

Izvorni znanstveni rad

Rukopis primljen 30. 8. 2017.

Prihvaćen za tisak 18. 4. 2018.

<https://doi.org/10.22210/govor.2017.34.08>

**Tatjana Balažic Bulc, Vesna Požgaj Hadži**

*tatjana.balazic-bulc@guest.arnes.si, vesna.hadzi@guest.arnes.si*

Filozofski fakultet Sveučilišta u Ljubljani

Slovenija

## **Interakcijske retoričke strategije u znanstvenom diskursu (na primjeru znanstvenog jezika Ivana Ivasa)**

### **Sažetak**

Znanstveni diskurs tradicionalno označavaju pojmovi kao što su racionalnost, strogost, ekonomičnost, jednoznačnost i sl., a znanstvena je komunikacija često opisivana kao apstraktna, usmjerena na sadržaj. Međutim, razvojem suvremenih tehnologija i internetizacije taj se pogled drastično mijenja. Sve se češće odbacuju elitne prakse i specijalni diskurs polako prelazi u javni, pa se može reći da su u jeziku znanosti ostali još samo mitovi o objektivnosti i neutralnosti jezičnih elemenata te izostanku emocionalno-ekspresivnih elemenata. Različita istraživanja potvrdila su da se znanstveni diskurs, kao i svaki drugi, odvija na dvjema razinama, autonomnoj i interaktivnoj. To znači da funkcija znanstvenog teksta nije samo referencijalna, odnosno informativna, već i komunikacijska, a komunikacijom između autora teksta i čitatelja/slušatelja uvijek se razotkrivaju karakter, mišljenja i stavovi sudionika komunikacije. Jedna je od temeljnih komunikacijskih funkcija znanstvenog teksta uvjeravanje, koje je u centru pozornosti ovog rada. U njemu se diskursnom analizom proučavaju različite retoričke strategije kojima autor uspostavlja interakciju s čitateljem kako bi privukao njegovu pozornost i uvjerio ga u točnost i prihvatljivost vlastitih stavova. Polazeći od pretpostavke da je svaki tekst obilježen individualnim stilom autora, u kojemu se odražavaju autorov karakter, mišljenja i stavovi, kao studija primjera poslužili su nam nasumce odabrani znanstveni radovi Ivana Ivasa. U prvom dijelu istražuje se strategija naslovljavanja, a u drugom dijelu metadiskursne strategije uspostavljanja interakcije s čitateljem: strategije ograđivanja, pojačavanja, izražavanja odnosa prema izloženoj tvrdnji, izravnog obraćanja čitatelju/slušatelju te strategija vlastitog angažiranja. Kvalitativna analiza komunikacijskih retoričkih strategija u znanstvenim radovima

pokazuje da Ivas različitim jezičnim elementima pokušava privući pozornost čitatelja/slušatelja, pri čemu se uglavnom pridržava pravila znanstvenog diskursa, ali koristi i emocionalno-ekspresivne jezične elemente koji postaju obilježje njegova individualna stila. Na taj se način potvrđuje pretpostavka da pravila o objektivnosti, neutralnosti i sl. vrijede za znanost i znanstvena istraživanja, dok se za znanstveni jezik to ne bi moglo reći.

**Ključne riječi:** znanstveni diskurs, retoričke strategije, metadiskurs, interakcijski metadiskurs

---

Postoji jedna stara simbolička podjela govora na suhi i vlažni. Stari su narodi božanskom nečujnom (nečulnom) govoru (prvoj riječi) pripisali suhoću, a čujnost (čulnost) ljudskoga govora usporedili su s prodornošću koju omogućuje ovlaženost. Bez sumnje je ova drevna podjela nastala suprotstavljanjem dviju vrsta govora – suhog govora vlasti i vlažnog govora snubljenja.

(Ivas, 1988: 247)

## 1. UVOD

Parafrazirajući natuknicu *Riječ* iz *Rječnika simbola* (Chevalier i Gheerbrant, 1983) Ivas (1988: 247–248) kaže da su stari narodi nečujnom (nečulnom) govoru pripisivali suhoću, a čujnost (čulnost) ljudskoga govora uspoređivali s prodornošću koju omogućuje ovlaženost. Govoreći o javnom govoru, posebno političkom, Ivas zaključuje da je on uravijen, monoton i nezanimljiv te da je suh ne samo simbolički, već i doslovno pa suhi govor vlasti zapinje već u ušnoj školjci. Slične se karakteristike navode i kada je riječ o znanstvenom diskursu. Njega, naime, tradicionalno prate obilježja kao što su racionalnost, strogost, ekonomičnost, jednoznačnost itd. Međutim, znanstveni diskurs nije ni jednoznačan ni stilski nezanimljiv. Činjenica da u domaćoj lingvistici još uvijek prevladavaju mitovi o objektivnom, neutralnom i neemocionalnom znanstvenom diskursu, koji je svojom hermetičnošću dostupan samo uskom krugu određene diskursne zajednice, potakla nas je na razmišljanje o znanstvenoj komunikaciji. U radu se pokušava odgovoriti na neka pitanja vezana uz takav znanstveni diskurs. Prije svega zanima nas jezik znanosti, a posebice jedna od temeljnih komunikacijskih funkcija znanstvenog teksta – uvjeravanje čitatelja/slušatelja.

U domaćoj je lingvistici još uvijek prisutan tradicionalan stav o znanstvenoj komunikaciji i jeziku znanosti. Silić (2006: 63–64) primjerice smatra da postoji razlika između apstraktne i konkretne komunikacije, pri čemu je apstraktna komunikacija neosobna, usmjerena na poruku i odražava neosobni odnos prema sadržaju poruke, dok je konkretna komunikacija osobna, usmjerena na pošiljatelja i primatelja poruke te odražava osobni odnos prema sadržaju poruke. U tom smislu znanstvena je komunikacija apstraktna, ona je prije svega "komunikacija sa sadržajem, a ne komunikacija s osobama koje taj sadržaj stvaraju i jezično oblikuju", pa zato i: "Jezik znanstvenoga stila mora biti strogo u skladu sa sadržajem znanstvenoga stila." Osim o sadržaju znanstvenog teksta znanstvenik mora neprestano voditi računa i o trima načelima na kojima se on temelji: o načelu logičke organizacije sadržaja i izraza, načelu

objektivnosti i načelu apstraktnosti, ali ne smije zaboraviti i na primatelja poruke kojemu mora prilagoditi sadržaj i jezik znanstvene poruke. Pri tome mora paziti "da subjektivna sredstva (u tome smislu i emocionalno-ekspresivna) iskoristi samo ondje gdje su ona (do stanovite mjere) dopuštena (npr. u populariziranju sadržaja znanstvene poruke)" (Silić, 2006: 44).

Međutim, činjenica je da se uloga akademske zajednice u postmodernom društvu drastično promijenila, pa se time mijenja i jezik znanosti, prije svega pod utjecajem suvremenih tehnologija i internetizacije. Fairclough (1995: 230–231) konstatira da se sve više ruše granice između akademskog diskursa i neformalnije osobne komunikacije. U suvremenim se društvima sve češće odbacuju elitne, profesionalne, birokratske i sl. prakse, a dobivaju na vrijednosti uobičajenost, neutralnost, osobnost i sl., što je zapravo proces demokratizacije društva, a s druge strane i rezultat tržišne usmjerenosti akademske zajednice koja za vlastitu promociju koristi marketinške pothvate. Češćim pojavljivanjem u medijima i popularizacijom istraživanja akademski diskurs prelazi iz specijalnog u javni pa se posljedično mijenja i ideja o jeziku znanosti. Danas je zapravo ostao samo mit o neemocionalnom, neutralnom i objektivnom znanstvenom jeziku (Crystal, 2006: 23). Slično konstatira i Katnić-Bakaršić (2012: 70–71) koja navodi i tradicionalne mitove jezika znanosti: mit o objektivnosti znanstvenika, mit o neutralnosti jezičnih elemenata (npr. bezlične konstrukcije, pasiv, tipične fraze) te mit o izostanku emocionalno-ekspresivnih elemenata pomoću kojih se zapravo stvara personifikacija znanosti kao "jedna od retoričko-stilskih strategija koje imaju za cilj stvaranje dojma objektivnosti, gotovo autonomnosti i samodovoljnosti znanstvenoga diskursa". Čini se kao da akademska zajednica svojom hermetičnošću želi svijet znanosti zadržati za sebe te "sačuvati svojevrsnu mistiku, tajanstvenost, stvoriti dojam o svom zasluženom specijalnom statusu u društvu" (Katnić-Bakaršić, 2012: 67), dok se zapravo sve vrijeme odvija borba za prihvaćanje tumačenja koje znanstvenik daje (Katnić-Bakaršić, 2012: 71), a time u svoja istraživanja na ovaj ili onaj način nesvjesno unosi dio sebe, tj. vlastite sociokulturne, ekonomske i druge subjektivne elemente (Katnić-Bakaršić, 2012: 70–71). To znači da se svaki autor neprestano opredjeljuje za ovaj ili onaj jezično-stilski izbor, a svaki je izbor važan i nosi svoje značenje. Pogotovo onda kada je riječ o neočekivanom i upečatljivom govoru u jeziku znanosti, kakav je i znanstveni diskurs Ivana Ivasa (1953. – 2006.) kojem posvećujemo ovaj rad<sup>1</sup> u nadi da će, ako se izrazimo riječima Ivana

