



XXXI. školsko Natjecanje iz hrvatskoga jezika

4. veljače 2026.

četvrti (IV.) razred

zaporka

--	--	--	--	--	--

(peteroznamenasti broj i riječ)

broj bodova:

80	
----	--

Upute natjecateljima

1. Mobitele, pametne satove i druge prijenosne ili nosive elektroničke audiouređaje i videouređaje treba predati članu Povjerenstva koji provodi Natjecanje za pojedini razred.
2. Ispit se piše 90 minuta.
3. Ispit se piše isključivo kemijskom olovkom crne ili plave boje. Tinta se ne smije moći obrisati.
4. Prije rješavanja ispita treba čitljivo i pravopisno točno ispuniti listić sa zaporkom.
5. Natjecatelj zaporku treba napisati na manju i na veću omotnicu te na prvu stranicu ispita.
6. Ispitne zadatke treba pažljivo pročitati.
7. Treba pažljivo slijediti upute u zadatku.
8. Rješenja treba upisivati na za to predviđena mjesta.
9. Ako natjecatelj želi izmijeniti odgovor, treba ga precrtati, dopisati istom kemijskom olovkom novi odgovor te podizanjem ruke pozvati dva člana Povjerenstva koja nadziru pisanje. Oba člana trebaju odmah pred natjecateljem parafirati izmjenu odgovora. **Svaki natjecatelj smije u cijelome ispitu imati najviše tri izmjene.**
10. Odgovori ne smiju biti pisani velikim tiskanim slovima.
11. Odgovori trebaju biti pravopisno i gramatički točni.
12. Nakon završetka pisanja ispit, radni papir i manju omotnicu treba staviti u veću omotnicu, koju treba predati članu Povjerenstva.
13. Nakon objave privremene ljestvice poretka natjecatelj ima pravo uvida u ispit i pravo na pismenu žalbu.

**Želimo Ti uspjeh na Natjecanju!**

Školsko povjerenstvo:

1. \_\_\_\_\_  
(predsjednik Školskoga povjerenstva)
2. \_\_\_\_\_  
(član Školskoga povjerenstva)
3. \_\_\_\_\_  
(član Školskoga povjerenstva)

**Napiši na crte odgovore u zadatcima od 1. do 22.**

**1. Napiši pisanim slovima prema pravilima o pisanju velikoga i maloga početnog slova izraze otisnute velikim tiskanim slovima.**

Nekad je \_\_\_\_\_ vrvio reklamama. Iznad  
(TRG BANA JELAČIĆA)  
zgrade \_\_\_\_\_, slavne zagrebačke banke,  
(GRADSKE ŠTEDIONICE)  
stajala je kulturna reklama *Plive*. Tvrtke i domaći proizvođači na krovovima  
\_\_\_\_\_ svoje su proizvode reklamirali  
(SREDIŠNJEGA ZAGREBAČKOG TRGA)  
desetljećima. Tomu su na kraj stali članovi \_\_\_\_\_  
(GRADSKE SKUPŠTINE)  
odlučivši da se reklame moraju ukloniti, što je s vremenom i učinjeno bez obzira na to  
što su se tvrtke zbog uklanjanja reklama žalile tadašnjemu  
\_\_\_\_\_. Gradsko vijeće grada  
(MINISTARSTVU ZAŠTITE OKOLIŠA I PRIRODE)  
Osijeka također je \_\_\_\_\_ naložilo  
(ODLUKOM O KOMUNALNOME REDU)  
uklanjanje reklama s glavnih gradskih trgova.

(prema: lidermedia.hr)

6	
---	--

**2. Upiši č ili ć u rečenice.**

Dok je Marija s \_\_\_\_\_eznu\_\_\_\_\_em gledala televizijsku reklamu za novu masku za kosu, majka je frk\_\_\_\_\_u\_\_\_\_\_i zaključila da je za lijepu kosu dovoljan običan šampon.

2	
---	--

**3. Upiši ije ili je u rečenice.**

Putujući na posao svakodnevno pres\_\_\_\_\_dam nekoliko puta i mogu reći da nema javnih prijevoznih sredstava koja nisu obl\_\_\_\_\_pljena reklamama.

