

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA GERMANISTIKU I ODSJEK ZA FONETIKU

Ana Đeno

**ANALIZA STILSKIH FIGURA U TEKSTOVIMA
UDŽBENIKA ZA NJEMAČKI KAO STRANI JEZIK**

Interdisciplinarni diplomski rad

Mentorica: doc. dr. sc. Elenmari Pletikos Olof

Komentorica: prof. dr. sc. Maja Häusler

Zagreb, rujan 2012.

Sadržaj:**Stranica:**

1. Uvod	4.
2. Definiranje i klasificiranje pojma figure	6.
2.1. Odabrane figure	9.
2.1.1. Metafora.....	11.
2.1.2. Metonimija.....	13.
2.1.3. Katakreza.....	14.
2.1.4. Sinegdoha.....	15.
2.1.5. Usporedba.....	15.
2.1.6. Personifikacija.....	16.
2.1.7. Parafraza.....	17.
2.1.8. Perifraza.....	18.
2.1.9. Antonomazija.....	18.
2.1.10. Eufemizam	19.
2.1.11. Litota.....	20.
2.1.12. Hiperbola.....	21.
2.1.13. Asteizam.....	22.
2.1.14. Paradoks.....	23.
2.1.15. Oksimoron.....	24.
2.1.16. Retoričko pitanje.....	25.
2.1.17. Antiteza.....	26.

2.1.18. Antimetabola.....	28.
2.1.19. Pretericija.....	28.
2.1.20. Pleonazam.....	29.
3. Definiranje i klasificiranje tekstova.....	31.
3.1. Osnovne značajke teksta.....	31.
3.2. Tekstne vrste.....	32.
3.3. Obilježja tekstova iz udžbenika za njemački kao strani jezik.....	35.
3.4. Udžbenici za njemački kao strani jezik u hrvatskim školama.....	38.
4. Podučavanje stilskih figura u nastavi njemačkog kao stranog jezika.....	40.
5. Istraživanje: Stilna analiza tekstova u udžbenicima za njemački kao strani jezik.....	42.
5.1. Problem i cilj istraživanja.....	42.
5.2. Hipoteze istraživanja.....	42.
5.3. Korpus i način provedbe istraživanja.....	42.
5.4. Rezultati/rasprava.....	44.
5.4.1. Ukupan broj i vrste figura.....	44.
5.4.2. Odnos didaktičkih i književnih tekstova.....	51.
5.4.3. Količina figura u didaktičkim tekstovima.....	53.
6. Zaključna rasprava.....	56.
Korpus.....	58.
Literatura.....	59.

Internetski izvori.....	63.
Sažetak.....	64.
Summary.....	65.

1. Uvod

Glavno nastavno sredstvo pri učenju stranog jezika je udžbenik za strani jezik. Strani jezik pojavljuje se kao nov i učeniku nepoznat jezični sustav i to u slušnome i pisanome obliku. Ovisno o samom udžbeniku, sve ili većina napisanog teksta je na stranom jeziku i uvodi učenika u zahtjevan proces učenja.

Strani jezik udžbenika nalazi se u naslovima, uputama zadataka, natuknicama te u tekstovima. Tekstovi su raznovrsni, a njihov sadržaj ovisi o onome kome su namjenjeni, odnosno prilagođava se potrebama i interesima učenika. Usvajanje novih sadržaja zahtjevan je proces te je vrlo važno na kakve tekstove učenici nailaze. Na nižim razinama učenja stranog jezika tekstovi su manjeg opsega i manjeg stupnja zahtjevnosti, ali kako se stupanj vladanja stranim jezikom povećava, tako se povećava i zahtjevnost tekstova. Zato je vrlo važno da je jezik teksta pisan razumljivo, odnosno da pronalazi optimalan način prenošenja značenja. U nastavi stranog jezika sredstvo tekst je sredstvo za usvajanje novih gramatičkih struktura te znanja o stranoj zemlji, pri čemu druga strana jezika, odnosno stilsko bogatstvo jezika stoji u drugom planu. To razmišljanje potaklo me je da istražim koliko su tekstovi udžbenika stilski bogati. Dobar govornik će prenijeti poruku koristeći se ne samo jednostavnim jezikom, nego i slikovitim govorom, odnosno stilskim figurama koje ističu smisao onoga što je govornik htio reći. Tako nas uči i Ciceron kada kaže *Govorništvo koje ne izaziva divljenje ne smatram govorništvom* (Škarić, 2003: 110). Osim toga, potakla su me i pitanja polaznika tečaja poslovnog njemačkog jezika koji su u konverzaciji često htjeli reći izraze poput „Gladan kao vuk” ili „Umoran kao pas”, ali nisu bili sigurni može li se takav izraz doslovno reći i na stranome jeziku.

Ovim radom želim utvrditi koliko su stilske figure zastupljene u didaktičkim tekstovima udžbenika za njemački kao strani jezik te ovisi li zastupljenost stilskih figura u tekstovima o stupnju znanja, to jest ima li razlike između stilskog bogatstva tekstova za više i niže razrede gimnazija. Teorijski dio rada činit će definiranje pojmova stilskih figura te tekstnih vrsta, nakon čega slijedi praktični dio rada koji obuhvaća istraživanje, odnosno analizu didaktičkih tekstova u odabranim udžbenicima za njemački kao strani jezik. Iznijet ću više pogleda na shvaćanje pojma figura te definirati i oprimjeriti odabran broj figura. Pri analizi tekstova u udžbenicima za njemački kao strani jezik usredotočit ću

se na njih. U empirijskom dijelu rada predstaviti ću postupak, glavni predmet istraživanja, dobivene rezultate i raspravu te na kraju iznijeti zaključnu raspravu.

2. Definiranje i klasificiranje figura

Pri definiranju pojma figure nailazimo na različite definicije i različite klasifikacije figura. Marko Fabije Kvintilijan u "Obrazovanju govornika" definira figure, odnosno "trope" kao „umjetničku promjenu pravog značenja ili fraze u drugo značenje". Promjene koje pritom nastaju ne odnose se samo na pojedine riječi, nego i na misli i na cijelu rečeničnu strukturu (Kvintilijan, 1985: 262). Figura ne povlači za sobom ni promjenu reda riječi, ni promjenu vlastita značenja. Figura je „svaki oblik u kome je misao izražena upravo onako kao i kod tijela koja moraju imati neki oblik bez obzira na njihov sastav" (ibid. 283). U "Teoriji književnosti" Milivoja Solara nailazi se na drukčiji način sagledavanja figura. Solar (1977: 61) figure definira kao „utvrđene načine izražavanja koji se mogu izdvojiti i posebno označiti zahvaljujući svom odstupanju od uobičajenog načina govora". Vidljivo je da su figure nešto što se razlikuje od svakodnevnog govora, odnosno da njihova upotreba pobuđuje reakciju kod slušatelja. Solar figure klasificira u četiri kategorije: figure dikcije, riječi, konstrukcije i misli. Figure dikcije ili glasovne figure zasnivaju se na učinku određenih glasova u govoru (ibid. 62). Figure riječi prema starim retoričarima su figure u užem smislu, a ujedno su i najpoznatije figure koje nastaju promjenom značenja riječi (ibid. 64). Funkcija prenesenog značenja je da iznenadi čitatelja te svrati pozornost na osobite odnose među riječima i njihovim značenjima (ibid. 64). Figure konstrukcije ili oblika su "one figure koje nastaju osobitim rasporedom riječi u rečenici ili u nekoj drugoj većoj cjelini književnog teksta " (ibid. 69). To su figure rasporeda, poretka riječi i sintaktičke figure. Figure misli se teško mogu odvojiti od figura riječi, jer se obje skupine odnose na značenje riječi. U figure riječi ubrajaju se one figure u kojima se neposredno mijenja značenje riječi, a u figure misli ubrajaju se figure koje se odnose na širi smisao od onoga što je rečeno (ibid. 72). U "Uvodu u književnost" Škreba i Stamaća (1998) o figurama, odnosno o stilskim sredstvima govori se u poglavljima "Stil i Stilistika" te "Mikrostrukture stila i književne forme". U jeziku postoje mikrostrukture koje obični jezik pretvaraju u afektivni, a Škreb i Stamać (1998) dijele ih na figure opozicije, ponavljanja, pojačavanja, prenesena značenja, gomilanje, usporedbu, epitete, igre riječima, sintaktičke mikrostrukture te ostale figure prenesena