---

<sup>1</sup> Rad je potaknut izlaganjem s naslovom *Vlažni govor snubljenja Ivana Ivasa* na Simpoziju u spomen na Ivana Ivasa održanom na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu u prosincu 2011.

---

Ivasa (2002: 210), ovaj govor izazvati nov govor (komentar) i potaknuti na razgovor, konkretnije na razgovor o otvorenim i aktualnim pitanjima znanstvenog diskursa.

Uzimajući u obzir da je jedna od temeljnih komunikacijskih funkcija znanstvenog teksta privući pozornost što više članova diskursne zajednice i uvjeriti ih u točnost i prihvaćanje iznesenih stavova, pretpostavljamo da znanstvenici koriste različite retoričke strategije koje su dijelom uvjetovane kulturološkim karakteristikama, a dijelom individualnim stilom pojedinog autora, što potvrđuju i naša dosadašnja istraživanja. Katnić-Bakaršić (2012: 70) među strategijama tipičnima za akademski diskurs navodi strategiju okvira znanstvenog teksta (cijela struktura znanstvenog teksta), strategiju stvaranja privida objektivnosti i neutralnosti jezičnih sredstava (izbor pasivnih struktura, prividan izostanak emocionalno-ekspresivnog leksika i sl.), strategiju stvaranja privida objektivnosti znanstvenika (izbor prvog lica množine, pasivnih i bezličnih konstrukcija) i strategiju personifikacije predmeta istraživanja. Od niza strategija tipičnih za znanstveni diskurs u radu nas zanimaju strategije kojima autor eksplicitno uspostavlja komunikacijski odnos s čitateljem.

## 2. RETORIČKE STRATEGIJE ZNANSTVENOG DISKURSA

Prema Hylandu (2005) već se 80-ih godina prošlog stoljeća pojavljuje ideja o dvosmjernoj komunikaciji između autora teksta i čitatelja/slušatelja u akademskom diskursu, točnije znanstvenom članku kao jednom od njegovih najprestižnijih žanrova (Sinclair, 1981; Swales, 1990). Također se mijenja i pogled na svrhovitost pisanja znanstvenih tekstova, što znači da funkcija znanstvenog članka nije samo referencijalna odnosno informativna, već je autorova namjera uvjeriti čitatelja u svoje stavove i, konačno, utjecati na njegovo mišljenje. Slično ističe i Hunston (1994) smatrajući da autor znanstvenog teksta svakim dijelom svog teksta uvjerava čitatelja. U uvodu ga uvjerava da je opisano istraživanje neophodno i korisno budući da su na tom području još uvijek otvorena neka pitanja, u metodološkom dijelu uvjerava ga da je istraživanje obavljeno u skladu s pravilima metodologije znanstvenoistraživačkog rada, u rezultatima ga uvjerava da je kvantitativna i/ili kvalitativna analiza bila uspješna i informativna, a u raspravi da se rezultati podudaraju s rezultatima drugih istraživanja i da zajedno s njima tvore jedinstvenu cjelinu. Hyland (2005: 66–67) u tom smislu konstatira da se uvjerljivost znanstvenog teksta postiže metodama, argumentima i različitim retoričkim strategijama.

---

Na slične stavove nailazimo i u retorici. Ornatowski (2007: 2) primjerice smatra da je jedno od temeljnih pitanja retorike kako postići učinkovitost određenog diskursa. Kada je riječ o retorici znanosti, temeljno je pitanje kako znanstvenici kao članovi određene zajednice s određenim znanjem i praksom u toj zajednici iskazuju i prenose svoje znanje. Pritom trebaju pokazati odgovornost prema predmetu o kojem raspravljaju, prema drugim autorima koji su se bavili tim predmetom, prema publici, ali i prema sebi i vlastitim etičkim vrijednostima. Jer, kako Bazerman (1988, prema Ornatowski, 2007: 7) konstatira, znanstveni tekstovi sadrže četiri različita konteksta koja se međusobno isprepliću: 1. objekt o kojem se diskutira, tj. referencijalni okvir u kojem se objekt prikazuje; 2. postojeće znanje, što uključuje pregledavanje prethodne literature, određivanje znanstvenoistraživačkog problema te korpus i metode istraživanja; 3. publiku, tj. znanja i stavove određene publike kojima se prilagođava argumentacija te 4. autorovu osobnost ili etos, tj. način na koji se autor pojavljuje u tekstu. Blagojević (2007: 127) pojmom retorika akademskog diskursa označava odabir i uporabu onih jezičnih elemenata koji će prema autorovoj procjeni najučinkovitije uvjeriti publiku, odnosno pomoći autoru da svoje ideje predstavi ciljnoj publici na način na koji on to želi. Ti jezični elementi čine različite retoričke strategije, npr. strategiju eksplicitnog vođenja čitatelja kroz tekst, strategiju autorova pojavljivanja u tekstu, strategiju obraćanja čitatelju i sl., a autori ih koriste pri izlaganju svojih tvrdnji kako bi se one preoblikovale u činjenice. Prema tome, svaki se diskurs, govoreni ili pisani, pa tako i akademski, uvijek odvija na dvjema razinama koje se u literaturi nazivaju autonomna i interaktivna (Sinclair, 1981) ili češće propozicijska i metadiskursna (Hyland, 2005). Kako Katnić-Bakaršić (2012: 67) ističe: "Konačno, pokazalo se da je akademski diskurs, koji je tradicionalno promatran kao jednostavan i, reklo bi se, jednoznačan, stilski ne pretjerano zanimljiv, zapravo riznica skrivenih zanimljivosti i s obzirom na specifičnu retoriku, i s obzirom na odnose moći u njemu i s obzirom na povezanost znanosti sa sociokulturnim i ekonomskim odnosima." Naime, kao i svaka druga komunikacija, i znanstvena komunikacija ne znači samo razmjenu informacija, dobara i usluga, kao što je to često definirano u rječnicima (vidi npr. *Rječnik hrvatskoga jezika*, (<http://hjp.znanje.hr>): 1. davanje i primanje informacija [*usmena komunikacija; pismena komunikacija*]; općenje; 2. čin komuniciranja; 3. prometna veza između dvaju odredišta (cestom, željeznicom, brodom itd.)), već se komunikacijom otkrivaju i karakter, mišljenja i stavovi sudionika u komunikaciji (Hyland, 2005: 3–4). To znači da pismo i govor, dva čina stvaranja značenja, nikada nisu neutralni, već uvijek odražavaju i interese, polazišta, stavove i vrijednosti onih

koji ih stvaraju. Zato oni koji stvaraju značenje moraju imati u vidu i društveni utjecaj, učinak koji će imati na komunikacijsku publiku, tj. čitatelje ili slušatelje koji će interpretirati značenje. Dakle, prema Hylandu (2005: 49), metadiskurs ne predstavlja samo diskurs o diskursu, kao što je često definiran u ranijim radovima, već je riječ o interaktivnom modelu koji uključuje niz različitih jezičnih elemenata kojima se autori služe u eksplicitnom organiziranju teksta, uključivanju čitatelja/slušatelja i iznošenju vlastitih stavova. U tom smislu, razlikuju se dvije dimenzije interakcije, interaktivna i interakcijska.

