), te popunjavanje praznina istim kolokacijama. Međutim, zanimljivo je da se u vježbi popunjavanja praznina javljaju i kolokacije koje nisu prije navedene. Sljedeća vježba je povezivanje kolokacija s *career* i njihova značenja (npr. *career ladder – series of levels that lead to better and better jobs*). Zatim je vježba popunjavanja rečenica glagolima uz kolokacije s *career* i na taj način se dobivaju tročlane kolokacije u kombinaciji V + N + N (glagol + imenica + imenica – npr. *One way to make a career move is to join a small but rapidly growing company.*). Posljednja vježba je 'izbaci uljeza' (engl. *odd one out*) u kojoj treba izbaciti imenicu koja ne kolocira s određenim glagolom (npr. *make – a fortune, progress, a living, ~~a training course~~*).

8.1.6. *Intelligent Business*

Pet je vježbi s kolokacijama, od kojih su neke međusobno povezane. U prvoj vježbi povezuju se glagoli s imenicama i zatim se dobivene kolokacije koriste u rečenicama (npr. *heads a company – The person who heads a company usually has the title of CEO.*). Zatim slijedi vježba 'izbaci uljeza' u kojoj se izbacuje imenica koja ne kolocira s određenim glagolom (npr. *launch – a satellite, a rocket, ~~a budget~~, a new product*).

Posljednje dvije vježbe također su međusobno povezane – u prvoj se povezuju riječi kako bi se dobile kolokacije i zatim povezale s definicijom, te se u sljedećoj provjerava njihova uporaba u rečenicama (npr. *capital market – a place where people and businesses can deal in stocks and shares, raise finance and make investments. Many wealthy people invest their money in the capital market.*)

Na ovoj je razini najviše vježbi kolokacija u udžbeniku *Business Benchmark* (sedam), a najmanje u *International Express* (samo jedna). Najčešće kombinacije kolokacija koje se uvježbavaju su glagol + imenica, pridjev + imenica te imenica + imenica. Što se tiče vrsta vježbi, prevladavaju vježbe povezivanja (engl. *matching exercises – sedam*), zatim slijede nadopunjavanje praznina i povezivanje s definicijama (svaka po pet puta), klasificiranje glagola ili imenica koji se mogu upotrebljavati uz određeni glagol ili imenicu (dva puta) kao i 'izbaci uljeza', a najmanje, tj. samo jednom, javljaju se vježbe povezivanja sinonima kolokacija, nadopunjavanje samoglasnika koji nedostaju u gotovim kolokacijama te vježba slobodne reprodukcije kolokacija u postavljanju pitanja.

8.2. Srednja razina (Intermediate)

8.2.1. Business Result

U ovom su udžbeniku samo dvije vježbe s kolokacijama u kombinaciji glagol i imenica i međusobno su povezane. Vježba se sastoji od povezivanja imenica i glagola te nakon toga postavljanja pitanja s tim kolokacijama u parovima (npr. *express an opinion*).

8.2.2. In Company

Sveukupno je sedam vježbi s kolokacijama. Dvije vježbe su popunjavanje rečenica glagolima koji s imenicom tvore kolokaciju (npr. *feel more confident when I speak* ili drugi zadatak – *an ideal opportunity to exchange points of view*). Dvije vježbe su povezivanje pridjeva/imenica i imenica (npr. *central location* ili drugi zadatak – *initial offer*). Slijedeći zadatak je formiranje rečenica korištenjem natuknica u tri kolone (npr. *don't like flight delays*). Zatim se u rečenicu nakon pridjeva trebaju dodati imenice koje s njima kolociraju (npr. *a*

well-structured talk). Posljednji zadatak je prepoznavanje i podcrtavanje korisnih kolokacija u tekstu i uključuje i kombinacije pridjev + imenica (npr. *retail outlet*) i glagol i imenica (npr. *go bankrupt*).

8.2.3. Market Leader

U udžbeniku se nalaze samo tri vježbe koje su međusobno povezane. Autori kolokacije nazivaju partnerstvom riječi. U prvoj vježbi kolokacije s *brand*, odnosno *product* trebaju se povezati sa značenjem. Zatim se u sljedećoj vježbi te kolokacije trebaju staviti u odgovarajuće rečenice i posljednje je reproduktivna faza gdje se od učenika zahtijeva da naprave vlastite rečenice s istim kolokacijama.