značenja. U figure opozicije ubrajaju se antiteza, oksimoron i antimetabola. Figurama ponavljanja pripadaju anafora, epifora, simploka, anadiploza, paralelizam, paranomazija, poliptoton, rima te refren. Pod figure pojačavanja navodi hiperbolu i gradaciju te kao ostale vrste figura prenesena značenja navode litotu, eufemizam, ironiju i parodiju. Ostale navedene vrste ne dijele na daljnje podvrste. Škarić u *Temeljima suvremenog govorništva* (2003: 109)¹ navodi da je figura „izraz kojim se nešto kaže na neobičan ili nedoslovan način”. Osim toga figure su „afektivne”, što znači da naviru, odnosno dolaze govorniku te „poetične”, zato što je njima nešto lijepo rečeno (ibid.). Osim što je definirao pojam figure, Škarić je odredio i ono što nije figura, odnosno da se mora uzeti u obzir da nije svaki slikovit, simboličan i neobičan izraz figura, nego oni izrazi koji posjeduju afektivnost i poetičnost. Škarić (ibid. 110) figure razvrstava na logičke figure, trope, figure misli, figure riječi, sintaktičke figure te morfološke, tvorbene i leksičke figure. Ivas (2004: 12) figure definira kao „rezultat posebnog izbora iz jezika i/ili posebnog raspoređivanja dijelova poruke u cjelinu”.

Neki tropi se upotrebljavaju radi isticanja značenja, a drugi radi stilskog ukrasa. Iako se trop i figura često koriste kao sinonimi te se i kod jednih i kod drugih udaljava od jednostavnog i direktnog načina izražavanja, Kvintilijan navodi razlike između tih dvaju pojmova. Trop je „prenošenje riječi iz njihova vlastita značenja u neko drugo, koje, pravo rečeno, njima ne pripada”, dok je figura „govorni oblik koji se udaljuje od običnog i direktnog načina izražavanja” (Kvintilijan, 1985: 282). Prema Škariću tropi su jedna od skupina figura. Trope definira kao “izraze nedoslovnog, prenesenog, logički nepreciznog ili čak “neupotrebnog značenja” (2003: 136) što je u biti jednako poimanje tropa kao prema Kvintilijanu.

Osim što pojam “trop” Kvintilijan (1985) i Škarić (2003) definiraju jednako, uz njega navode i pojam “figure”. Škreb i Stamać ne uvode pojam tropa ni figure, nego pri definiranju koriste izraz “mikrostruktura stila” koji im je dostatan za sve kategorije podjele. Solar (1977) primjerice pojam “trop” koristi kao sinonim za kategoriju figura riječi, dok su figure riječi zasebna kategorija u Škarićevoj kategorizaciji. Smatram da različito korištenje pojma “trop” može dovesti do nesporazuma. Solarova je podjela

¹ I u *Potrazi za izgubljenim govorom* (1982).

figura najjasnije podijeljena, odnosno kriteriji za svrstavanje figura u skupine su vrlo logični i precizno definirani. Malen broj kategorija olakšava podjelu figura. Dakle, podjelu na figure dikcije, figure riječi, figure konstrukcije i figure misli Milivoja Solara smatram najprihvatljivijom pri klasificiranju pojma figura. Sve grupe imaju jasno navedene kriterije, osim grupa figura riječi i figura misli, gdje je granica tanka i prema mome mišljenju bi te dvije skupine trebale tvoriti jednu jedinstvenu, zato što se i jedna i druga skupina odnose na značenje riječi, a razlika je jedino u tome što figure riječi nastaju neposrednim mijenjanjem značenja, a figure misli proširivanjem značenja izraza. Podjela prema Škariću (2003) je vrlo detaljna, to jest sadrži šest kategorija s velikim brojem figura. Škarić pod figurama riječi navodi potpuno različite figure u usporedbi sa Solarom (1977). Smatram da su Solarovi kriteriji za kategoriju figura riječi jasniji i prihvatljiviji. Najnejasnije formuliranim kriterijima smatram one Škreba i Stamaća (1998) koji navode čak jedanaest skupina, primjerice, prvo navode figure prenesena značenja, a nakon još dvije skupine figura, ostale figure prenesena značenja koje bi se mogle navesti u skupini figura prenesena značenja, budući da nema razlike u značenju.

2.1. Odabrane figure

Iz ukupnog broja figura obradit ću njih dvadeset. Izabrala sam one figure koje smatram najčešćima i postoji vjerojatnost da bi se mogle pojaviti. Izabrane figure su metafora, metonimija, katakreza, sinegdoha, usporedba, personifikacija, parafraza, perifraza, antonomazija, eufemizam, litota, hiperbola, asteizam, paradoks, oksimoron, retoričko pitanje, antiteza, antimetabola, pretericija i pleonazam. Figure su grupirane prema pripadnosti određenoj skupini, primjerice metafora, metonimija, sinegdoha i personifikacija figure su koje se odnose na mijenjanje i proširivanje značenja, oksimoron i paradoks svrstani su zajedno jer izražavaju spajanje suprotnosti iz kojeg nastaje novi smisao, litota, hiperbola, eufemizam i asteizam svrstani su zajedno zato što pojačavaju ili umanjuju smisao poruke i antiteza i antimetabola su jedna pokraj druge zato što su figure usporedivnja suprotnosti.

Izabrane figure obuhvaćaju jedan dio figura koji se podučava u osnovnim i srednjim školama, dok neke nisu dio *Nastavnog plana i programa hrvatskog jezika*. U *Nastavnom planu i programu za hrvatski jezik*² u području književnosti figure se pojavljuju tek u trećem razredu i to kao pripisivanje ljudskih osobina drugim živim bićima ili stvarima, a u četvrtom razredu se taj postupak naziva personifikacijom. U petom razredu dio gradiva su preneseno značenje, pjesničke slike, onomatopeja, kontrast i epitet. U šestom razredu se obrađuju stalni epitet, pjesničke slike, ponavljanje, asonanca i aliteracija, u sedmom razredu metafora, hiperbola i gradacija i u osmom razredu simbol, alegorija, elipsa, inverzija, opkoračenje i stanka. Ako se to usporedi s redoslijedom pojavljivanja primjera figura, jasno je da ne postoji međusobna povezanost ni sličnost. Figure koje su dio *Nastavnog plana i programa za hrvatski jezik u osnovnim školama*, a pojavljuju se u didaktičkim tekstovima udžbenika za njemački kao prvi strani jezik četverogodišnjih srednjih škola su pripisivanje ljudskih osobina ostalim živim bićima i stvarima, odnosno tek u četvrtome razredu imenovana personifikacija, zatim preneseno značenje, odnosno metafora i hiperbola.