Interaktivna dimenzija podrazumijeva diskretnu prisutnost autora u tekstu. To znači da autor, imajući u vidu čitatelja/slušatelja, stvara tekst koji je prilagođen znanju, interesima, retoričkim očekivanjima te mentalnim sposobnostima čitatelja/slušatelja i na taj način vodi čitatelja/slušatelja prema željenoj interpretaciji poruke. Pritom koristi različite jezične elemente za organiziranje teksta koje Hyland (2005: 49) dijeli u pet grupa: 1. prijelazi (engl. *transitions*), koji izražavaju semantičke odnose među rečenicama (npr. *i, ali, međutim, zato*); 2. označivači okvira (engl. *frame markers*), koji se eksplicitno odnose na diskursne činove ili sekvence teksta (npr. *konačno, da zaključim, ako ponovimo, moja je namjera*); 3. endoforički označivači (engl. *endophoric markers*), koji se odnose na informacije u drugim dijelovima teksta (npr. *kao što je rečeno/spomenuto, vidi sliku, u 2. poglavlju*); 4. dokazivači (engl. *evidentials*), koji se odnose na informacije u drugim tekstovima (npr. *prema XY, XY konstatira*) i 5. tumači (engl. *code glosses*), koji olakšavaju razumijevanje propozicijskog sadržaja (npr. *naime, npr., tj., drugim riječima*).

S druge strane, interakcijska dimenzija znači da je autor eksplicitno prisutan u tekstu, pri čemu posebnim jezičnim elementima izražava vlastiti stav, mišljenje, odnos i sl. prema sadržaju te na taj način uspostavlja direktnu komunikaciju s čitateljem/slušateljem i pruža mu mogućnost da reagira na njegovo mišljenje. Hyland (2005: 49) među interakcijskim jezičnim elementima navodi: 1. ogradiivače (engl. *hedges*), koji ograničavaju potpunu potporu nekoj izjavi (npr. *možda, moguće, približno*); 2. pojačivače (engl. *boosters*), koji naglašavaju autorovu sigurnost o nekoj izjavi (npr. *zapravo, definitivno, sigurno, jasno je da*); 3. označivače odnosa prema sadržaju (engl. *attitude markers*), koji izražavaju autorov odnos prema propozicijskom sadržaju (npr. *nažalost, slažem se/sa, iznenadujuće je da*); 4. označivače odnosa prema čitatelju (engl. *engagement markers*), koji označavaju odnos prema čitatelju ili grade taj odnos (npr. *kao što vidite, treba naglasiti/napomenuti da*) i 5. autoreferiranje (engl. *self mentions*), koje eksplicitno označava autora (npr. *ja, mi, moj, naš*).

Takve jezične elemente Škarić (2003: 81) naziva modalnim izrazima, odnosno kratkim stereotipnim komentarima koje o svom govoru izriče sam govornik tijekom svoga govora, koji su često sintaktičke okamine, međutim nisu sintaktički dijelovi rečenice, već su umetci. Škarić smatra da se modalni izrazi pojavljuju u različitim ulogama, među kojima su: 1. označavanje stila, pri čemu modalni izrazi najavljuju način govora ili upozoravaju na nj ili ga opravdavaju (npr. *ukratko, točnije rečeno, da ne duljim, pitanje je*); 2. fatična uloga, gdje se modalnim izrazima uspostavlja, provjerava i učvršćuje komunikacija (npr. *slušajte, gledajte, ako sam vas dobro razumio*); 3. populistička uloga, gdje se određenim izrazima laska slušačima te im se sugerira da se slažu s govornikom (npr. *kao što znate, vjerujem da znate, morate priznati*); 4. spojnice (konektori), koje upozoravaju na povezanost i središnjost raznih dijelova diskursa i time ga čine jasnijim (npr. *kao što je prije rečeno, podsjetit ću*), najavljuju nastavak (npr. *nadalje, zatim, dalje*) te upozoravaju na red i redosljed (npr. *kao prvot drugo, prvo, drugo, treće*); 5. razabiranje, koje pomaže sređivanju i razumijevanju (npr. *s jedne druge strane, za razliku, nasuprot, naprotiv, no, međutim, inače, dapače*); 6. uloga promišljanja, gdje se modalnim izrazima upozorava da se govori promišljeno (*ako se dobro razmisli, u biti, logično, iz čega slijedi, dakle, znači*); 7. subjektivnost, pri čemu posebnim izrazima govornik ističe da izriče vlastito mišljenje, izrečeno relativizira i ograđuje se, a i slušačima dopušta subjektivnu prosudbu (npr. *po mom sudu, mislim, smatram, cijenim, osjećam, pitam se*); 8. ublažavanje, koje govornik koristi zbog obzirivosti prema slušačima (npr. *po svojoj prilici, recimo, čini se, može biti, valjda, vjerojatno*); 9. pojačavanje, gdje govornik ističe svoju uvjerenost u svoje tvrdnje (npr. *nema sumnje, štoviše, dakako, svakako, treba naglasiti, u svakom slučaju*) i 10. kvalifikacije, pri čemu govornik izriče vrijednosni sud o sadržaju (npr. *nažalost, srećom, neizbježno, stvarno*) (Škarić, 2003: 82–84).

Drugim riječima, interaktivni metadiskursni jezični elementi, koji su obilježje svakog teksta i kojima se postiže kohezija i koherentnost, dio su retoričkih strategija kojima autor olakšava čitatelju/slušatelju snalaženje u tekstu te ga vodi prema željenoj interpretaciji teksta, dok su interakcijski metadiskursni jezični elementi dio retoričkih strategija u kojima se autor eksplicitno pojavljuje u tekstu iznoseći vlastite stavove, odnosno uključujući čitatelja/slušatelja u tekst. Te su strategije dijelom kulturološki uvjetovane, a dijelom ovise o autorovu individualnom stilu, što potvrđuju različita istraživanja (Katnić-Bakaršić i Požgaj Hadži, 2005, 2010; Blagojević, 2007; Požgaj Hadži i Balažić Bulc, 2013; Balažić Bulc i Požgaj Hadži, 2016). Na primjeru znanstvenog diskursa Ivana Ivasa u centru su pozornosti ovog istraživanja retoričke



---

strategije kojima autor uspostavlja interakciju sa slušateljem/čitateljem uvjeravajući ga u točnost i prihvatljivost vlastitih stavova.

### 3. ISTRAŽIVANJE

Polazeći od pretpostavke da je svaki tekst obilježen individualnim stilom autora, izborom retoričkih i stilskih sredstava, mogli bismo reći da se u njemu odražava i autorov karakter. Budući da je Ivas bio blage i samozatajne naravi, ali i vrsni stilističar i retoričar koji komunicira s čitateljem/slušateljem birajući neuobičajene, često i stilski obilježene jezične elemente, pretpostavljamo da će se sve to odraziti i u njegovim znanstvenim tekstovima.

#### 3.1. Cilj istraživanja i hipoteza

U istraživanju se polazi od pretpostavke da komunikacija u znanstvenim tekstovima nije nužno samo apstraktna, tj. neosobna i usmjerena na poruku, već da postoje zapravo dvije razine komunikacije, autonomna i interaktivna. Prva se odnosi na sam sadržaj, odnosno propoziciju, a drugom autor uspostavlja kontakt s publikom kojoj je tekst namijenjen. Cilj je istraživanja na studiji primjera pokazati koje se retoričke strategije za uspostavljanje interakcije s čitateljem/slušateljem pojavljuju u znanstvenim tekstovima jednog autora, kojim su jezičnim elementima izražene te koliko su one odraz općih pravila pisanja znanstvenog teksta, odnosno stereotipnih predodžbi o znanstvenom jeziku, a koliko se u njima odražava individualni stil autora, u našem slučaju lingvиста, retoričara i stilističara Ivana Ivasa. U fokusu su našeg istraživanja prije svega retoričke strategije pomoću kojih Ivas uspostavlja kontakt s čitateljem/slušateljem, tj. kako privlači njegovu pozornost i kako ga motivira da ustraje do kraja.