8.2.4. Business Vision

U udžbeniku je prikazan dijagram s riječima koje uobičajeno kolociraju s *aim* i *target*. Nakon toga slijede rečenice u kojima se nude dvije mogućnosti i učenici moraju podcrtati točnu kolokaciju (npr. *Does your company make / set your department annual targets?*). To je jedina vježba kolokacija u udžbeniku.

8.2.5. The Business

U udžbeniku ima osam vježbi s kolokacijama. U prvom zadatku treba dodati glagol ispred imenice (npr. *exchange the product*). Zatim, treba povezati imenice sa složenim pridjevima s kojima kolociraju (npr. *fire retardant / water-resistant materials*). Dvije vježbe su povezivanja glagola i imenica (npr. *take initiative* ili u drugoj vježbi *pay by credit card*) s time da se prva razrađuje u vježbi nadopunjavanja (npr. *I enjoy taking initiative and I keep my promises*). U sljedećoj vježbi treba u tekstu nadopuniti glagole koji kolociraju s tamno otisnutim imenicama (npr. *Obviously a fundamental of HR management is that companies should always obey the law.*) Slijedi povezivanje imenica *credit*, *insurance*, *customer* s drugim imenicama kako bi se dobilo što više dvočlanih kolokacija (npr. *customer loyalty*). U posljednjoj vježbi, 'izbaci uljeza', trebalo je prekrížiti glagol koji ne kolocira s određenom imenicom (npr. *fill / ~~offer~~ / place / take an order*).

8.2.6. International Express

U udžbeniku je šest vježbi s kolokacijama od kojih su neke međusobno povezane. U prvoj vježbi povezuju se glagoli i imenice, ali postoji više kombinacija (npr. *earn a salary*). Nakon toga učenici trebaju odabrati šest kolokacija i postaviti pitanja svom partneru (npr. *Have you ever won the lottery?*). Sljedeća vježba su kolokacije s glagolom *pay* koji se povezuje s imenicama (npr. *pay back money you borrowed*). U sljedećem zadatku povezuju se pridjevi i imenice. Ponovno postoji više mogućnosti (npr. *solar energy*) nakon čega se dobivene kolokacije trebaju razvrstati u dvije skupine i za svaku treba odrediti naslov. U posljednjem zadatku nude se gotove kolokacije (imenica/pridjev + imenica) na temelju kojih treba raspraviti postoje li u gradu učenika (npr. *congress centre*).

8.2.7. Intelligent Business

U udžbeniku je pet vježbi s kolokacijama. U prvoj se glagol povezuje sa skupinom imenica (npr. *take - a chance, an opportunity, a position, a point*), a zatim se te kolokacije koriste za nadopunjavanje dijaloga (npr. *We can't take a chance on an unknown supplier.*) U sljedećem zadatku potrebno je pronaći kolokacije glagola i imenica kao sinonime za opisivanje određenog tipa zadatka (npr. *Check accident reports - Deal with insurance payments*). Sljedeći zadatak sastoji se od povezivanja dviju imenica (npr. *auction site*) te se one klasificiraju u dvije skupine ovisno o tome pripadaju li poslovima koji se obavljaju *online* ili *offline*. I u sljedećem zadatku povezuju se imenice ili imeničke fraze s drugom imenicom (npr. *after-sales benefits*) te se tim kolokacijama nadopunjavaju rečenice (npr. *Most electronic products carry a warranty and after-sales benefits*).

Na ovoj razini, najviše se vježbi kolokacija nalazi u udžbeniku *The Business* (osam), a najmanje u *Business Vision* (jedna). Kao i na osnovnoj razini uvježbavaju se kombinacije glagol + imenica, imenica + imenica te pridjev + imenica. Od vrsta vježbi prevladavaju vježbe povezivanja u kojima se povezuju glagoli i imenice, pridjevi i imenice ili imenice i imenice (13 vježbi). Podjednako se javljaju dvije vježbe - popunjavanje rečenica ili gotovim kolokacijama ili imenicom/glagolom (po četiri puta). Zatim slijedi postavljanje pitanja s dobivenim kolokacijama ili formiranje rečenica (dva puta). Jedanput se koriste prepoznavanje i

podcrtavanje kolokacija, povezivanje s definicijom, odabiranje točne kolokacije od dvije ponuđene, 'izbaci uljeza', diskutiranje s ponuđenim kolokacijama, povezivanja sinonima kao i klasificiranje kolokacija.