2	
---	--

10	
----	--

#### 4. Odredi vrstu podcrtanim riječima.

Pronađite pouzdanoga partnera s iskustvom dužim od 25 godina koji će vam u kratkome roku izraditi kvalitetnu reklamu i isporučiti je diljem Hrvatske. Ponudu možete zatražiti putem naše internetska stranice.

dužim \_\_\_\_\_ je \_\_\_\_\_  
diljem \_\_\_\_\_ putem \_\_\_\_\_

4	
---	--

#### 5. Odredi padež podcrtanim riječima. Pokrate (N, G, D, A, V, L, I) napiši na crte pokraj riječi.

Kreativan i jedinstven oglas s jasnom porukom osigurat će vašu prepoznatljivost. Osjećaj koji želite izazvati kod publike jest začuđenost i zadivljenost. Tako ćete publiku potaknuti na djelovanje.

porukom \_\_\_\_\_ koji \_\_\_\_\_  
začuđenost \_\_\_\_\_ djelovanje \_\_\_\_\_

4	
---	--

#### 6. Napiši pravopisno točan oblik podcrtanoga izraza.

*Nike* upotrebljava inspirativne mini intervjue sa sportašima kako bi se povezao s motivacijom i uspjehom.

\_\_\_\_\_

1	
---	--

#### 7. Izdvoji nesročnu odredbenu sintagmu iz sljedeće rečenice.

Znate koliko je sati kad velike skupine profesionalaca koji se bave komunikacijom, kreativom i tehnologijom ne podižu mobitele, nego upijaju svaku riječ.

\_\_\_\_\_

1	
---	--

10	
----	--

**8. Napiši tražene oblike ili izvedenice koji se smisleno uklapaju u rečenicu.**

a) Moj otac kaže da se još uvijek nije \_\_\_\_\_ na to da mu reklame  
(naviknuti, gl. pridjev radni)  
iskaču dok čita neki tekst na internetu. Uvjeren je da ga društvene mreže prisluškuju  
iako njihovi predstavnici \_\_\_\_\_ korisnike da to nije istina.  
(uvjeravati, prezent)

b) Ulica je bila pusta, a vjetar je nosio otpalo \_\_\_\_\_.  
(list, zbirna imenica)  
\_\_\_\_\_ od hladnoće i gladi, ugledala sam divovski oglas s  
(cvokotati, gl. prilog)  
vrućim čajem i božićnim kolačićem koji je bio jedva \_\_\_\_\_. Jedina  
(zagristi, gl. pridjev trpni)  
mi utjeha bijaše sjećanje na \_\_\_\_\_ paklene vrućine.  
(ljetos, pridjev)

6	
---	--

**9. Odredi vrstu izdvojenim surečenicama.**

Iako je riječ o reklami za mobilnoga operatera, radnja se odvija u automobilu tako da  
bi se na prvi pogled moglo zaključiti da je riječ o reklami kojom se reklamira neka  
autokuća.

Iako je riječ o reklami za mobilnoga operatera \_\_\_\_\_  
tako da bi se na prvi pogled moglo zaključiti \_\_\_\_\_  
da je riječ o reklami \_\_\_\_\_  
kojom se reklamira neka autokuća \_\_\_\_\_

4	
---	--

**10. Ispiši na crtu riječ nastalu preobrazbom u sljedećoj rečenici.**

Podrobno mi je objasnio zašto je za dobru reklamu na plaži ključno sunčano vrijeme.

\_\_\_\_\_

1	
---	--

11	
----	--

## 11. Odredi službu riječi u rečenici.

Jezik je reklamnih poruka do savršenstva izgradio svoj sustav te vješto manipulirajući njime iskazuje samo one informacije koje bi navele pojedinca na kupnju.

predikatni proširak: \_\_\_\_\_

priložna oznaka posljedice: \_\_\_\_\_

neizravni objekti: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

imenički atribut: \_\_\_\_\_

5	
---	--

## 12. Riješi zadatke.

Poznato je da se za potrebe reklama odabiru zanimljive lokacije diljem Lijepe Naše. Ovog puta to je bila jedinstvena lokacija Senja. Snimanje se odvijalo na senjskoj rivi, a glavnu su ulogu imali Rene, Goran i Goran. Ne sumnjamo da će Velebit i Jadran biti savršena kulisa novoj reklami.