#### 3.2. Metode

Diskursnom analizom odabranih tekstova u radu se na studiji primjera pokušava odrediti retoričke strategije kojima autor uspostavlja interakciju s čitateljem. Istraživanje je podijeljeno u dva dijela. U prvom dijelu polazimo od pretpostavke da je naslov "ključno mjesto teksta" (Ivas, 2004: 29) i u tom smislu istražujemo ulogu naslova i podnaslova u Ivasovim znanstvenim tekstovima. Naime, sam Ivas istražujući novinske naslove naglašava da je cilj naslova "privući pozornost te pospješiti zapamćivanje" (Ivas, 2004: 10). Taj se cilj najčešće ostvaruje dvama načinima:

---

1. sažimanjem teksta u konkretnu obavijest i naznačavanjem mogućeg sadržaja teksta (semantička uloga) te 2. buđenjem čitateljeve pozornosti (pragmatička uloga naslova). Ekonomiziranje količinom teksta i privlačenje pozornosti postiže se, prije svega, jezičnom kreativnošću ili, riječima Ivasa, "poigravanjem jezikom" (Ivas, 2004: 13) koje ovisi o različitim tipovima diskursa i različitim žanrovima. Govoreći metaforički o naslovu, on je za Ivasa i *ulaz*, i *kanal*, i *mamac*, i *atraktor*, i *put*, i *slika*, i *obrat*:

Ako je naslov ključno mjesto teksta – njegov ulaz, naslovljivač mora paziti da vrata ulaza otvori širom. Ako je naslov kanal koji vodi u tekst, on ne smije biti usko grlo, a poželjno je da bude sklizak. Ako je naslov mamac, mora biti atraktivan. Ako je naslov atraktor, mora proizvesti vrtlog. Ako je put do čitateljeva uma izravniji preko jezika desne polutke mozga, naslov mora imati sliku, paradoksalan obrat, naročit sintaktički odnos i ritam. (Ivas, 2004: 29)

Pritom se postavlja pitanje imaju li i naslovi tekstova znanstvenog diskursa, kao npr. naslovi u publicističkom diskursu, isti cilj, dakle, privući pozornost čitatelja.

U drugom dijelu istražuje se Ivasova interakcija s čitateljem. Kao polazište poslužila nam je Hylandova (2005) klasifikacija interakcijskih metadiskursnih jezičnih elemenata koja je danas, posebno u istraživanjima akademskog diskursa, najčešće primjenjivana, iako postoje i druge klasifikacije (Williams, 1981; Vande Kopple, 1985; Crismore i Farnsworth, 1990). Kvalitativnom analizom iz korpusa prvo su izdvojeni jezični elementi kojima autor uspostavlja interakciju s čitateljem, a zatim kategorizirani prema ovim tipovima retoričkih strategija:

1. strategija ograđivanja, tj. ublažavanje neke izjave odnosno tvrdnje ne dajući joj potpunu potporu (npr. *možda*, *moguće*, *približno*);
2. strategija pojačavanja, tj. naglašavanje autorove sigurnosti o nekoj izjavi odnosno tvrdnji (npr. *zapravo*, *definitivno*, *sigurno*, *jasno je da*);
3. strategija označavanja odnosa prema sadržaju, tj. izražavanje autorova odnosa prema propozicijskom sadržaju (npr. *nažalost*, *slažem se s/sa*, *iznenađujuće je da*);
4. strategija označavanja odnosa prema čitatelju/slušatelju, tj. izražavanje ili uspostavljanje odnosa prema čitatelju (npr. *kao što vidite*, *treba naglasiti/napomenuti da*);
5. strategija autoreferiranja, tj. eksplicitno pojavljivanje autora u tekstu (npr. *ja*, *mi*, *moj*, *naš*).

### 3.3. Korpus

Istraživanje je izvedeno kvalitativnom analizom pa je zato analizirani korpus manjeg opsega; sastavljen je od šest nasumce odabranih članaka Ivana Ivasa objavljenih između 1987. i 2004. godine (vidi Izvore na kraju teksta):

1. Dvočlani govorni oblici u javnom govorenju (1987)
2. Silazno-uzlazna jezgra u sustavu jezgri hrvatskoga jezika (1996)
3. Tropi u novinskim naslovima (2004)
4. Prozodijska transkripcija i interpretacija teksta (1997)
5. Rascijepljene rečenice u hrvatskome jeziku (2001)
6. Govorni fraktali (2002).

Odabrani tekstovi već se na prvi pogled međusobno razlikuju po samoj strukturi, odnosno okviru znanstvenog teksta, zato su podijeljeni u dvije skupine. Prvu skupinu (tekstovi 1. – 3.) čine tekstovi objavljeni u znanstvenim časopisima i obilježava ih čvrsta struktura znanstvenog diskursa, dok su u drugoj skupini (tekstovi 4. – 6.) tekstovi izloženi na znanstvenim skupovima i kasnije objavljeni u zbornicima i oni imaju slobodniju strukturu. Usporedbom obiju skupina tekstova pokušava se odgovoriti na još jedno pitanje. Naime, zanima nas koliko izbor interakcijskih retoričkih strategija ovisi o načinu prenošenja informacije? Drugim riječima, postoji li razlika u izboru retoričkih strategija u Ivasovim tekstovima koji su pripremljeni za čitanje (akademska pismo) i tekstovima koji su pripremljeni za slušanje (akademska govora) i koji su kasnije objavljeni (vjerojatno u neizmijenjenom obliku) u zbornicima?

## 4. REZULTATI I RASPRAVA

Kao što je rečeno, u istraživanju smo analizirale retoričke strategije pomoću kojih autor uspostavlja interakciju s čitateljem/slušateljem. U nastavku rada prikazani su rezultati istraživanja prema pojedinim strategijama, počevši od strategije naslovljavanja kojoj slijede metadiskursne strategije ograđivanja, pojačavanja, izražavanja odnosa prema izloženoj tvrdnji, izravnog obraćanja čitatelju te strategija vlastitog angažiranja autora znanstvenog teksta.

### 4.1. Strategija naslovljavanja

Naslov je definicija predmeta (sadržaja) teme, a podnaslov određenje aspekata teme, ili riječima Oraić Tolić (2011: 261), naslov je "prezime", a podnaslov "ime" akademske proze, zato je bez sumnje najvidniji dio znanstvenog teksta (Silobrčić,

2003). Moć naslova odražava se u tome hoće li čitatelji posegnuti za znanstvenim radom i kako će ga čitati. U literaturi se obično navodi da naslov mora biti što precizniji, informativniji, jezično besprijekoran i, ako je moguće, što kraći. Analiza odabranih tekstova pokazuje da su Ivasovi naslovi i podnaslovi u skladu s pravilima naslovljavanja u znanstvenim tekstovima, oni su najčešće kratki, precizni i informativni. Međutim, moglo bi se reći da se Ivas često na različite načine "poigrava jezikom" bilo stilogenim izborom leksema (primjeri 1. i 2.) bilo obilježenim redom riječi (primjer 3.):

- (1) Vlast oblika (ritma) (Ivas, 1987)
- (2) Dizajneri kaosa i njihovi oscilatori (Ivas, 2002)
- (3) Primjena teorijska (Isto).

Drugi se način Ivasova "poigravanja jezikom" odražava u korištenju različitih pravopisnih znakova u analiziranim tekstovima, prije svega zagrada (primjeri 4. i 5.):

- (4) Figura ili (ob)lik (Ivas, 1987)
- (5) Ograđivanje (od) tropa (Ivas, 2004).

U naslovima ponekad koristi retorička pitanja koja spadaju u tipične retoričke strategije akademskog diskursa, ali i svakoga drugog argumentativnog tipa diskursa u kojem se autor obraća čitateljima i traži direktno sudjelovanje u rješavanju problema (primjer 6.).

- (6) Što je jezgra i je li ona jezični znak? (Ivas, 1996)

Dok su u nekim tekstovima naslovi i podnaslovi na početku vrlo precizni i pregledni, njihova se preglednost ponekad u tekstu "gubi", što se označava trima zvjezdicama, koje ponekad i imaju funkciju zaključka (primjer 7.).