8.3. *Napredna razina (Upper Intermediate)*

8.3.1. *International Express*

Koriste se samo dvije vježbe za kolokacije koje su međusobno povezane. U prvoj se u članku trebaju pronaći složeni pridjevi te utvrditi s kojim imenicama se pojavljuju (npr. *trendsetting designers*), a zatim tim kolokacijama nadopuniti rečenice (npr. *He was always coming up with moneymaking schemes*).

8.3.2. *Intelligent Business*

U udžbeniku se nalazi deset vježbi za kolokacije od kojih su neke međusobno povezane. U prvoj vježbi trebaju se formirati kolokacije s imenicom *team* i zatim klasificirati u tri skupine: ljudi, stvari koje treba učiniti, koncepti (npr. *team project*). U sljedećem zadatku kolokacije treba nadopuniti ili glagolom ili imenicom (ovisno o tome što nedostaje – npr. *to target an audience*), te nakon toga nadopuniti tekst s dobivenim kolokacijama (npr. *Signing a celebrity and using their star status to endorse a brand is one of the standard advertising techniques*). Slijedi zadatak s nadopunjavanjem glagola koji nedostaju u rečenici (npr. *to file a lawsuit*). Nakon toga se tekst nadopunjava tim kolokacijama, ali i ostalim vokabularom koji se na toj stranici uvježbavao. U sljedećem zadatku trebalo je odrediti koji se pridjevi/imenice mogu koristiti prije, a koji poslije imenica *oil, energy, power* (dakle, kombinacija silaznih i uzlaznih kolokacija). Te kolokacije se ponovno koriste u tekstu zajedno s preostalim vokabularom koji se uvježbavao na toj stranici. Slijede kolokacije s glagolom *make* koje se trebaju povezati s definicijama (npr. *Get/produce a return on an investment – make a profit (on/from)*). U sljedećoj vježbi od učenika se traži da nakon kolokacija upotrijebe odgovarajuću prepoziciju (npr. *make allowance for*). Zatim se glagoli razvrstavaju ovisno o tome koriste li se s imenicom *money* ili *a loan* (npr. *borrow money*) te se kolokacije

uvrštavaju u tekst na odgovarajuće mjesto (npr. *Today, 90 percent of people living in poverty are unable to borrow money from commercial banks*).

8.3.3. Market Leader

Od ukupnog broja analiziranih udžbenika, u ovom udžbeniku pronalazimo najviše vježbi s kolokacijama – čak osamnaest. U prvoj vježbi rečenice se trebaju nadopuniti ponuđenim kolokacijama u kombinaciji pridjev/imenica + imenica (npr. *The economic situation is improving leading to a rise in employment.*) Sljedeća vježba je 'izbaci uljeza' u kojoj treba prekrížiti imenicu koja ne kolocira s određenim pridjevom/imenicom (npr. *marketing – campaign / ~~budget~~ / leader / strategy*). U trećem zadatku glagoli koji kolociraju s imenicom *relations* trebaju se klasificirati u dvije kategorije ovisno o tome imaju li pozitivno ili negativno značenje (npr. pozitivno značenje – *build up relations*, a negativno *break off relations*). U sljedećem zadatku treba odabrati glagol od dva ponuđena (npr. *We are planning to promote / establish branch offices in Singapore*), a sličan zadatak postoji i s imenicama gdje od tri ponuđene treba odabrati onu koja kolocira s glagolom (npr. *take a stake / a bid / an acquisition*). Nadalje, ponuđen je dio kolokacija u kombinaciji pridjev/imenica + imenica i treba napisati drugi dio koji nedostaje (npr. *financial planning*) te se dobivene kolokacije ubacuju u rečenice (npr. *The top performers should get the biggest bonuses*). Nakon toga slijedi klasificiranje glagola koji kolociraju s imenicom *risk* pod određene naslove (npr. *meet – face risk, encounter risk*). S istom imenicom kolociraju i brojni pridjevi koji se trebaju klasificirati u skupinu koja označava visok ili nizak rizik (npr. visoki rizik – *great risk*, a nizak rizik – *faint risk*). Slijedi povezivanje imenica/pridjeva s imenicom da bi se dobile kolokacije (npr. *decisive action*) te se nakon toga dobivene kolokacije povezuju s glagolom kako bi se dobile tročlane kolokacije (npr. *take decisive action*). Ponovno slijedi povezivanje imenica s imenicama (npr. *delivery charge*) te njihovo ubacivanje u rečenice (npr. *Goods with designer labels command premium prices in the shops*). Test za ponavljanje prvog dijela knjige uključuje nekoliko vježbi već prethodno utvrđenih kolokacija, a to su nadopunjavanje kolokacija kako bi se dobili sinonimi (npr. *a growing market – an increasing market*), povezivanje dviju imenica kako bi se