### a) Razvrstaj imena iz teksta.

perifrazno ime: \_\_\_\_\_

hidronim: \_\_\_\_\_

ojkonim (ekonim): \_\_\_\_\_

oronim: \_\_\_\_\_

### b) Izdvoji ktetik iz teksta.

\_\_\_\_\_

### c) Napiši etnik muškoga roda tvoren od ojkonima/ekonima iz zadanoga teksta.

\_\_\_\_\_

6	
---	--

11	
----	--

### 13. Riješi zadatke.

Na sjeverozapadnim obroncima podigli su veliki reklamni panel kako bi djelovao na podsvijest posjetitelja obiteljske kušaonice vina.

a) Napiši kojim je tvorbenim načinom nastala riječ *sjeverozapadnim*.

\_\_\_\_\_

b) Napiši rječotvornu osnovu riječi *podsvijest*.

\_\_\_\_\_

c) Rastavi na morfeme određeni pridjev muškoga roda tvoren od imenice *podsvijest* služeći se spojnicama.

\_\_\_\_\_

3	
---	--

### 14. Napiši glasovne promjene koje su se dogodile u podcrtanim riječima. Pripazi na redoslijed glasovnih promjena.

Svagdanje nas oglašavanje često opterećuje, ali katkad možemo uočiti stare reklame s velikom umjetničkom vrijednošću. Takve su, primjerice, otisnute na reklamnim primjercima proizvoda poput drvenih vješalica Moskovitz i na praktičnome kovčežiću s priborom za šivanje braće Stozovaz.

svagdanje \_\_\_\_\_,

\_\_\_\_\_

oglašavanje \_\_\_\_\_

vrijednošću \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

možemo \_\_\_\_\_

primjercima \_\_\_\_\_,

\_\_\_\_\_

kovčežiću \_\_\_\_\_

9	
---	--

12	
----	--

**15. Napiši koliko je naglasnih cjelina u sljedećoj rečenici.**

Neke nas reklame mogu nasmijati do suza.

\_\_\_\_\_

1	
---	--

**16. Napiši na kojemu se značenjskome odnosu temelji sljedeći naslov.**

*Jezik u reklamama – slika sofisticirane kreacije ili jezične anemije?*

\_\_\_\_\_

1	
---	--

**17. Rastavi zadanu riječ na slogove služeći se spojnicama.**

marketing

\_\_\_\_\_

1	
---	--

**18. Napiši grafijski ostvaraj sljedećega fonetskog izraza.**

[põctanār] \_\_\_\_\_

1	
---	--

**19. Pročitaj sljedeću reklamu.**

– Komšija, alo komšija!

– Ta reci, Mata.

– Vidim da si kupio novu kosilicu.

– Mata, nisam, otkud ti to?

– Vidim kako ti je fino pokošeno, k'o engleška trava.

– Ta jes' ti ćorav, pa nijedna kosilica ne bi mogla 'vako fino pošištati. Ja sam ti nazv'o Komunalac, naručio košenje zeleni' površina, oni stigli, ja platio i svi sretni i zadovoljni.

**a) Napiši tko je naručilac zadane reklame.** \_\_\_\_\_

**b) Izdvoji jedan leksički dijalektizam iz reklame.** \_\_\_\_\_

2	
---	--

6	
---	--

**20. Napiši kojim je narječjem napisana sljedeća rečenica.**

Judi, judi vratija se Šime. Vratija se Šime i donija frišku ribu!

\_\_\_\_\_

1	
---	--

**21. Pozorno pročitaj sljedeći tekst i odgovori na pitanja koja se na njega odnose.**

Az, v ime Otca i Sina i Svetago Duha. Az opat Držiha pisah se o ledine, juže da Zvanimir kralj hrvatskij v dni svoje v Svetuju Luciju – i svedomi: župan Desimira Krbave, Mratin v Lice, Pribineža posal Vinodole, Jakov v otoce. Da iže to poreče, klni j Bog i dvanaeste apostola i četiri evanjelisti i svetaja Lucija, amen. Da iže sde živet, moli za nje Boga.

Az opat Dobrovit zdah crekav siju i svojeju bratiju s devetiju v dni kneza Kosmata obladajućago vsu Krajinu. I beše v ti dni Mikula v Otočci s svetuju Luciju v jedino.

a) Kojim je pismom napisan izvorni tekst? \_\_\_\_\_

1	
---	--

b) Koje je godine otprilike nastao izvorni tekst? \_\_\_\_\_

c) Napiši tri toponima iz teksta u suvremenome kanonskom liku.