- (7) Uvod, Prave rascijepljene rečenice, Inverzne nepravne rascijepljene rečenice, Nepravne rascijepljene rečenice, \*\*\* (Ivas, 2001)

Takvi se primjeri pojavljuju prije svega u tekstovima druge skupine (tekstovi izloženi na skupovima) koji su u načelu kraći od tekstova prve skupine (tekstovi objavljeni u znanstvenim časopisima). Čitajući tekstove druge skupine imamo osjećaj da oni završavaju onda kada je "isteklo vrijeme" za izlaganje na skupu.

Za razliku od tekstova druge skupine, tekstovi prve skupine duži su te "bogatiji" naslovima i podnaslovima (primjer 8.):

- (8) Što je jezgra i je li ona jezični znak?, Sustav jezgri hrvatskog jezika prema intonacijskim oblicima, Silazno-uzlazna jezgra u hrvatskom jeziku, Moguća značenja silazno-uzlazne jezgre u hrvatskom, Zaključak (Ivas, 1996).

Iz gornjih se primjera može zaključiti da Ivas naslovima i podnaslovima pažljivo vodi čitatelja kroz tekst precizno najavljujući temu poglavlja ili potpoglavlja, pri čemu se služi i nekim, za znanstveni diskurs neuobičajenim strategijama, pogotovo u stilskom izboru leksema i različitih grafostilema. U njima su dobro spojene semantička i pragmatička uloga. Dakle, oni s jedne strane odlično naznačuju sadržaj teksta, a s druge strane bude čitateljevu pozornost i "tjeraju" čitatelje da posegnu za tekstom, s time da privlačenje čitateljeve pozornosti apsolutno prevladava.

## 4.2. Strategija ograđivanja

Ograđivanje, pojam koji je u hrvatsku lingvistiku uvela Žic Fuchs (1988), jedna je od retoričkih strategija kojom autor ublažava svoje tvrdnje kako bi izrazio obazrivost prema čitatelju/slušatelju i prepustio mu da sam odluči hoće li (ili neće) prihvatiti iznesene tvrdnje. Naime, pretjerana bi kategoričnost u tom kontekstu, kako kaže Velčić (1987: 82), mogla postati razlogom za diskreditiranje čitava iskaza. Prema Swalesu (1990: 175) ova se strategija koristi za izražavanje poštenja, skromnosti i opreznosti u iznošenju vlastitih tvrdnji, a time znanstvenik diplomatski oblikuje vlastiti prostor u diskursnoj zajednici. Ivas u analiziranim tekstovima koristi različite jezične elemente za izražavanje ograđivanja koje bismo mogli prema njihovoj funkciji podijeliti u dvije skupine. Prvoj skupini pripadaju jezični elementi koji se odnose na ublažavanje iskaza u samoj propoziciji, i to s obzirom na: 1. učestalost pojavljivanja, izražena priložima *često* (i varijantom *najčešće*), *obično*, *pretežno* (primjer 9.); 2. količinu pojavljivanja, izražena imenicama, odnosno imeničkim spojevima riječi *mnoštvo*, *dobar dio* ili zamjenicama *nešto*, *nešto od*, *neki* (primjer 10.); 3. intenzivnost pojavljivanja, izražena priložima *najviše*, *najteže* (primjer 11.).

- (9) Kad je govorniku važniji način govorenja nego njegov logički sadržaj, **obično**<sup>2</sup> ponavlja jednake, za određeni način tipične govorne oblike. (Ivas, 1987: 66)
- (10) Slično vrijedi za izraze u kojima djeluju dva ili više tropa, čime se postiže **neka vrsta** figurativne dvosmislenosti. (Ivas, 2004: 20)

---

<sup>2</sup> Istaknuto označile autorice i dalje u tekstu.

---

- (11) Ta su zajednička obilježja **najviše** određena ograničenjem količine teksta i općim ciljem: privući pozornost te pospješiti zapamćivanje. (Isto, 10)

U drugoj su skupini jezični elementi kojima autor ublažava vlastite stavove s obzirom na: 1. stupanj slaganja s iskazom, izražen priložima *mjestimično, prilično, relativno, teško da, više ili manje* (primjer 12.); 2. vjerojatnost izjave, izražena modalnim glagolima *moći* i *trebati* (više o tome u nastavku rada) te česticama *vjerojatno* (i varijantom *najvjerojatnije*), *donekle, možda, barem, uglavnom* (primjer 13.); 3. relativiziranje iskaza odnosno određenog pojma, izraženo česticom *uostalom* (primjer 14.) i pridjevom *takozvani* (primjer 15.).

- (12) Monotoni ritam zanjihanih rečenica **teško da** je rezultat planiranog postupka. (Ivas, 1987: 62)
- (13) Popularnost dvojčanog govornog oblika **možda** ništa ne može bolje ilustrirati od rimovanog slenga (...). (Isto, 59)
- (14) Odatle **uostalom** prepoznatljivost novina po načinu naslovljavanja. (Ivas, 2004: 13)
- (15) Naziv rascijepljene rečenice (...) javlja se u **takozvanim** "formalnim gramatikama" engleskog jezika. (Ivas, 2001: 434)

Analiza odabranog korpusa ukazuje na to da se od svih gore spomenutih jezičnih elemenata kojima se ublažava izjava najčešće pojavljuju modalni glagoli, prije svega *moći*, i to u prezentu trećeg lica jednine ili množine (primjer 16.) ili kondicionalu I. trećeg lica jednine ili množine (primjer 17.), a često i u bezličnim oblicima (primjer 18.).

- (16) Isticanja **moгу biti** *nejezgreنا* (...) i *jezgreنا*. (Ivas, 1996: 228)
- (17) Prozodijska transkripcija – bilježenje govorne melodije – **mogla bi biti** korisna i izvan fonetike i fonologije (...). (Ivas, 1997: 197)
- (18) Naslov **se može smatrati** posebnom vrstom teksta, koji zbog odnosa s tekstom koji naslovljava nije autonoman (...). (Ivas, 2004: 13)

Ponekad se u istom značenju umjesto modalnoga glagola *moći* javlja stilizirana varijanta *dati se* (primjer 19.).

- (19) Osnovni smisao cjelovitosti govornog oblika i-veze izvodi se iz njegove binarnosti, to jest supostavljenosti i suprotstavljenosti dvaju različitih dijelova jednog, što **se dade svesti** na poznatu formulu dijalektičkog jedinstva suprotnosti. (Ivas, 1987: 63)

Iz navedenog se može zaključiti da Ivas u svojim znanstvenim tekstovima izbjegava kategoričnost i pritom koristi čitav niz različitih jezičnih elemenata. Posebno kada govori o svom znanstvenom radu, uvijek je samozatajan. Nedvosmisleno i izravno govori o svojoj neoriginalnosti i skromnosti, pri čemu se pokazuje i kao vrhunski stilističar (primjer 20.).

- (20) U primjeni pojma fraktal **nisam originalan**. Temu već dugo njegujem, ali je **nisam uspio domisliti** (nije, doduše ni čudo – kakva je). Osim što je **neskromno** baviti se velikim temama, **bojim se** da je ova dugo već pomodna. (...) Naslov ovog rada odgovara i izvornom značenju izraza fraktali (– **ovo su govorne krhotine mojih pokušaja razmišljanja o cjelini**) i tehničkom značenju toga izraza u okviru teorije kaosa. (Ivas, 2002: 201–202)

### 4.3. Strategija pojačavanja

Retorička strategija pojačavanja upravo je oprečna strategiji ograđivanja i već se iz prije iznesenih rezultata može naslutiti da u Ivasovim tekstovima neće imati značajniju ulogu, što potvrđuje i analiza. Vlastite stavove kategorički ističe česticama *naravno, dakako* (primjer 21.), *naročito, posebno, zapravo* (primjer 22.).

- (21) Ova rečenica, s obzirom na svoju tematsko-obavijesnu strukturu, može imati dva konteksta, te, **dakako**, i dva prozodijska oblika (...). (Ivas, 2001: 436)
- (22) **Posebno se lako** govorniku nameću dvoakcenatski govorni oblici (...). (Ivas, 1987: 66)

### 4.4. Strategija izražavanja odnosa prema izloženoj tvrdnji

EksPLICITNO iznoseći afektirane komentare o propoziciji, autor strategijom izražavanja odnosa prema izloženoj tvrdnji čitatelju nameće vlastiti stav koji je zapravo teško demantirati (Hyland, 2005: 150). Ivas u tu svrhu najčešće koristi glagole *čini se, izgleda, zbunjuje* i sl. (primjer 23.) te priloge kao što su *neuobičajeno, zanimljivo, očekivano, važno* (primjer 24.) i čestice kao što je *nažalost* (primjer 25.).