dobile kolokacije imenica + imenica (npr. *marketing strategy*), te nadopunjavanje samoglasnika kako bi se dobile kolokacije s imenicom *risk* (npr. *slight risk*). Ponovno postoji zadatak povezivanja glagola i imenica (npr. *establish goals*) te 'izbaci uljeza', ali ovaj put treba izbaciti glagol koji ne kolocira s određenom imenicom (npr. *check / assess / ~~look~~ performance*).

Na ovom je razini najviše vježbi kolokacija u udžbeniku *Market Leader* (osamnaest), a najmanje u *International Express* (samo dvije). Najčešće su to ponovno vježbe povezivanja dvaju dijelova kolokacija (šest puta), zatim slijede vježbe nadopunjavanja rečenica ili teksta kolokacijama (četiri puta) i, u istom broju, vježbe nadopunjavanja kolokacija dijelom koji nedostaje, kao i klasificiranje kolokacija prema određenom kriteriju. Dva puta koriste se vježbe 'izbaci uljeza' te odabiranje odgovarajućeg glagola/imenice od dviju ili triju ponuđenih. Jednom se koristi povezivanje kolokacija sa sinonimima, nadopunjavanje samoglasnika koji nedostaju u kolokacijama, prepoznavanje kolokacija u tekstu, povezivanje zadane imenice s pridjevom/imenicom koji slijede ispred ili iza te imenice i posljednje, povezivanje kolokacija s definicijama.

U svim udžbenicima javljaju se dva tipa zadataka: receptivni i produktivni. Uglavnom prevladavaju receptivni tipovi zadataka, dakle zadaci koji se temelje na prepoznavanju, a to su najčešće povezivanje bilo dvaju dijelova kolokacije ili kolokacije s definicijama, zatim klasificiranje kolokacija prema određenim kriterijima, nadopunjavanje kolokacija dijelom koji nedostaje (od ponuđenih riječi), nadopunjavanje slovima koji nedostaju u kolokacijama, 'izbaci uljeza', povezivanje sa sinonimima, slaganje rečenica korištenjem dijelova kolokacija u tablici, prepoznavanje i podcrtavanje kolokacija te zadaci višestrukog izbora.

Od produktivnih se zadataka javljaju nadopunjavanje rečenica bez ponuđenih kolokacija, postavljanje pitanja te izrada vlastitih rečenica s postojećim kolokacijama. Kolokacije koje se uvježbavaju su leksičke kolokacije i samo u jednom tipu zadataka gramatičke kolokacije, tj. kolokacije u kombinaciji glagol s prijedlogom i imenica. Najveći je broj dvočlanih kolokacija te vrlo mali broj tročlanih i višečlanih. Prevladavaju uzlazne kolokacije, iako se javljaju i silazne u zadacima u

kojima se ispituje koji se kolokat može upotrijebiti prije ili poslije čvora. Na kraju rada nalazi se glosar u kojem se nalazi popis kolokacija koje se uvježbavaju u pojedinom udžbeniku s prijevodom na hrvatski. Zamisao je bila da bi glosar mogao poslužiti nastavnicima kao orijentacija koje se kolokacije najčešće koriste u takvim udžbenicima. Na taj bi način nastavnici mogli odlučiti koje bi kolokacije mogli dodati ovisno o potrebama učenika, što je naročito korisno u individualnim tečajevima ili tečajevima prilagođenim potrebama određene skupine.