Prema Solaru (1977) metafora, metonimija, personifikacija i eufemizam figure su

² *Nastavni plan i program za osnovnu školu* dostupan je na internetskoj stranici public.mzos.hr/lgs.axd?t=16&id=14181, posljednji put pristupljeno 20.06.2012.

riječi ili tropi. Retoričko pitanje pripada kategoriji figura konstrukcije prema Solaru (1977), a uporedba, antiteza, hiperbola, litota, paradoks i oksimoron figurama misli. Ostale izabrane figure nisu pristune u Solarovoj podjeli. Prema Škrebu i Stamaću (1998) metafora i njene podvrste metonimija, personifikacija i sinegdoha te perifraza spadaju u skupinu mikrostruktura prenesena značenja te u mikrostrukture opozicije ubrajaju antitezu i njezine podvrste oksimoron i antimetabolu. Litotu i eufemizam ubrajaju u ostale mikrostrukture prenesena značenja. Usporedbu navode kao samostalnu mikrostrukturu, a hiperbolu svrstavaju u skupinu mikrostruktura pojačavanja. Škarić (2003) svrstava metaforu, metonimiju, personifikaciju, katakrezu, usporedbu, antonomaziju, eufemizam i katakrezu u trope, paradoks u logičke figure, retoričko pitanje, hiperbolu, litotu, asteizam, pretericiju, oksimoron, antitezu riječi i rečenica i antimetabolu u skupinu figura misli te pleonazam u figure riječi.

Zbog različite podjele izabranih figura može se reći da je prema detaljnijoj analizi te u samom istraživanju korpus ograničen na dvije kategorije, odnosno na figure riječi i figure misli. Figure riječi nastaju promjenom osnovnog uobičajenog značenja riječi, dok je pritom funkcija tog prenesenog značenja da iznenadi čitatelja ili slušatelja te svraća pažnju na osobite odnose među riječima i njihovim značenjima (Solar, 1977: 64).

Osnovne figure riječi odabrane za istraživanje u ovom radu Škreb i Stamać svrstavaju različite skupine, odnosno ne definiraju skupinu figura riječi, nego navode figure opozicije kojima pripadaju antiteza, oksimoron i antimetabola, zatim figure pojačavanja, odnosno hiperbolu i gradaciju te figure prenesena značenja koje obuhvaćaju metaforu čije podvrste su personifikacija, metonimija i sinegdoha, zatim perifrazu, alegoriju i simbol. Pod ostale figure prenesena značenja navode litotu, eufemizam, ironiju i parodiju. Retoričko pitanje svrstavaju u kategoriju sintaktičkih mikrostruktura. Većina ih prema Solaru (1997) i Škariću (2003) pripada u skupinu figura misli. Glavno obilježje figura misli je proširivanje značenja, odnosno širenje prvotnog značenja izraza na neko drugo područje (Solar, 1977: 72). U rečenicama u kojima misao, logički gledano, nije ono što te rečenice doslovno izriču, nego nešto drugo, govorimo o figurama misli (Škarić, 2003: 125). Figure riječi i figure misli blisko su povezane.

2.1.1. Metafora

Kvintilijan (1985: 264) za metaforu navodi da je “skraćeni oblik usporedbe time što se iznosi samo umjesto drugog predmeta”. Solar metaforu svrstava u skupinu figura riječi, a definira ju kao “skraćenu usporedbu”, odnosno “usporedbu u kojoj se ne govori što se sa čime uspoređuje, nego se samo iskazuje drugi član poređenja” (Solar, 1977: 64). Pojmovi se prenose po načelu sličnosti iz jednog područja života i svijeta u drugo područje (ibid. 65). O metafori govorimo tek kada se povezuje ono što svakodnevni govor rijetko povezuje i kada se uspostavljaju veze i odnosi među pojmovima i stvarima koje jezik svakodnevice ili znanstveni jezik teško mogu uočiti (ibid.). Škreb i Stamać navode metaforu kao viši pojam za tri pripadajuće figure, a to su personifikacija, metonimija i sinegdoha. Personifikacija je prema tome “podvrsta metafore u kojoj se dijelu anorganske ili organske prirode izvan čovjeka pridodaju ljudska osjećanja i ljudski postupci pa se prirodna pojava prikazuje metaforički kao pojava ljudskog svijeta” (Škreb/Stamać, 1998: 252). Osim personifikacije, podvrste metafore su i metonimija i sinegdoha koje autor naziva *logičkim metaforama*. Metonimija zamjenjuje stari izraz novim, ako taj stoji s njim u osobnoj, prostornoj, vremenskoj ili uzročnoj vezi. Metonimija je na primjer *Na trgu svetog Marka sablasni se napjev poje* pri čemu se pod trgom svetog Marka misli na Hrvatski sabor (ibid. 254). Sinegdoha (lat. *pars pro toto*) se služi kvantitativnim vezama cjeline i dijela, roda i vrste, jednine i množine pa je u rečenici *Majke, vi bacate svoju djecu u čađavo ždrijelo topa*, čađavo ždrijelo topa zamjenski izraz za rat (ibid.).

Škarić (2003) metaforu karakterizira kao najživlji trop te ju definira kao “sinonim za slikovit izraz uopće”. Formalno je to “usporedba u kojoj je ono što se uspoređuje neizrečeno, ali jasno izrečeno” (Škarić, 2003: 119). Kada bismo rekli: “On je plašljiv kao zec.”, izrazili bismo usporedbu, a kada ostaje samo slika s kojom se uspoređuje, dobivamo metaforu kao u izrazu *On je zec*. Jedan od čestih i arhetipskih primjera metafore je izraz: *Das Alter ist der Abend des Lebens*³. pri čemu je područje *dan* implicitno uspoređeno s područjem *život* (Ekkehard, 2001: 1104). Metafora se može naći u primjerima “*Die Inflation verringert unseren Lebensstandard.*“⁴ ili „Wir müssen die

³ Ovaj primjer, kao i sve ostale, prevela je autorica rada: *Starost je povečerje života*.

⁴ *Inflacija umanjuje naš životni standard.*

Inflation bekämpfen.“⁵ (Lakoff, 2011: 36). Metafore su sredstva koja nam omogućuju da jednu sferu iskustva razumijemo pomoću druge sfere iskustva (Brozović Rončević/Žic Fuchs, 2003/2004: 97). Tako se tradicionalno viđenje metafore, pogotovo u dobro poznatom obliku „A jest B” vidi kao pojmovno-spoznajni proces u kojem je riječ o selektivnom preslikavanju jednog dijela konceptualne strukture na odgovarajuću strukturu u drugoj konceptualnoj domeni, pri čemu se preslikvanje najčešće zasniva na sličnosti (ibid.). Međutim, kognitivni se semantičari radikalno suprotstavljaju gledanjima koja vide metaforu isključivo kao jezični izraz izražen formulom „A jest B” jer takvo gledanje prema njima ističe samo formu i nije u stanju proniknuti u srž odnosa koji čini stvaran temelj metafore (Žic Fuchs, 1991: 28). Drugim riječima, definiranje metafore pomoću formule “A je B” predstavlja krivi put, jer suština je metafore u prvome redu razumijeti i/ili rasvijetliti jedan koncept pomoću drugog (ibid.).