- (23) **Izgleda** da proznom izrazu mjestimična ritmizacija nikad nije bila strana. (Ivas, 1987: 55)
- (24) **Zanimljivo je** da je broj slogova s obje strane najčešće jednak, a drugi dio ciklusa nikad nema manji broj slogova. (Isto, 64)

- (25) Ali, **nažalost**, konstrukt nije samo apstrakcija (...). (Ivas, 2002: 212)

Afektirani odnos prema izloženoj tvrdnji u Ivasovim tekstovima u nekoliko je primjera izražen uskličnikom, tj. interpunkcijskim znakom koji nije tipičan za znanstveni diskurs (primjer 26.).

- (26) Novinar teško da može izbjeći preuzimanje jedne od mogućih perspektiva. Pa i zašto bi izbjegavao! (Ivas, 2004: 25)

#### 4.5. Strategija izravnog obraćanja čitatelju/slušatelju

Uspostavljajući prividni dijalog s publikom, Ivas se neprestano trudi imati njezinu maksimalnu pozornost i zato je Ivasov znanstveni diskurs prožet jezičnim elementima kojima se izravno obraća čitatelju/slušatelju. U toj ulozi najčešće se pojavljuje inkluzivno *mi* koje uključuje i autora i čitatelje, stvarajući dojam njihova aktivnog sudjelovanja u razmišljanjima i kreiranju teksta. Pritom, prije svega, koristi prezent prvog lica množine (primjer 27.) i futur I. prvog lica množine (primjer 28.), a ponekad i strukturu tipa *ako – onda* (primjer 29.).

- (27) **Vidimo** da gomilanje i-veza nije vezano uz temu ili žanr, nego za situaciju kojoj odgovara (...) svečan ton. (Ivas, 1987: 62)
- (28) Češći su, izgleda, slučajevi kad poznato (shema) prevladava, **a takvim ćemo se slučajevima ovdje baviti**. (Isto, 57)
- (29) **Usporedimo li** naslov (...) s njegovim mogućim inačicama (...), **pokazat će se** da su ti tropi, iako fraze, još uvijek slikoviti. (Ivas, 2004: 21)

Međutim, još se jača veza s čitateljem/slušateljem uspostavlja direktivima, tj. glagolima kojima autor poziva čitatelja/slušatelja na djelovanje i usmjerava ga prema određenom cilju. U toj ulozi se najčešće javljaju imperativ glagola prvog lica množine (primjeri 30. i 31.) i bezlični oblik modalnoga glagola *trebati* (primjer 32.).

- (30) U osnovi je određenja figure uopće, pa tako i govorne figure, osjet prostornosti, **pa počnimo i mi** plastičnim. (Ivas, 1987: 56)
- (31) **Sjetimo se** da su nam u Orwellovu romanu "1984" prejako i nerealno izgledale jednadžbe protivnosti (...). (Ivas, 2002: 212)
- (32) Vedrom igranju **treba dati prednost** jer: prvo je postao *homo ludens*, a tek iz njega se razvio *homo symbolicus* (...). (Ivas, 2004: 27)



U nekoliko primjera Ivas uspostavlja komunikaciju s čitateljem/slušateljem jezičnim elementima koji su tipičniji za govoreni jezik, kao što je npr. čestica *evo* (primjer 33.).

- (33) Najzanimljiviji su oblici sa sinonimnim i-vezama, pa zato **evo** još nekoliko primjera iz javnih istupa i pisanih tekstova: (...). (Ivas, 1987: 62)

#### 4.6. Strategija vlastitog angažiranja

Vlastito angažiranje autora u tekstu odnosi se na njegovo eksplicitno pojavljivanje u tekstu, tj. u prvom licu jednine ili množine, što se u tradicionalnoj teoriji funkcionalne stilistike zapravo ne preporučuje, budući da se naglašava važnost nenametljivog obraćanja čitatelju. U tom smislu Silić (2006: 47) konstatira da je za znanstveni stil tipična apstraktna, nepersonalna komunikacija, zato se kao vršilac glagolske radnje načelno pojavljuje treće lice (pasivni i bezlični oblici), a umjesto toga može se koristiti i prvo lice množine, odnosno "autorsko mi" ili "mi skromnosti" koje znači da se autor odrekao sebe kao "ja" i podijelio svoje autorstvo s drugim autorima. Samo u slučaju kada autor uspostavlja odnos s porukom, a ne s čitateljem, koristi prvo lice jednine. Međutim, u kritičkoj analizi diskursa taj se pogled mijenja pa se smatra da isticanjem vlastitog identiteta autor preuzima individualnu odgovornost i uvjerenost u vlastite stavove (vidi npr. Hyland, 2002).

U analiziranim tekstovima pojavljuju se svi gore spomenuti oblici autorova angažiranja, dakle prvo lice jednine i množine te bezlični glagolski oblici. Ivas koristi prvo lice množine i bezlične konstrukcije za: 1. izražavanje vlastitog razumijevanja sadržaja, pri čemu je najfrekventniji prezent glagola *zvati*, *smatrati*, *definirati*, *tretirati*, *pretpostavljati* i sl. (primjeri 34. i 35.); 2. opisivanje vlastitih znanstvenoistraživačkih postupaka, pri čemu su najfrekventniji prezent i futur I. glagola *prikazati*, *parafrazirati*, *naći* i sl. (primjer 36.) ili bezlične konstrukcije (primjer 37.) i 3. eksplicitno najavljuvanje sadržaja teksta, pri čemu je najfrekventniji futur I. glagola *predstaviti*, *ilustrirati*, *povezati*, *komentirati*, *razmotriti* i sl. (primjeri 38. i 39.).

- (34) Tako ostvaruje umjetničkom govoru svojstvenu izražajnost, koju **definiramo** kao sličnost označenog i označitelja. (Ivas, 1987: 62)
- (35) U ovom **se** radu ipak **pretpostavlja** mogućnost dijeljenja intonacijske jedinice na manje dijelove te izdvojivost barem jezgrenih oblika. (Ivas, 1996: 228–229)
- (36) U zamjenama po suprotnosti **nismo našli** ironiji suprotan postupak zvan asteizam (...). (Ivas, 2004: 22)

- (37) Po odnosu dviju funkcija **može se mjeriti** i hijerarhijski odnos naslova i naslovljenog teksta. (Isto, 11)
- (38) Nakon definicije naslova i figure **predstaviti ćemo** osnovna obilježja i funkcije naslova te **povezati** figurativnost u naslovu s njegovim funkcijama. Zatim **ćemo definirati** trope te primjerima **ilustrirati** i **komentirati** djelovanje onih koji se javljaju u naslovima. Na koncu **ćemo razmotriti** etički aspekt upotrebe tropa (i figura uopće) u naslovima. (Isto, 10)
- (39) Neki u trope svrstavaju i klimaks, hiperbaton, oksimoron i onomatopeju, figure koje se tvore posebnim supostavljanjem riječi u sintagmu, pa **ovdje neće biti razmatrane**. (Isto, 14)

Međutim, u slučajevima kada Ivas predstavlja vlastita istraživanja, misli i ideje, kada predlaže nove termine itd., koristi autorsko *ja* (primjeri 40. – 43.). Uporaba prvog lica jednine time dobiva ulogu retoričke strategije *toposa naglašene subjektivnosti* (Katnić-Bakaršić, 2012: 71). Ti se oblici u tekstovima prve skupine (objavljeni u znanstvenim časopisima) rijetko javljaju, prije svega u prezentu glagola u iskazima koji se odnose na sadržaj (primjer 40.), dok su u tekstovima druge skupine (prethodno izloženi na skupovima) češći, a javljaju se u svim trima prije spomenutim tipovima (primjeri 40. – 43.).