9. ZAKLJUČAK

Cilj je ovog istraživanja bio utvrditi koje kolokacije se najčešće uvježbavaju u udžbenicima engleskog jezika i koji tipovi zadataka se najčešće koriste. Utvrđeno je da su to leksičke kolokacije u kombinaciji imenica + imenica, imenica + pridjev te glagol + imenica. Među tipovima zadataka prevladavaju receptivni zadaci, među kojima je najviše zadataka povezivanja. Međutim, u većini udžbenika broj vježbi s kolokacijama je još uvijek prilično mali, pa se ostavlja nastavniku da ih dodatno uvježbava. Naime, mnoga istraživanja pokazuju da je nekoj riječi potrebno biti izložen od 5-16 puta kako bi se ona usvojila (npr. Nation, 1990., Meara, 1997., Horst, Cobb and Meara, 1998) Isto se odnosi i na kolokacije. Stoga, da bi se one usvojile, potrebno je puno više vježbi za njihovo usvajanje. Neki tipovi vježbi za usvajanje kolokacija koje bi u nastavi mogli primijeniti nastavnici su: davanje popisa riječi čije kolokacije se žele uvježbavati i tražiti od učenika da ih pronađu u rječniku ili internetu (ukoliko učenici posjeduju pametne telefone). Također, vrlo korisne su i vježbe prevođenja i s engleskog na hrvatski, kao i obrnuto kada učenicima treba istaknuti razlike u uporabi kolokacija u svakom od jezika. Mogu se koristiti i različite igre – npr. igre memorije gdje bi učenici trebali povezivati dva dijela kolokacije ili 'vješala' na način da učenici pogađaju slova, ali umjesto jedne riječi nudi se npr. pet riječi – dvije ispred (odnosno uzlazni kolokati) te dvije iza čvora (silazni kolokati). Učenicima se ne otkriva središnja riječ (čvor) nego je trebaju pogoditi na temelju kolokata (npr. *economic, political CRISIS – management, proof* gdje je *CRISIS* čvor,

odnosno konačno rješenje koje učenici moraju pogoditi). U vježbama se može koristiti i priloženi glosar.

Među udžbenicima analiziranim u ovom radu zanimljivo je da se, osim na naprednoj razini, velik broj vježbi za kolokacije javlja u udžbeniku koji se u školama stranih jezika već sve rjeđe koristi, a to je *International Express*. Najveći broj kolokacija pojavljuje se u *Market Leader*, udžbeniku koji je po svojim temama prvenstveno namijenjen poslovnim ljudima s određenim iskustvom u poslovnom svijetu. Najraznolikiji tipovi kolokacija koriste se u *The Business* gdje se kolokacije češće uvježbavaju pa čak i ponovno provjeravaju u vježbama ponavljanja nakon svake tri cjeline.

Međutim, bilo bi zanimljivo i provesti ispitivanje polaznika koji su se služili pojedinim udžbenicima i vidjeti koliko je njihovo stvarno usvajanje kolokacija. Također, bilo bi dobro provesti istraživanje vježbi kolokacija u različitim izdanjima istog udžbenika i provjeriti imaju li novija izdanja više vježbi.

LITERATURA

- Allison, J. and Emmerson P. (2008): *The Business Intermediate, Student's Book*. Oxford, Macmillan.
- Anderson, R.C. and Freebody, P. (1981): *Vocabulary knowledge*. In J.T. Guthrie (ed.), *Comprehension and Teaching: Research Reviews* Newark, De, International Reading Association, pp. 77-117.
- Benson, M., Benson, E., & Ilson, R. (1986): *The BBI combinatory dictionary of English*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company.
- Carter, R. and Nunan, D. (2001): *The Cambridge Guide to Teaching English to Speakers of Other Languages*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. (2002): *Market Leader – Pre-Intermediate. Student's Book*. Harlow, Pearson Education Limited.
- Cotton, D., Falvey, D., Kent, S. (2010): *Market Leader – Intermediate. Student's Book*. Harlow, Pearson Education Limited.
- Daller, H. and Phelan, D. (2007): *What is in a teacher's mind? Teacher ratings of EFL essays and different aspects of lexical richness*. In H. Daller, J. Milton and J. Treffers-Daller (eds.): *Modelling and Assessing Vocabulary Knowledge*. Cambridge, Cambridge University Press, pp.234-244
- Firth, J.R. (1957): *Papers in Linguistics 1934-1951*. Oxford, Oxford University Press.
- Harding, K., Taylor, L. (2005): *International Express – Intermediate. Student's Book*. Oxford, Oxford University Press.
- Hill, J. (1999): *Collocational Competence*, ETP April 1999, Issue 11.