Metafora je dio svakodnevnog govora, zato što govornik ne treba uložiti puno truda kako bi tvorio metaforu, iako većina smatra da je metafora sredstvo koje koriste književnici. Metafore su “jezični izrazi svakodnevice toliko česti i obični da ih ne uočavamo kao nešto osobito” (usp. Žic Fuchs, 1992/1993: 586). Žic Fuchs razlikuje “konvencionalne” i “pjesničke” metafore. Konvencionalnom metaforom autorica naziva “sve oblike jezičnog slikovitog izražavanja bez obzira na stupanj sintaktičke povezanosti dijelova samog izraza koji su objedinjeni određenim temeljnim metaforičkim konceptom, to jest *temeljnomo konceptualnom metaforom*” (ibid.). *Metaforički koncept*⁶ je polazište i okvir iz kojega jezik „pretače” metaforičko značenje u razne jezične izraze (ibid. 586). Naziv *konvencionalan* koristi se zato što ova vrsta metafora počiva na sporazumu, odnosno, odabir mogućih kombinacija nije tako slobodan, kako se čini, utemeljen je u čovjekovu fizičkom i kulturalnom isustvu. Koriste se najčešće za izražavanje osjećaja, pojmova o vremenu i idejama, odnosno, za izražavanje apstraktnih pojmova. Pjesničke metafore, jednako kao i konvencionalne metafore, zadržavaju povezanost metafore s temeljnomo konceptualnom metaforom, odnosno, s određenom kulturom, svjetonazorom i fizičkim okruženjem koji oblikuje naš pogled na svijet (ibid. 588).

⁵ *Moramo se boriti protiv inflacije.*

⁶ Pojam *konceptualne metafore* spominje se članku *Konvencionalne i pjesničke metafore* (Žic Fuchs) u FILOLOGIJA 20-21 (1992/1993: 585.-593.).

2.1.2. Metonimija

Prema Kvintilijanu (1985: 267) se metonimija sastoji u zamjenjivanju jednog drugim, primjerice imenovanjem pronalazača umjesto pronalaska, imovine umjesto vlasnika, na primjer kada kažemo da su došle namirnice, a u biti su namirnice donesene, namirnice ne mogu doći same po sebi. Sinegdoha je “podvrsta metonimije u kojoj se pojavljuje odnos dio-cjelina ili manje-više” kao u primjeru *Zaprosio je ruku njihove kćeri* (Solar, 1977: 66). Solar (ibid.) navodi da je metonimija kada umjesto jedne riječi upotrebljavamo drugu riječ odnosno pojam koji je u stvarnoj vezi s prvim pojmom. Primjer metonimije je kada kažemo: “Čitam Kafku.”, umjesto da čitamo Kafkina djela (ibid.). Metonimija je “podvrsta metafore koja zamjenjuje svakodnevni izraz novim, a zasniva se na osobnoj, prostornoj, vremenskoj ili uzročnoj vezi” (Škreb/Stamać, 1998: 255). Metonimija je “trop u kojem se nešto izriče riječju drugog značenja koje je u nekom odnosu s prvim, pri čemu odnosi mogu biti uzrok-posljedica”, na primjer kada kažemo *Izgladnjela ih suša*: umjesto nestašice vode i propalih usjeva ili odnos onog što sadrži umjesto sadržanog kao u primjeru *Pojeo je dva tanjura*: kada je jasno da je netko pojeo količinski dva tanjura nečega, a ne dva tanjura (Škarić, 2003: 121). U sljedećim primjerima možemo uočiti metonimije: *Zlodjela kukastog križa*, *Uzeo je sjekiru i porazbijao slikarstvo.*, *Susjed gori. i Kupio sam Stančića.* (ibid. 122). Prema Škrebu i Stamaću metonimija je podvrsta metafore, a prema Škariću samostalna figura. Kod metonimije značenje se prenosi prema nekim stvarnim odnosima.

Metonimijsko se preslikavanje odvija unutar jedne konceptualne domene, na način da najčešće dio strukture zamjenjuje cijelu strukturu (Brozović Rončević/Žic Fuchs, 2003/2004: 97). Metonimija se nalazi u primjerima “Er liest gerne *Marquis de Sade*”⁷. (=die Schriften des Marquis de Sade⁸) ili u primjeru “Frau Grundy mag *Blue Jeans* nicht.”⁹ (=das Tragen von Blue Jeans¹⁰) te u primjeru “*Acryl* hat sich in der Kunstwelt durchgesetzt.”¹¹(=der Gebrauch von Acrylfarbe¹²) (Lakoff, 2011: 46). Ako se

⁷ *On rado čita Marquis de Sada.*

⁸ *Spisi Marquis de Sada.*

⁹ *Gospođa Grundy ne voli plave traperice.*

¹⁰ =nošenje plavih traperica.

¹¹ *Akril se probio u svijetu umjetnosti.*

¹² *Upotreba akrilne boje.*

primjerice u kontekstu restorana kaže *Der Wein ist weg ohne zu bezahlen*.¹³ pod vinom će se smatrati osoba koja je naručila vino (Eggs, 2001: 1202).

2.1.3. Katakreza

Kvintilijan katakrezu naziva “zloupotrebom”, pri čemu se stvarima koje nemaju vlastitog imena daje ime koje im je najbliže. Katakrezu upotrebljavamo kada nemamo pravi izraz pri ruci, a metaforu kada imamo, ali jeziku želimo dati živost i slikovitost (Kvintilijan, 1985: 269). “Imenovanje pojmova za koje u jeziku nema spremna izraza, riječima koje primarno znače nešto drugo je katakreza” (Škarić, 2003: 120). Riječi se biraju prema sličnosti pa tako riječ *noga* koristimo i u kontekstu noge za stol, riječ *čelo* za čelo kolone, a ne samo za dio lica. Za figuru smatra se ona katakreza koja donosi neku originalnu, svježju tvorbu, a ne nešto što je već uvriježeno u govoru.

“Katakreza je “zloupotreba” jezičnog izraza koji već označava neki predmet, ali zbog toga što neki novi predmet ili ne posjeduje odgovarajući naziv ili naziv ne odgovara, koristi se i za taj drugi predmet ili pojavu (Neumann, 1998: 911)”. Često ih se naziva “nužnim metaforama”, ali ne u užem retoričkom smislu, nego kao svakodnevni i često nesvjestan jezični pojam (ibid.). Njezina svrha nije prouzročiti retoričko djelovanje, nego prenošenje poruke. To je posebno slučaj kada se neke katakreze u međuvremenu implementiraju u postojeći leksik te se pritom uopće ne može primjetiti da se radi o nekadašnjoj katakrezi. To se događa u slučajevima kada za neki izraz ne postoji riječ u nekom jeziku pa se tome katakrezom doskoči.

O pravoj katakrezi u retoričkom smislu radi se kada svjesno i namjerno koristimo katakrezu i to zato što smatramo da je već postojeći jezični izraz nedovoljno jak kako bi prenijeo ciljano retoričko djelovanje. Puno apstraktnih pojmova, odnosno pojmova kojima je uskraćena neposredna percepcija, jer dolaze iz duhovne to jest religijske sfere, su katakreze (ibid. 912). Sukladno tome se u kršćanstvu Boga naziva *Ocem* koristeći taj naziv na temelju zajedničkih osobina, odnosno u samom odsustvu nekog drugog izraza, najčešći je upravo ovaj. Katakreza je moguća primjerice i na razini pridjeva kao u izrazu

¹³ *Vino je otišlo bez da je platilo.*

*Die Kraft des Odysseus ist kurz, lang aber die Klugheit in seinem Herzen.*¹⁴ (Neumann, 1998: 913). Navedeni primjer je katakreza zato što se pridjevi *kratak i dug* koriste u drugom području značenja.