1	
---	--

\_\_\_\_\_

1	
---	--

d) Izdvoji iz teksta tri antroponima.

\_\_\_\_\_

1	
---	--

e) Napiši kojoj skupini leksema prema vremenskoj raslojenosti pripada imenica *otca* u prvome retku. \_\_\_\_\_

1	
---	--

**22. Dopuni rečenicu točnim podacima.**

\_\_\_\_\_, statut zajednice Poljičana, sastavljen je

\_\_\_\_\_ godine regionalnom inačicom hrvatske brzopisne

ćirilice, koju nazivamo \_\_\_\_\_.

3	
---	--

9	
---	--



**Zaokruži slovo ispred točnoga odgovora u zadatcima od 23. do 25.**

**23. Koja se od sljedećih tvrdnja odnosi na hrvatski standardni jezik?**

- a) Elastično je stabilan u prostoru.
- b) Uređen je eksplicitnom normom.
- c) Ovisan je o govorima štokavskoga narječja.
- d) Urođen je svima na prostoru Republike Hrvatske.

1	
---	--

**24. Koja je od sljedećih riječi točno naglašena?**

- a) oglašâvanje
- b) rekláma
- c) potrošač
- d) reklàmirati

1	
---	--

**25. Koja je od sljedećih reklama u skladu s ortoepskom normom?**

- a) Brini o sèbi!
- b) Nema ptice do prasìce.
- c) Novi šampòn, jedinstven kao ti.
- d) Ne dajte da vas mĩrĩs tijela obilježi.

1	
---	--

3	
---	--

**Pozorno pročitaj sljedeći tekst. Svaki je odlomak teksta obrojčen radi lakšega snalaženja u tekstu. Napiši odgovore na crte u zadatcima od 26. do 29.**

**Zaokruži slovo uz točan odgovor u zadatcima od 30. do 33.**

*Vitalis*, br. 123., kolovoz 2025.

Sonja Radić

*Vlaga i plijesan – što učiniti?*

(1) Gdje je sparina, tamo je i vlaga – a s njome dolaze komarci, plijesan i zagušljiv zrak. Sve zajedno postaje pravi horor za životni prostor. Plijesni, mikroskopske vrste gljiva, trebaju vlagu i hranu (celulozu, hranu koja se raspada) za rast. Spore plijesni, nabrekle od vode, rastu poput balona koji se napuhuju. Izlučuju probavne enzime i mikrotoksine. Plijesan prouzročuje astmu, alergije, bronhitis, oslabljen imunološki sustav i općenito je opasna za zdravlje.

(2) Na prvi pogled odvlaživač djeluje kao jednostavno i povoljno rješenje za plijesan. No u praksi se brzo pokaže koliko je nezgodan za svakodnevnu uporabu. Ljudima najviše glavobolje zadaje stalno pražnjenje spremnika za kondenzat: posudu je često potrebno prazniti i nekoliko puta dnevno. Ako se to ne učini na vrijeme, odvlaživač prestaje raditi, što poništava sav učinak. Osim toga, odvlaživač ne izmjenjuje zrak u prostoru, nego ga samo isušuje, mora raditi na najjačoj brzini kako bi uopće bio djelotvoran (što podrazumijeva visoku potrošnju energije), zauzima vrijedan prostor u stanu i proizvodi neugodan, konstantan šum. Sve u svemu, to ga čini mnogo manje praktičnim nego što na prvi pogled izgleda.

(3) I kao da sve to nije dovoljno, s ljetom dolazi još jedna radost: komarci. Tad na scenu stupaju komarnici, najčešće kao posljednji očajnički pokušaj da se provjetri prostor bez ulaska leteće gamadi. No, oni vrlo brzo postanu sastavni dio ljetne muke, a ne rješenje. Zatamnjuju prostor i često ometaju pogled kroz prozor. Skloni su kvarenju – svijaju se, otpadaju, zaglavljaju prozore ili rolete. Kod većine modela nemoguće je prati prozore izvana bez demontaže. Ne sprječavaju vlagu jer, da bi zrak cirkulirao, prozor i dalje mora biti otvoren. U prijevodu – ako želiš svjež zrak, moraš otvoriti prozor, ali onda ulaze komarci. Ako ga ne otvoriš, zrak stoji, vlaga raste, a s njom i plijesan. I sve to uz dodatak znoja i nesanice.