- Hughes, J. N., Scrivener, J. and Turner, R. (2008): *Business Result – Intermediate, Student's Book*. Oxford, Oxford University Press.
- James, C. (1998). *Errors in Language Learning and Use: Exploring Error Analysis*. Harlow, Pearson
- Milton, J. (2009): *Measuring Second Language Vocabulary Acquisition*. Bristol, Multilingual matters.
- Nation, I.S.P. (2001): *Learning Vocabulary in Another Language*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Nattinger, J. R., & DeCarrico S. J. (1992): *Lexical Phrases and Language Teaching*, Oxford, Oxford University Press.
- Omazić, M. (2003): *Modifications of Phraseological Units in English: a dissertation*, Zagreb, Filozofski fakultet u Zagrebu.
- Powell, M. (2007): *In Company – Intermediate. Student's Book*. Oxford, Macmillan.
- Richardson, K., Kavanagh, M, Sydes, J. and Emmerson P. (2008): *The Business Pre-Intermediate, Student's Book*. Oxford, Macmillan.
- Sinclair, J. (1991). *Corpus, Concordance, Collocation*, Oxford, Oxford University.
- Taylor, L. (2004): *International Express – Pre-Intermediate. Student's Book*. Oxford, Oxford University Press.
- Taylor, L. (2008): *International Express – Intermediate. Student's Book*. Oxford, Oxford University Press
- Trappe, T. & Tullis, G. (2005): *Intelligent Business Intermediate Coursebook*. Harlow, Pearson Longman.
- Trappe, T. & Tullis, G. (2010): *Intelligent Business Pre-Intermediate Coursebook*. Harlow, Pearson Longman.
- Trappe, T. & Tullis, G. (2010): *Intelligent Business Upper-Intermediate Coursebook*. Harlow, Pearson Longman.
- Ur, P. (1999): *A Course in Language Teaching, Practice and theory*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Wallwork, A. (2002): *Business Vision – Intermediate. Student's Book*. Oxford, Oxford University Press.
- Whitby, N. (2006): *Business Benchmark, Pre-Intermediate to Advanced. Student's Book*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Woolard, G. (2000): Collocation – encouraging learner independence. *Teaching Collocation. Further developments in the lexical approach*. Ed. By M. Lewis, 28-46. Hove: Language Teaching Publications.

USE OF COLLOCATIONS IN BUSINESS ENGLISH COURSEBOOKS

This paper deals with research into collocations in Business English coursebooks. Firstly, the theory of collocations is summarised with a special reference to collocations and non-native speakers. It is followed by the research. The coursebooks which are most frequently used in language schools and colleges of economics were analysed. Three levels were studied – pre-intermediate, intermediate and upper-intermediate (from A2 to C1). Collocations were extracted and it was determined which collocation types are most frequently used and in what type of exercises. The aim was to establish if there is a sufficient number of collocational exercises and how often they are repeated. Recommendations are made for future studies in order to improve the collocational competence of students. At the end, the list of all collocations from the studied coursebooks is given with their translation.

Key words: collocations, collocational competence, Business English, coursebooks

Prilog 1: Glosar: izvadak (primjeri kolokacija iz udžbenika)

Pre-intermediate (osnovna razina)

Imenica/pridjev + imenica

- | | |
|---|---|
| - advertising agency –
reklamna agencija | - consumer behaviour –
ponašanje potrošača |
| - advertising budget –
proračun za oglašavanje | - consumer profile – profil
potrošača |
| - advertising campaign –
reklamna kampanja | - cover letter – popratno
pismo |
| - career move – pomak u
karijeri | - customer loyalty – odanost
kupca |
| - career plan – plan karijere | - investment bank –
investicijska banka |
| - challenging work – izazovan
posao | - manufacturing industries –
prerađivačka industrija |
| - competitive price –
konkurentna cijena | - market share – tržišni udio |