2.1.4. Sinegdoha

Još u antičko vrijeme Aristotel spominje figuru koja se ostvaruje prenošenjem vrste na vrstu ili vrste na rod i obrnuto. Neki autori definiraju je kao vrstu metafore, neki kao vrstu metonimije, pri čemu je najvažnije zadržati osnovne kriterije, od kojih je osnovni kriterij *pars pro toto* (Koch, 2009: 357). Sinegdoha unosi u jezik raznolikost tako da iz jednog predmeta razumijemo mnoge, iz dijela cjelost, iz vrste rod, iz prethodnog sljedeće i obrnuto. Primjer sinegdoha je *Rimljanin odnese pobjedu*. (Kvintilijan, 1985: 266). Solar (1977: 66) definira sinegdohu kao „podvrstu metonimije u kojoj se dio uzima za cjelinu, jednina umjesto množine, određen broj umjesto neodređene količine i obratno”, primjerice ako kažemo da *nećemo maknuti ni malim prstom* ili da *nemamo ni dinara*. Sinegdoha ili *pars pro toto* služi se kvantitativnim vezama dijela i cjeline, roda i vrste, jednine i množine (Škreb/Stamać, 1998: 254). Škarić također definira sinegdohu kao podvrstu metonimije u kojoj se pojavljuje odnos dio-cjelina ili manje-više kao u primjeru *Zaprosio je ruku njegove kćeri*. (Škarić, 2003: 122).

Koch razlikuje tri vrste sinegdoha. Prva vrsta ili *pars pro toto* počiva na dimenziji dio-cjelina koja obuhvaća i odnos cjelina umjesto dijela, druga je vrsta odnos rod-vrsta, a treća je vrsta zamjena jednine umjesto množine ili obrnuto kao u primjeru *der Deutsche (Njemac)* umjesto *die Deutschen (Njemci)* (Koch, 2009: 357). Sinegdoha se nalazi u izrazu *kein Dach über dem Kopf haben* koji je prisutan i u hrvatskom izrazu *nemati krov nad glavom*, pri čemu krov podrazumijeva cijelu kuću, odnosno prostor za život.

2.1.5. Usporedba

„Usporedba ili komparacija (lat. *comparatio*) nastaje kada se nešto s nečim uspoređuje na

¹⁴ *Odisejeva snaga je kratka, ali mudrost u njegovom srcu je duga.*

osnovi nekih zajedničkih osobina koje redovno nisu neposredno uočljive (Solar, 1977: 72)”. Ona otkriva sličnosti i razlike koje se često ne primjećuju na prvi pogled pa iznenađuje čitatelja, uzbuđuje i daje novu perspektivu (Solar, ibid.). Često se koristi i u svakodnevnom govoru pa tako često možemo čuti da je netko *gladan kao vuk*, ili da je neka osoba *lijepa kao vila*.

(...) Od straha su jablani spustili glave

Kao ljudi pred smrtnom vijesti... (...) ¹⁵

Kao što se u navedenom primjeru vidi, uporedba mora spajati pojmove iz različitih svijetova, kako bi uopće bila valjana. Ona je u svom jezičnom obliku jednostavna i u svojoj jednoličnosti prozirna (Škreb/Stamać, 1998: 259). Usporedba neće uspjeti ako čitatelji ili slušatelji ne shvate *tertium comparationis*, odnosno ono svojstvo u kojem se oba člana podudaraju ili značajke koje su zajedničke pojmovima iz različitih područja te ih spajaju u usporedbu (ibid. 260). Logička usporedba nije stilska figura, odnosno stilskom figurom neće se smatrati primjer *Die Bundesrepublik Deutschland ist etwas kleiner als Japan*.¹⁶ Primjer slikovite usporedbe, čime je ona odmah i trop, jest *Mein Gemüt brennt heiß wie Kohle*.¹⁷

2.1.6. Personifikacija

Prema Kvintilijanu (1985: 298) personifikacija je izvanredno sredstvo koje govorništvo daje osobitu raznolikost i živost. Prema Škreb i Stamaću (1998: 252) personifikacija je „podvrsta metafore u kojoj se dijelu anorganske ili organske prirode izvan čovjeka pridaju ljudska osjećanja i postupci pa se prirodna pojava prikazuje metaforički kao pojava ljudskog svijeta”. Prema Škariću je personifikacija također formalno „podvrsta metafore, ali takva kojom se ljudskim bićima, stvarima ili apstrakcijama, pridaju ljudske osobine ili aktivnosti”, primjerice ako kažemo *Ovi podatci upravo vrište*. ili *Ovdje danas šutke korača povijest*. (Škarić, 2003: 120). Ovim sredstvom možemo iznijeti unutarnje

¹⁵ Miroslav Krleža, Jablani, u: Škreb, Z: Stamać, A. 1998, *Uvod u književnost*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, str. 260.

¹⁶ Primjer autorice, *Svezna Republika Njemačka je malo manja od Japana*.

¹⁷ Ime pjesme Ericha Mühsama, *Moja duša gori vruće kao ugljen*.

misli naših protivnika kao da ih oni sami govore, a možemo dodati i savjete, pogrde, žalbe, pohvale i sažaljenja (Kvintilijan, 1985: 298). Personifikacija označava od 18. stoljeća prije svega predstavljanje ili označavanje apstraktnih pojmova, neživih predmeta, biljaka ili životinja kao živih bića koja samostalno misle i djeluju (Hartmann, 2003: 810). Personifikacije su vrlo važne u religijama, bilo politeističkim, bilo monoteističkim, upravo zbog pridodavanja osobina apstraktnim pojmovima.

Personifikacija se nalazi u primjerima: „*Seine Theorie erklärte mir das Verhalten von Hühnern in Legebatterien.*“¹⁸ (Lakoff, 2011: 44) ili „*Diese Tatsache spricht gegen die gängigen Theorien.*“. Personifikacija se nalazi i u primjeru *O Deutschland, bleiche Mutter!*¹⁹ (Hartmann, 2003: 812).

2.1.7. Parafraza

Izraz parafraza dolazi iz grčkog jezika i sastoji se od dva dijela, *pará* što znači pri, pokraj ili blizu te *phrásis* što znači riječ, govor, time dolazimo do značenja riječi koje je opis (Kilian, 2003: 556). Kvintilijan (1985: 274) navodi parafrazu kao nadređen pojam za retoričko preformuliranje. Kvintilijan razlikuje dvije vrste parafraza. Prva vrsta je ona gramatička kojom se neki izraz izriče drugim riječima. Druga vrsta je retorička parafraza čija je svrha nešto ljepše reći. Parafraze mogu biti kognitivno ili estetsko-retorički motivirane. U svakodnevnom govoru koristi se izraz *parafrazirati* što bi značilo reći nešto drugim riječima, opisati ili objašnjavajući izraziti. Danas ta riječ posjeduje mnoštvo značenja, između ostalog i značenje figure (Kilian, 2003: 556). „Parafraza je figura preinačanja poznatog izričaja, tako da on dobije i dalje prepoznatljiv, ali nov smisao“ (Škarić, 2003: 127). Izvorna poslovice glasi *Prijeđimo s riječi na djela.*, a ako bi se preinačila u *Prijeđimo s djela na riječi*: dobilo bi se potpuno novo značenje, pri čemu je potpuno prepoznatljiva prva poslovice, ali i nov smisao. Prema naslovu djela *U potrazi za izgubljenim vremenom* Marcela Prousta nastao je naslov *U potrazi za izgubljenim govorom* Ive Škarića, što je parafraza Proustova naziva knjige.