(4) Projektanti mogu spriječiti te probleme uzimajući u obzir potrebe budućih ukućana, no to nije jednostavno. Geometrija zgrade može biti problematična; šiljasti kutovi i konzolne sastavnice često dovode do razvoja plijesni. Pažnju zahtijevaju i toplinski mostovi, područja na zgradi koja dopuštaju gubljenje topline i dovode do pojave kondenzacije. Mikrobiologinja Brigitte Tassenbacher također upozorava na neotvorive prozore ili prozračivanje koje prouzročuje buku ili rizik od provale. „Ako

nema komforne ventilacije”, ističe Tassenbacher, „vlaga se ne može učinkovito ukloniti.”

(5) Ipak, postoji rješenje. Održavanje i redovito servisiranje pomaže u očuvanju vrijednosti građevinskoga materijala. Često je najbolje rješenje informiranje i pravilna komunikacija svih uključenih strana. Ako su ukućani upoznati s načinima na koje mogu pomoći u očuvanju zgrade, već je mnogo postignuto. Nadalje, Tassenbacher napominje da današnji stanovi i kuće nisu više prozračivani tijekom dana kao što su nekoć bili jer su oba roditelja često na poslu. Sa stručne točke gledišta to ide u prilog ugradnji komfornoga ventilacijskog sustava koji redovito obnavlja zrak, regulira vlagu u prostoru te štiti od pojave plijesni na zidovima i štete na zgradi.

(6) *Moldo* je svestrana komforna stambena ventilacija koja se lako uklapa u vaš dom, radi tiho i neprimjetno 24 sata dnevno, a zahvaljujući diskretnoj ugradnji u povišenim dijelovima prostorija – gotovo da ne primjećujete da je tu. Tijekom stalne izmjene zraka sustav zadržava temperaturu i regulira vlažnost prostora zahvaljujući učinkovitom povratu topline. Uz vrhunske antialergijske filtre *Moldo* osigurava zrak bez peludi, alergena, prašine i neugodnih mirisa. Upravljanje je jednostavno: moguće je birati između ljetnoga, zimskoga, dnevnoga, noćnoga ili početnoga načina rada putem mobilne aplikacije ili daljinskoga upravljača u kućnoj verziji. Razina buke? Na početnome je modulu rada 20 decibela, stručno pojašnjeno: kao šapat u daljini. Potrošnja? Simbolična – do dva eura struje godišnje. Održavanje? Pranje filtra otprilike svaka tri mjeseca – i to je sve.

(prema: slobodnadalmacija.hr i hoval.hr)

**26. Izdvoji rečenicu iz prvoga odlomka u kojoj je iskazan stav.**

---

---

1	
---	--

**27. Izdvoji sročnu sintagmu iz trećega odlomka koja otkriva autoričin stav prema komarcima.**

---

1	
---	--

2	
---	--

28. Izdvoji rečenicu iz trećega odlomka u kojoj je iskazana ironija.

1

29. Objasni zašto se u tekstu navodi izjava mikrobiologinje.

1

30. Kojoj vrsti teksta prema obliku pripada polazni tekst?

- a) neprekinutome      b) isprekidanome      c) mješovitome

1

31. Koja je glavna namjena polaznoga teksta?

- a) predstaviti rješenja za vlagu i plijesan  
b) upozoriti čitatelje na posljedice vlage i plijesni  
c) potaknuti čitatelje na kupnju ventilacijskoga sustava  
d) uputiti čitatelje kako ispravno upotrebljavati ventilacijski sustav

1

32. Koje značenje najbolje odgovara podcrtanoj riječi u drugome odlomku u kontekstu polaznoga teksta?

- a) para  
b) vlaga  
c) tekućina  
d) otopina

1

33. Što je od sljedećega iskazano u tekstu?

- a) Pražnjenje spremnika prouzročuje zdravstvene probleme.  
b) Komarnici prouzročuju pojavu vlage i plijesni.  
c) Vlaga se može ukloniti odvlaživačem.  
d) Vlaga povećava rizik od provale.

1

6