- sales forecast – predviđanje prodaje
- short list – uži izbor
- valuable resource – vrijedan izvor
- work placement – postavljanje na radno mjesto

Glagol + imenica

- accept a gift/present – prihvatiti poklon
- attend a course – pohađati tečaj
- attract customers – privući kupce
- budget for an expense – tražiti novac za troškove
- create an opportunity – stvoriti priliku
- do a job – obaviti posao
- do business – obaviti posao
- do homework – napisati zadaću
- do overtime – raditi prekovremeno
- do research – raditi istraživanje
- download a virus – učitati virus
- earn 40 thousand – zaraditi 40 tisuća
- earn a bonus – zaraditi bonus
- make a recommendation – dati preporuku
- make an arrangement – dogovoriti
- make an investment - investirati
- meet a need – zadovoljiti potrebu
- protect the environment – zaštititi okliš
- raise capital – prikupiti kapital
- raise money – prikupiti novac
- raise the price – podići cijenu
- reach a solution – doći do rješenja
- receive a gift/present – dobiti poklon
- reduce waste – smanjiti otpad
- run a business – voditi posao
- work flexitime – raditi fleksibilno radno vrijeme
- work overtime – raditi prekovremeno

Tročlane i višočlane kolokacije (glagol + pridjev + imenica; glagol + prijedlog + imenica te slične kombinacije)

- arrive late for a meeting – zakasniti na sastanak
- budget for an expense – tražiti novac za troškove
- deal with a complaint – pozabaviti se s prigovorom
- decide on a career plan – odlučiti o planu karijere
- do market research – napraviti istraživanje tržišta
- do serious work – obavljati ozbiljan posao

- | | |
|---|---|
| - equip and fit a shop –
opremiti trgovinu | - make a phone call -
telefonirati |
| - extend a product range –
proširiti proizvodni
asortiman | - offer career opportunities –
ponuditi mogućnosti za
napredovanje u karijeri |
| - get a nine-to-five job – dobiti
posao od devet do pet | - reach your full potential –
ostvariti svoj puni potencijal |
| - go to a useful meeting – ići
na koristan sastanak | - set up a company – osnovati
kompaniju |
| - make a career move –
napraviti pomak u karijeri | - set up a joint venture –
osnovati udruženi pothvat |

Intermediate (srednja razina)

Imenica + imenica, pridjev + imenica

- | | |
|--|---|
| - 24-hour room service – 24-
satna usluga u sobu | - insurance portfolio – portfelj
osiguranja |
| - brand awareness – svijest o
marki proizvoda | - internet access – pristup
internetu |
| - brand image – predodžba o
marki proizvoda | - labour costs – troškovi rada |
| - brand loyalty – odanost
marki proizvoda | - labour saving devices –
naprave za uštedu posla |
| - credit terms – kreditni uvjeti | - merchandising plan –
trgovački plan |
| - customer loyalty – odanost
potrošača | - ozone layer – ozonski
omotač |
| - developed countries –
razvijene zemlje | - product launch – lansiranje
proizvoda |
| - developing countries –
zemlje u razvoju | - product lifecycle – životni
ciklus proizvoda |
| - dirty tricks – prljavi trikovi | - product placement –
plasiranje proizvoda |
| - discussion board – odbor za
raspravu | - team-building activities –
aktivnosti izgradnje tima |
| - express checkout – brza
odjava (putnika, gosta) | - toxic waste – toksički otpad |
| - eye-catching design – dizajn
koji privlači oko | - water-resistant materials –
vodootporni materijali |
| - initial offer – početna
ponuda | - well-structured talk – dobro
strukturiran govor |
| - insurance claim –
potraživanje od osiguranja | - win-win negotiation – win-
win pregovor |
| - insurance policy – polica
osiguranja | - world-class restaurant –
restoran svjetske klase |