¹⁸ *Njegova teorija objasnila mi je ponašanje kokoši nesilica u kavezima.*

¹⁹ *O Njemačka, blijeda majko!*

2.1.8. Perifraza

Kvintilijan definira perifrazu kao „upotrebu većeg broja riječi za opisivanje nečega za što bi bila dovoljna jedna ili u najmanju ruku samo nekoliko riječi da to izraze” ili jednostavnije rečeno, to je „svako proširivanje izraza samo radi ukrasa” (Kvintilijan, 1985: 275). „Perifraza je opozicija koja stupa na mjesto pojma što pjesnik želi spomenuti, na primjer *Slavna počini djela Jupiterov porod božanski, Herkules jaki*²⁰” (Škreb/Stamać, 1998: 255). „Perifraza je „definicija koja se kazuje umjesto naziva za nešto”, primjerice *onaj koji ima duge prste umjesto lopov, grad pod Marjanom umjesto Split*” (Škarić, 2003: 123). Perifraza je „opisivanje jedne riječi drugom riječju ili skupinom riječi”, u pravilu je opisivanje češće skupinom riječi (Detken, 2003: 765). Perifraza se nalazi u primjeru *Der Allmächtige*²¹ *ili jenes höhere Wesen, das wir verehren*²² umjesto *Gott*²³ ili *Der Ritter von der traurigen Gestalt*²⁴ umjesto *Don Quijote* (Detken, 2003: 765).

2.1.9. Antonomazija

Riječ antonomazija dolazi iz grčkog jezika, tvori se od riječi *anti* što protu i *onoma* što znači ime te se u antičkim retorikama smatra kao poseban slučaj perifraze, odnosno sinegdohe (Benčić, 1995: 196). Kvintilijan (1985: 268) definira antonomaziju kao „figuru u kojoj se umjesto vlastitog imena stavlja nešto drugo“, primjerice *sin Tidejev* umjesto *Diomed* ili *otac bogova i kralj ljudi* umjesto *Jupiter*, zatim *prvak rimskog govorništva* umjesto *Ciceron*, ili *razoritelj Kartage i Numancije* umjesto *Scipion*. Prema Škariću (2003: 123) je antonomazija „figura u kojoj se osobno ime zamjenjuje nekim atributom“, primjerice *tvorac teorije relativnosti* umjesto *Einstein*.

Benčić navodi dvije osnovne vrste antonomazije, pravu antonomaziju te vosijansku antonomaziju. Prava antonomazija je „zamjena vlastitog imena perifrazom ili epitetom”, pri čemu su najčešći primjeri i patronimici poput navedenog *sina Tidejeva* ili

²⁰ Vladimir Nazor, *Loza*

²¹ *Svemogući*

²² Primjer potječe od Heinricha Bölla, *ono više biće koje štujemo*.

²³ *Bog*

²⁴ *Vitez tužna lika*

Diomeda ili *sina Pelejeva* odnosno Ahila” (Benčić, 1995: 197). Prava antonomazija poznaje i takozvani „končetinski oblik”, odnosno oblik kod kojeg ulogu vlastitog imena preuzima njegovo etimologiziranje, kao u tužalici Bena Jonsona koji traga za mrtvim sinom i umjesto korištenja njegova imena govori *The child of my right hand* (ibid.). Kada neku osobu umjesto imenom nazovemo *Einsteinom*, *Herkulesom* ili *Othellom* zato što posjeduje neku osobinu koju dotična osoba utjelovljuje, govorimo o vosijanskoj antonomaziji (ibid. 198). U ovome slučaju vlastita imena prestaju označavati samo osobe koje su ih nosile, nego počinju vrijediti kao viši pojam za čitavu klasu ljudi koji posjeduju takve karakteristike (ibid. 198). Uz opisane upotrebe antonomazije, ne smije se zaboraviti ona posve suprotna, tj. *leksikalizirana* upotreba (Grgić i Nikolić, 2011: 28). Brojni su takvi primjeri kada ni govornici, a ni recipijenti ne prepoznaju da je određen izraz nastao preko vosijanske antonomazije, zato što je riječ o okamenjenom tropu, odnosno, podvrsti katakreze koja nastaje kada se za neke nove pojmove u izvanjezičnoj zbilji teško pronalaze novi izrazi, poput izraza *sendvič* koji je nastao prema imenu svoga tvorca engleskom grofu od Sandwicha (ibid.). Harro Hilzinger (2007: 36) navodi patronime i etnike u službi antonomazije, zatim antonomaziju na temelju posebnog obilježja osobe te antonomaziju koja označava vlastitim imenom skupinu ljudi. Antonomazija koja je patronim, odnosno nazivanje prema ocu je u primjeru *Agamemnon, Sohn des Atreus*²⁵ (ibid.). Etnička antonomazija, odnosno antonomazija po pripadnosti narodu je *der Korse = Napoleon*²⁶ zatim *der Erlöser = Jesus Christus*²⁷, što je antonomazija nastala prema posebnom obilježju osobe i *Judas = der Verräter*²⁸ gdje ime Juda označava izdajice (ibid.).

2.1.10. Eufemizam

Ako kažemo da je netko *izdahnuo* ili da *više nije s nama*, umjesto da je umro ili da je netko *punašna osoba*, umjesto da ima prekomjernu tjelesnu masu, služimo se eufemizmima. Eufemizmi ili ublaženi izrazi biraju se umjesto prirmarnih izraza koji ili

²⁵ *Agamemnon, sin Atrejev*

²⁶ *Korzikanac = Napoleon*

²⁷ *Spasitelj = Isus Krist*

²⁸ *Juda = izdajnik*

označavaju neugodne i grube sadržaje, ili su već kao izrazi tabui (Škarić, 2003: 124).

Eufemizam je „ublažavanje, označavanje zle stvari blažom riječju, pri čemu je ona podvrsta metonimije, a označava zamjenjivanje nekih riječi, koje se zbog bilo kojeg razloga smatra opasnima ili nepristojnima, blažim riječima” (Solar, 1977: 67). Pa tako je netko *veseo* umjesto pijan ili je netko *laka žena* umjesto prostitutka (ibid.). U poznatoj *Pjesmi mrtvog pjesnika* nalazimo tipičan primjer eufemizma:

(...) Moj prijatelju, mene više nema. (...) ²⁹

„Jezično ili nejezično izražavanje koje ublaženo iznosi neugodne stvari ili odnose za slušatelja ili govornika, ili prenošenje stvari ili odnosa u njihovoj nepotpunoj istini, smatramo eufemizmom” (Dietl, 1996: 1). Dietl razlikuje dvije vrste eufemizma, prikrivajući i zataškivajući (ibid.). Obje vrste često predstavljaju nesvjesnu reakciju pojedinca na tabuiziranost određenog izraza u društvu. Prva vrsta eufemizma upotrebljava se u području vjere i praznovjerja, i to kada umjesto imena božanstava koristimo zamjensko ili opisno ime, zato što se smatra da izgovaranjem pravog imena prizivamo ili vrijeđamo božanstvo (ibid. 2). Druga vrsta eufemizma upotrebljava se svjesno kako bi se zavaralo slušatelja najčešće u politici, dijelovima gospodarstva ili promidžbenim porukama. Tako kažemo *das Gewächs*³⁰ umjesto *Krebs*³¹, *eine ältere Frau*³² umjesto *die Alte*³³ (ibid.).