- (40) Pod "ozvučenom pokaznom gestom" **smatram** jezičnim (gramatičkim) osjećanjem govornika vođeno pojačanje–povišenje–produženje izgovora sloga u riječi (...). (Ivas, 1996: 228)
- (41) Iako je ovdje pristup karakterističan za tzv. funkcionalnu gramatiku, **zadržat ću** nazivlje tzv. formalne gramatike. **Ono jest pomalo nespretno i nemotivirano**, ali prikladno upućuje na zajedničko obilježje navedenih triju tipova rečenica – rascijepljenost. Dakle, tri su vrste rascijepljenih rečenica **koje ovdje razmatram** (...). (Ivas, 2001: 434)
- (42) **U nećemu se ovdje ipak neću složiti sa svečarom**, pa termin *idioglotizam* **neću upotrijebiti** kao on (...). (...) idioglotizam **neću upotrebljavati** u značenju podvrste aloglotizma – miješanje različitih dijalekata (ili, kako se to još, mislim, neprikladno zove – *idioma*, jednog jezika), nego u značenju koje proizlazi iz izvornog značenja morfema grčkog podrijetla *idios* (...). (Ivas, 2002: 218)
- (43) Budući da ovdje nema mjesta detaljnijoj analizi razlika između pojedinih vrsta transkripcije, **donosim** samo kratke ilustracije 27 različitih

transkripcijskih rješenja (...). Zatim **predstavlj**am i vlastita rješenja za široku i usku prozodijsku transkripciju. (Ivas, 1997: 198)

Budući da su u fokusu našega istraživanja metadiskursne retoričke strategije, u analizu nije uključen velik segment prije svega stilističkih jezičnih elemenata u kojima također dolazi do izražaja Ivasova jezično-stilska prepoznatljivost i upečatljivost. Naime, Ivas izborom obilježenog leksika ostvaruje emocionalno angažirane tekstove koji odišu poetičnošću i metaforičnošću, što postiže stilskim paralelizmima i ponavljanjima (primjer 44.), personifikacijama predmeta istraživanja (primjeri 45. i 46.), metaforama (primjer 47.) itd.

- (44) **Govor** je dio svijeta koji je sav strukturiran najvjerojatnije onako kako ga predstavlja teorija kaosa. I **govor** je dakle dio tog kaosa. I **govor o govoru** (stilistika) ne može to ne biti. (Ivas, 2002: 203)
- (45) No, naslov s jakom figurom **ne propušta** lako čitatelja (...). (Ivas, 2004: 13)
- (46) Da stilistika **pati od kompleksa** neznanstvenosti pokazuje nastojanje da eksplicira svoju metodu i da se **okiti teškim** lingvističkim žargonizmima. (Ivas, 2002: 209)
- (47) Budući da se figurom sažeto, ali i pojačano može prenijeti autorov (i redakcijski) sustav vrijednosti i stav (...), autori bi naslova trebali svjesno birati hoće li ili neće upotrijebiti figuru (...). Trebali bi osvijestiti da je upotreba figura u naslovu **rizičan hod po moralnom rubu koji dijeli vrhunce od provalija duha**. (Ivas, 2004: 29)

## 5. ZAKLJUČAK

Iz svega navedenog može se zaključiti da Ivas cijelo vrijeme vodi računa o tome kako privući čitateljevu/slušateljevu pozornost, što potvrđuju različite retoričke strategije koje smo u radu analizirali: od strategije naslovljavanja do različitih metadiskursnih strategija: strategije ograđivanja, pojačavanja, izražavanja odnosa prema izloženoj tvrdnji, izravnog obraćanja čitatelju i vlastitog angažiranja. Rezultati istraživanja pokazuju da su Ivasovi naslovi u skladu s pravilima naslovljavanja u znanstvenim tekstovima, tj. kratki, precizni i informativni, ali se često u njima pojavljuju različiti emocionalno-ekspresivni jezični elementi koji ukazuju na autorov individualni stil, npr. obilježeni leksik (*vlast oblika*), obilježeni red riječi (*primjena teorijska*), obilježeni interpunkcijski znakovi (*ograđivanje (od tropa)*), retorička pitanja itd. Slično bismo mogli zaključiti i kada je riječ o metadiskursnim retoričkim strategijama. Čestim

primjenjivanjem strategije ograđivanja (npr. prilozi *često, obično, najviše, teško*, zamjenice *neki*, imenice *mnoštvo*, čestice *možda*, glagoli *mogla bi biti*) te s druge strane minimalnim primjenjivanjem strategije pojačavanja (čestice *naravno, dakako, naročito*), Ivasovi tekstovi odišu poštovanjem, blagošću i samozatajnošću – karakteristikama koje možemo pripisati i njegovu autoru. I tu se javljaju emocionalno-ekspresivni jezični elementi, npr. obilježeni glagol *dati* u značenju *moći* (*dade se svesti*). Strategija odnosa prema izloženoj tvrdnji izražena je različitim jezičnim elementima (glagoli *čini se, izgleda, zbunjuje*, prilozi *neuobičajeno, zanimljivo, očekivano*), u nekoliko primjera i emocionalno-ekspresivnim, kao što je usklik u znanstvenom tekstu (*Pa zašto bi i izbjegavao!*). U Ivasovim znanstvenim tekstovima česta je i strategija izravnog obraćanja čitatelju, čime Ivas stvara dojam da njegova publika aktivno sudjeluje u razmišljanjima. Pritom najčešće koristi prvo lice množine glagola (*vidimo, usporedimo*), glagolske direktive (*počnimo, sjetimo se*), ali i tu nisu neobični emocionalno-ekspresivni elementi (čestica *evo*). Što se tiče strategije vlastitog angažiranja, Ivas koristi različite jezične elemente: bezlične strukture (*može se mjeriti, neće biti razmatran*), prvo lice množine (*definiramo, predstaviti ćemo*), međutim kada predstavlja vlastita istraživanja, misli i ideje, koristi autorsko ja (*smatram, zadržat ću, ovdje se ipak neću složiti*).

Rezultati pokazuju da između prve (izvorni znanstveni članci) i druge skupine tekstova (tekstovi prethodno predstavljeni na znanstvenim skupovima) nema velikih razlika u izboru retoričkih strategija, iz čega bi se moglo zaključiti da na njihov izbor više utječe osobni stil autora nego izbor medija, tj. pisma ili govora. Najveća odstupanja pokazala su se u strategiji naslovljavanja, gdje su tekstovi prve skupine precizniji, dok u naslovima tekstova druge skupine često ostaje nedorečen (umjesto naslova javlja se simbol \*\*\*), kao da mu je nestalo vremena da dovrši započetu "priču". U drugoj se skupini tekstova češće javlja i strategija naglašene subjektivnosti, tj. uporaba prvog lica jednine u iznošenju vlastitih stavova, ideja, prijedloga i sl. U svakom slučaju ubuduće bi trebalo istom metodom (kvantitativnom analizom) istraživanje proširiti većim korpusom jednoga, ali i drugih autora.

Treba napomenuti da su ovo "samo krhotine" osebujna Ivasova znanstvenog diskursa. Budući da su u fokusu našeg istraživanja prije svega metadiskursne retoričke strategije, u analizu nije uključen velik segment jezičnih elemenata u kojima također dolazi do izražaja autorova jezično-stilska prepoznatljivosti i upečatljivost, kao što su npr. stilski paralelizmi, ponavljanja, personifikacije i sl. Iako je riječ o znanstvenom diskursu, on nikada nije ogoljen već "ivasovski" prepoznatljiv, i u izvornim

---

znanstvenim člancima kao i u tekstovima prethodno izloženima na znanstvenim skupovima. Time se potvrđuje hipoteza da je, usprkos pravilima akademskog pisanja ili govora, svaki tekst, pa onda i znanstveni, obilježen i individualnim stilom autora.

Svim tim postupcima autor čitatelja/slušatelja na neki način cijelo vrijeme *zavodi*, odnosno *ivasovski snubi*, stvarajući atmosferu estetskog ugođaja kojemu, prema tradiciji, u znanstvenim tekstovima nije mjesto. Upečatljivost njegova diskursa upravo najviše dolazi do izražaja u orijentaciji prema čitatelju. Koristeći stilski obilježen leksik i posebne retoričke strategije za uspostavljanje kontakta s čitateljem/slušateljem, čini se kao da Ivas ne pristaje na uštogljena pravila znanstvenog diskursa. Na kraju možemo zaključiti da pravila o objektivnosti, neutralnosti jezičnih elemenata itd. vrijede za znanost i znanstvena istraživanja, ali ne i za znanstveni jezik. Znanstvenik mora znati kako *suhi govor znanosti* pretvoriti u *vlažni govor snubljenja* i na sebi svojstven način zavoditi čitatelja da ustraje s njim do kraja. A Ivas je to i te kako znao!