Glagol + imenica

- | | |
|--|---|
| - acknowledge the problem – priznati problem | - reach a consensus – postići konsenzus |
| - arrange a visit (from our technician) – dogovoriti dolazak (našeg tehničara) | - reduce profits – smanjiti profite |
| - browse the site – pretražiti stranicu (na internetu) | - reject a proposal – odbiti prijedlog |
| - compensate the victims – nadoknaditi žrtvama | - seek a compromise – tražiti kompromis |
| - evaluate ideas – procijeniti ideje | - set a limit – postaviti granicu |
| - exchange points of view – razmijeniti gledišta | - set a precedent – napraviti presedan |
| - exchange the product – zamijeniti proizvod | - set an example – dati primjer |
| - express an opinion – izraziti mišljenje | - set an objective – postaviti cilj |
| - extend a deadline – produžiti rok | - set targets – postaviti ciljeve |
| - fill an order – ispuniti narudžbu | - ship the product – otpremiti proizvod |
| - make a mistake – pogriješiti | - stock a product – uskladištiti proizvod |
| - reach a compromise – postići kompromis | - take an ownership – preuzeti vlasništvo |
| | - take initiative – preuzeti inicijativu |

Tročlane i višočlane kolokacije (glagol + pridjev + imenica; glagol + prijedlog + imenica te slične kombinacije)

- | | |
|---|--|
| - ask for a discount – tražiti popust | - pay for goods – platiti robu |
| - chat with people – čavrljati s ljudima | - respect human dignity – poštivati ljudski dignitet |
| - check accident reports – provjeriti izvješća o nesrećama | - send back a faulty product – vratiti neispravan proizvod |
| - click on a link – pritisnuti, kliknuti na vezu (na internetu) | - socialise with clients and colleagues – družiti se s klijentima i kolegama |
| - debit a credit card – teretiti kreditnu karticu | - sort out the details – razriješiti detalje |

Upper Intermediate

Imenica + imenica, pridjev + imenica

- | | |
|--|---|
| - advertising agency –
reklamna agencija | - marketing campaign –
marketinška kampanja |
| - advertising campaign –
reklamna kampanja | - marketing consultancy –
marketinško savjetovanje |
| - brand awareness – svijest
o marki proizvoda | - negligible risk –
nezamjetan rizik |
| - brand image - predodžba
o marki proizvoda | - recovery plan – plan
obnove |
| - brand loyalty – odanost
marki proizvoda | - revenue sources – izvori
dohotka |
| - business interruptions –
prekidi poslovanja | - sales forecasts –
predviđanja prodaje |
| - hard-nosed entrepreneur
– žilavi poduzetnik | - sales targets – ciljevi
prodaje |
| - income distribution –
raspodjela plaće | - team task – zadatak tima |

glagol + imenica

- | | |
|---|---|
| - assess performance –
procijeniti izvedbu | - make decisions – donijeti
odluke |
| - assign roles – dodijeliti
uloge | - make money – zaraditi
novac |
| - award damages – dati
naknadu za štetu | - meet standards –
udovoljiti standardima |
| - borrow money – posuditi
novac (od nekog) | - minimize risk – smanjiti
rizik |
| - calculate risk – izračunati
rizik | - promote relations –
promicati odnose |
| - file a lawsuit – pokrenuti
parnicu | - provide evidence –
pružiti dokaz |
| - foresee risk – predvidjeti
rizik | - provide feedback – dati
povratne informacije |
| - foster relations –
njegovati odnose | - reduce risk – smanjiti
rizik |
| - get a foothold (in a
market) – dobiti uporište
(na tržištu) | - restore relations –
obnoviti odnose |
| - make an acquisition –
nabaviti, kupiti | - target an audience –
ciljati publiku |

Tročlane i višočlane kolokacije (glagol + pridjev + imenica; glagol + prijedlog + imenica te slične kombinacije)

- break off relations –
prekinuti odnose
- break off talks –
prekinuti razgovore
- cut off relations –
prekinuti odnose
- develop integrated
strategies – razviti
integrirane strategije
- establish branch office –
osnovati podružnicu
- implement a recovery
plan – primijeniti plan
obnove
- launch a new campaign –
lansirati novu kampanju
- set up a joint venture –
osnovati zajednički
pothvat
- sponsor a sports event –
sponzorirati sportski
događaj
- strengthen sales force –
ojačati prodajnu silu
- take decisive action –
poduzeti odlučnu radnju
- take legal action –
poduzeti pravnu radnju