2.1.11. Litota

Riječ litota dolazi iz grčkog jezika, *litótēs*, što znači ublažavanje ili umanjivanje (Solar, 1977: 73). Kvintilijan ju opisuje kao izvrsno retoričko sredstvo koje daje bogatstvo govoru time što neke sasvim jednostavne izraze možemo izgovarati na nov način primjerice umjesto *Ja znam.* možemo reći *To mi nije nepoznato.* ili umjesto *To je jako*

²⁹ Dobriša Cesarić, *Pjesma mrtvog pjesnika*, u: Škreb, Z: Stamać, A: 1998, *Uvod u književnost*, Nakladni zavod Globus, Zagreb, str. 61.

³⁰ *Izraslina.*

³¹ *Rak.*

³² *Starija gospođa.*

³³ *Starica.*

zanimljivo. možemo reći *To uopće nije dosadno*. Suprotna je hiperboli, pravi izraz zamijenjuje slabijim i to negativnim i suprotnim, primjerice ako nekome kažemo da je *otišao malo predaleko* umjesto da je *teško pogriješio* (ibid.). Litota počiva na načelu kontrasta i time naglašava važnost izrečenoga, primjerice *Tamo ti neće biti loše* umjesto *Bit će ti izuzetno dobro* ili *I mi o tome nešto znamo* umjesto *Izvršno smo s tim upoznati* (Solar, 1977: 74). Litota je „figura prenesena značenja popularno zvana *understatement* u engleskome jeziku koja predstavlja opreku hiperboli tako što govornik svjesno oslabljuje sadržaj izraza, zato što želi biti ljubazan, ublažiti tuđu pogrešku ili umanjiti vlastitu zaslugu” (Škreb/Stamać, 1998: 260). Litora je „figura misli i to škrtog, suzdržanog izražavanja, ali s jakim namjerom da se razumije mnogo više kao u primjerima: *Uopće te ne mrzim*. ili *Nije loše*.” (Škarić, 2003: 128).

Litota je mijenjanje pozitivnog superlativnog značenja u negaciju upravo onog suprotnog, kao kada se kaže *nicht klein*³⁴, a zapravo se misli *sehr groß*³⁵ (Neuber, 2001: 376). Litota je „perifrastična kombinacija emfaze koja se postiže stupnjevitom punoćom ciljanog značenja te ironije čija je štedljivost na izrazu protest protiv pretjeranosti superlativa na koji se sam izraz odnosi” (ibid.). Za izraz *ich weiß*³⁶ postoje brojne litote poput *mir ist nicht unbekannt*³⁷ ili *es entgeht mir nicht*³⁸ (ibid.).

2.1.12. Hiperbola

Kvintilijan (1985: 277) definira hiperbolu kao “dobronamjerno preuveličavanje” ili “umanjivanje istine koje se govori bez ikakve namjere da se nekoga prevari”. Hiperbola (grč. *hyperbolé*) ili pretjerivanje je “figura preuveličavanja radi naglašavanja određenog emocionalnog stava prema predmetima, pojavama ili radnjama” (Solar, 1998: 73). Njome ističemo vlastiti odnos prema onome što želimo reći, na primjer *Rekao sam ti tisuću puta!* ili *Čekam te cijelu vječnost*. U “Uvodu u književnost” Škreba i Stamaća (1998: 249) hiperbola ili pretjerivanje je “mikrostruktura koja se služi posebnim vokabularom da

³⁴ *Nije maleno.*

³⁵ *Jako veliko.*

³⁶ *Ja znam.*

³⁷ *Nije mi nepoznato.*

³⁸ *Nije mi promaklo.*

osjećanja i zbivanja prikaže u ekstremnom stupnju jačine, a predmete da idealizira u pozitivnom ili demonizira u negativnom smislu”.

(...) Milijarde milijarada nagona se seli kroz moju dušu

I pjevaju, pale, harače, ko´ poražene vojske. (...) ³⁹

Škarić (2003: 127) također navodi da je hiperbola “pretjerivanje, bilo prema mnogo ili prema malo, ali ne s namjerom da se nekoga prevari, nego da se stvori poseban dojam, najčešće komičan, kao kada kažemo da je netko *manji od makova zrna*”. Hiperbola je česta u svim vrstama književnih djela. Hiperbola je “makrostrukturalna figura – figura misli, odnosno trop – kojom se ideja, emocija ili informacija naglašava pretjerivanjem, iznimno ekspresivnom karakterizacijom koja ističe emocionalan odnos govornika spram predmeta govora” (Bagić, 2008: 123). Pretjerivanjem se pritom mogu uvećavati (*Vrat mu je dugačak kao u žirafe*) ili umanjivati (*Manji je od makova zrna*) stvarne odlike bića, stvari, pojava ili emocija (ibid.). Svakodnevna je komunikacija puna leksikaliziranih hiperbola: *jede za desetoricu, brz kao munja, spor kao muž, mrtav umoran, star kao Biblija, lakši od pera, ima slonovsko pamćenje, ima brdo posla, ima hrpu love, umirem od smijeha, glavom kroz zid, sakrila se u mišju rupu* (ibid. 132). Retoričari preporučuju ograničenu upotrebu hiperbole unutar govora, dok je hiperbola sveprisutna u svakodnevnom govoru primjerice u izrazima *feinst, super, extra-, Luxus-, allerbeste und baldmöglichst*⁴⁰ (Naschert, 1998: 116).

2.1.13. Asteizam

Pojam asteizam vuče korijene iz davne antičke Grčke, gdje je nazivan u počecima *asteia* što je bilo povezano sa samim izrazom Atika (Schenkeveld, 1992: 1128). Još i u to vrijeme asteizam je označavao u prenesenom značenju urbanost i civiliziranost, ukus, rafiniranost i domišljatost te je predstavljao suprotnost izrazu *ágroikos* što znači seoski ili neciviliziran (ibid. 1130). U retoričkim spisima naznačen je kao sredstvo kojim govornik može postići uspjeh, ali je naglašavano kako je on sam samostalan član retoričkih

³⁹ Miroslav Krleža, *Propast ravnoteže predvečerja*

⁴⁰ *Najfiniji, super, ekstra-, luksuzan, najbolji i što je prije moguće.*

sredstava s mnoštvom načina upotrebe (ibid.). Asteizam je bio popularan način izražavanja unutar građanske klase do 20. stoljeća te je izražavao fini ton, gradsko ponašanje, lukav izričaj te oštroumnost (ibid. 1129).

Asteizam je „figura misli suprotna ironiji time što se pohvalu izriče u formi pokude”, primjerice *Ovo jelo ima jednu veliku manu, ne može se prestati jesti*. (Škarić, 2003: 127). Pod pojmom asteizam podrazumijeva se, s jedne strane, uspješna izjava koja na ozbiljan ili humorističan način obilježava civiliziranog čovjeka, s druge strane to je domišljata izjava ili elegantna pošalica, a u trećem kontekstu, koji je relevantan za temu ovoga rada, to je „trop ili figura govora koja označava namjerno glumljeno samoumanjivanje, odnosno govorničko umanjivanje ili ponižavanje” (Schenkeveld, 1992: 1129). Asteizam izražava ironiju i kontradiktornost kao u primjerima *Niemand verzehre ich als letzten, die übrigen zuerst, das ist das Gastgeschenk des Kyklopen*⁴¹ (ibid. 1131). Schenkeveld (ibid.) navodi primjer „jeftinog“ asteizma u *Man hätte leichter ihre Zähne als ihre Finger zählen können*⁴².