---

## REFERENCIJE

- Balažić Bulc, T., Požgaj Hadži, V.** (2016). Metadiskursni elementi u znanstvenim člancima Ljiljane Subotić. U J. Dražić, I. Bjelaković i D. Sredojević (ur.), *Teme jezikoslovne u srbistici kroz dijahroniju i sinhroniju: zbornik u čast Ljiljani Subotić*, 591–608. Novi Sad: Filozofski fakultet.
- Blagojević, S.** (2007). Autorovo ograđivanje kao retorička strategija u akademskom diskursu: kontrastivna analiza. *Zbornik radova Filozofskog fakulteta u Prištini* 37, 125–133.
- Crismore, A., Farnsworth, R.** (1990). Metadiscourse in popular and professional science discourse. U W. Nash (ur.), *The Writing Scholar*, 118–136. Newbury Park, CA: Sage.
- Crystal, D.** (2006). *Language and the Internet*. Cambridge – New York: Cambridge University Press.
- Fairclough, N.** (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London: Longman.
- Hunston, S.** (1994). Evaluation and organization in a sample of written academic discourse. U M. Coulthard (ur.), *Advances in Written Text Analysis*, 191–218. London – New York: Routledge.
- Hyland, K.** (2002). Authority and invisibility: Authorial identity in academic writing. *Journal of Pragmatics* 34, 8, 1091–1112.
- Hyland, K.** (2005). *Metadiscourse: Exploring Interaction in Writing*. London – New York: Continuum.
- Ivas, I.** (1988). *Ideologija u govoru*. Zagreb: Hrvatsko filozofsko društvo.
- Ivas, I.** (2002). Govorni fraktali. U K. Bagić (ur.), *Važno je imati stila*, 201–221. Zagreb: Disput.
- Ivas, I.** (2004). Tropi u novinskim naslovima. *Medijska istraživanja* 10, 2, 9–34.
- Katnić-Bakaršić, M.** (2012). *Između diskursa moći i moći diskursa*. Zagreb: Naklada Zoro.
- Katnić-Bakaršić, M., Požgaj Hadži, V.** (2005). Izazovi akademskog diskurza: znanstveni stil Josipa Silića. U I. Pranjković (ur.), *Od fonetike do etike: zbornik o sedamdesetogodišnjici prof. dr. Josipa Silića*, 27–38. Zagreb: Disput.
- Katnić-Bakaršić, M., Požgaj Hadži, V.** (2010). Zapis o Ivi Pranjkoviću kao stilističaru. U L. Badurina i V. Mihaljević (ur.), *Jezična skladanja: zbornik o*
-

- šezdesetogodišnjici prof. dr. Ive Pranjkovića, 85–90. Zagreb: Udruga đaka Franjevačke klasične gimnazije Visoko – Zagreb.
- Oraić Tolić, D.** (2011). *Akademsko pismo: Strategije i tehnike znanstvenoga rada*. Zagreb: Naklada Ljevak.
- Ornatowski, C. M.** (2007). Rhetoric of science: Oxymoron or tautology? *The Writing Instructor*, 1–15 (Special Issue: Writing and Science). Dostupno na <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ824640.pdf> [posljednji pristup 13. svibnja 2017.].
- Požgaj Hadži, V., Balažić Bulc, T.** (2013). "Leksikalni arzenal" Vladimira Pogačnika. *Linguistica* 53, 1, 263–272.
- Rječnik hrvatskoga jezika*. Dostupno na <http://hjp.znanje.hr> [posljednji pristup 13. svibnja 2017.].
- Silić, J.** (2006). *Funkcionalni stilovi hrvatskoga jezika*. Zagreb: Disput.
- Silobrčić, V.** (2003). *Kako sastaviti, objaviti i ocijeniti znanstveno djelo*. Zagreb: Medicinska naklada.
- Sinclair, J. M.** (1981). Planes of discourse. U S. N. A. Rizvi (ur.), *The Two-Fold Voice. Essays in Honour of Ramesh Mohan*, 70–89. Salzburg: Salzburg University Press.
- Swales, J.** (1990). *Genre Analysis. English in Academic and Research Settings*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Škarić, I.** (2003). *Temeljni suvremenoga govorništvu*. Zagreb: Školska knjiga.
- Vande Kopple, W. J.** (1985). Some exploratory discourse on metadiscourse. *College Composition and Communication* 36, 82–94.
- Velčić, M.** (1987). *Uvod u lingvistiku teksta*. Zagreb: Školska knjiga.
- Williams, J. M.** (1981). *Style: Ten Lessons in Clarity & Grace*. Glenview, IL: Scott, Foresman and Company.
- Žic Fuchs, M.** (1988). "Ograđivanje" i "dokazivanje" u govornom jeziku. *Republika: časopis za književnost* 54, 1–2, 164–172.

## IZVORI

- Ivas, I.** (1987). Dvočlani govorni oblici u javnom govorenju. *Govor* 4, 1, 53–70.
- Ivas, I.** (1996). Silazno-uzlazna jezgra u sustavu jezgri hrvatskog jezika. *Suvremena lingvistika* 22, 1–2, 245–254.

- Ivas, I.** (1997). Prozodijska transkripcija i interpretacija teksta. U M. Andrijašević i L. Zergollern-Miletić (ur.), *Tekst i diskurs: zbornik*, 197–208. Zagreb: Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku.
- Ivas, I.** (2001). Rascijepljene rečenice u hrvatskom jeziku. U D. Sesar i I. Vidović Bolt (ur.), *Drugi hrvatski slavistički kongres. Zbornik radova I*, 433–440. Zagreb: Hrvatsko filološko društvo.
- Ivas, I.** (2002). Govorni fraktali. U K. Bagić (ur.), *Važno je imati stila*, 201–221. Zagreb: Disput.
- Ivas, I.** (2004). Tropi u novinskim naslovima. *Medijska istraživanja* 10, 2, 9–34.
-



**Tatjana Balažic Bulc, Vesna Požgaj Hadži**

*tatjana.balazic-bulc@guest.arnes.si, vesna.hadzi@guest.arnes.si*

Faculty of Arts, University of Ljubljana

Slovenia

## **Interactive rhetorical strategies in the discourse of science: The case of scientific language of Ivan Ivas**

### **Summary**

While scientific discourse is traditionally identified by the concepts such as rationality, strictness, efficiency, unambiguity etc., scientific communication is frequently described as abstract and content oriented. However, with the development of modern technologies and internetization this viewpoint is drastically changing. More often elite practices are abandoned and specialized discourse is slowly becoming public. Therefore, in the language of science the myths about the objectivity and neutrality of language elements only remain, along with the absence of emotional and expressive elements. Various studies confirmed that scientific discourse, as any other, is carried out at two levels – autonomous and interactive. This means that the function of a scientific text is not just referential, i.e. informative, but also communicative. Communication between the author of the text and the reader/listener always reveals the character, opinions and attitudes of the participants in communication. One of the basic communicative functions of the scientific text is persuasion which is also the focus of this paper. In terms of discourse analysis this paper discusses various rhetorical strategies which the author uses to establish interaction with the readers in order to attract their attention and convince them of the accuracy and acceptability of his/her own attitudes. Starting from the assumption that every text is marked with the author's individual style, which reflects the character, opinions and attitudes of the author, we studied a randomly selected scientific works of Ivan Ivas. In the first part, the paper explores the strategy of addressing whereas in the second part it deals with the metadiscourse strategies of establishing interaction with the reader: hedges, boosters, attitude markers, engagement markers as well as self-mentions. The qualitative analysis of communicative rhetorical strategies in scientific papers indicates that Ivas tries to attract the attention of the reader/listener using different language elements, while mostly adhering to the rules of scientific discourse, but he also uses emotional and expressive language elements which represent the characteristic of his own individual style. In that way, it is confirmed that the rules concerning objectivity, neutrality and similar, apply to science and scientific research, but not to the language of science.

**Key words:** scientific discourse, rhetorical strategies, metadiscourse, interactional metadiscourse

---