2.1.14. Paradoks

Paradoks je „figura u kojoj se izriče neka misao naizgled u sebi protuslovna ili suprotna općem mišljenju ili vjerovanju” (Solar, 1977: 75). To je prividno protuslovan zaključak koji upozorava na dublji smisao, prikriven uobičajenim načinom mišljenja ili govora. Paradoks je primjerice Sokratova izreka *Znam da ništa ne znam*. Škarić definira paradoks kao „logičku figuru koja se opire uobičajenom načinu razmišljanja ili površinskoj logici, ali u skrivenoj biti on je logičan, što se shvaća nakon objašnjenja” (Škarić, 2003: 113). Tvrdnje izrečene paradoksom doimaju se snažnije zbog iznenađenja (ibid.). Paradoksi su primjerice *Budimo realni, tražimo nemoguće, Gospodar je najveći rob, Kome su prijatelji svi, taj nema prijatelja, Ekstremi se dodiruju, Što gore, to bolje, Humoristi se svemu smiju jer život shvaćaju suviše ozbiljno, Oni koji nisu spremni na poraze, nikada neće pobijediti* (Škarić, ibid.). Paradoks je, za razliku od oksimorona, prividno nevjerovatna

⁴¹ *Nikoga neću pojesti kao posljednjeg, prvo ću pojesti sve ostale, to je poklon Kiklopa.*

⁴² *Lakše joj se moglo pobrojati zube nego prste.*

izjava koja se u pravilu ostvaruje na razini rečenice (Bagić, 2007: 133). Element koji iznevjerava očekivanje i posve resemantizira izričaj, uglavnom zauzima finalnu poziciju u rečenici primjerice *Bolji od najboljeg* ili *Napravite više sa manje* (ibid.).

Kod paradoksa je uvijek prvi dojam na izgled zbunjujuć i alogičan, ali on sadržava prividno proturječje, jezgra izraza je nositelj pravog smisla (Neumeyer, 2003: 516). Paradoks ima iznenađujući, začuđujući te provocirajući učinak na recipijenta te izaziva, psihološki-kognitivno gledajući, reakcije slične šoku. Upravo takva reakcija na očito proturječne i na posljertku neočekivane izraze potiče promišljanje predodžaba i pojmova koji su do tada vrijedili. Paradoks potiče kritično mišljenje te dolaženje do spoznaje. Iako paradoks mijenja neko javno mišljenje, usko je s njim povezan, jer nastaje upravo iz povezanosti s njim i njegovom pozadinom (ibid.). Proučavaju ga različite discipline poput filozofije, psihologije, retorike, matematike i drugih znanosti. Paradoks izoštrava pozornost prema greškama koje nastaju upravo usvajajući gotova mišljenja prihvaćena od javnosti bez kritičkog razmišljanja.

U ovome primjeru koristi se paradoks nižući više njih jedan na drugi: *Welches Trugbild ist denn der Mensch? Welches noch nicht dagewesenes Etwas, welches Monstrum, welches Chaos, welcher Hort von Widersprüchen, welches Wunderding? Ein Richter über alle Dinge, ein schwacher Erdenwurm, ein Hüter der Wahrheit, eine Kloake der Ungewissheit und des Irrtums, Ruhm und Abschaum des Weltalls. (...) Erkenne also, du Hochmütiger, welches Paradoxon du für dich selbst bist.*⁴³ (ibid.). Britak paradoks nalik aforizmu nalazi se u izjavi Karla Kraussa *Zur Vollkommenheit fehlte mir ein Mangel.*⁴⁴ ili u frazi *Einmal ist keinmal*⁴⁵ (Moennighoff, 2007: 569).

2.1.15. Oksimoron

Riječ oksimoron dolazi iz grčkog jezika, tvori se od dva dijela, *oksýs*, što znači oštar te

⁴³ *Koja lažna slika je čovjek? Koje još ne postojano nešto, koji monstrum, koji kaos, koje utočište proturječja, koja čudesna stvar? Sudac nad svim stvarima, slab zemaljski crv, čuvar istine, kloaka neznanja i zablude, slave i izrod svemira. (...) Shvati dakle, ti oholi čovječe, koji paradoks si sam po sebi.*

⁴⁴ *Za savršenstvo nedostajao mi je jedan nedostatak.*

⁴⁵ *Jednom je nijednom, što odgovara uzrečici u hrvatskome jeziku Jednom ko` nijednom.*

môros što znači lud (Scheuer, 2003: 46). Taj izraz možemo prevesti oštroumna ludost, što dočarava upravo prirodu same figure. Solar definira oksimoron kao „posebnu vrstu antiteze, odnosno paradoksa u kojem se spajanjem protuslovnih pojmova stvara novi pojam odnosno predodžba” (Solar, 1977: 75). Možemo primjerice reći *mudra ludost*, *rječita tišina* ili *zimsko ljetovanje*⁴⁶. Oksimoron je „posebna vrsta antitezijskog povezivanja riječi, pri kojem se spajaju dva očito proturječna pojma, pri čemu oba sintaktički međusobno povezana pojma stoje u neopovrgljivoj proturječnosti” (Scheuer, 2003: 469). Upravo takav način konstrukcije potiče spoznaji proces. Gramatički gledano, oksimoron je „subordinirana sintagma čije sastavnice tvore nov pojam”, primjerice *Vaš novi stari auto*. (Bagić, 2007: 133). Prema Škrebu i Stamaću oksimoron je podvrsta antiteze, odnosno jednočlana antiteza, dok kao dvočlanu ili rečeničnu antitezu definiraju antimetabolu. „Oksimoron je veza dviju riječi koje se na prvi pogled logički isključuju i time stvaraju šok” (Škarić, 2003: 135). Njihova unutarnja veza je moguća i prihvatljiva, a prvotni apsurd čini izraz jačim, na primjer kažemo *javna tajna*, *mladi starac*, *skromna raskoš* i *veličina malenih*.

Oksimoroni se nalaze u primjerima *Das eiserne Holz*⁴⁷, zatim u poslovi *Eile mit Weile*⁴⁸ ili u Ciceronovoj sentenciji *Ihr Schweigen ist beredt*⁴⁹ (Scheuer, 2003: 469). Aristotel u *Retorici* razlikuje dvije vrste oksimorona, ovisno o tome na čemu se temelji proturječnost. Pa tako kaže da postoje oksimoroni čija se proturječnost temelji na proturječnosti u stvarnome životu i realnim odnosima te oksimoroni čija je proturječnost jezična. Zajedničko im je obilježje to što spajanjem tih naočigled bilo realno ili jezično proturječnih pojmova nastaje treći, nadređen pojam koji onda nadilazi proturječnost i ostvaruje nov smisao (ibid. 470). Oksimoron može nastati negiranjem tautološkog atributa kao u primjeru *Schwarze Milch*⁵⁰ (ibid.).

⁴⁶ Roman Vladana Desnice.

⁴⁷ *Željezno drvo*.

⁴⁸ *Žuri polako*.

⁴⁹ *Vaša šutnja je rječita*.

⁵⁰ *Crno mlijeko*.

2.1.16. Retoričko pitanje

Retoričko pitanje je jedna od figura konstrukcije, odnosno figura koje nastaju osobitim rasporedom riječi u rečenici ili u nekoj drugoj većoj cjelini književnog teksta, primjerice u odlomku, stihu i slično, a označava posebnu upotrebu upitnih rečenica, takvu u kojoj se upitne rečenice često postavljaju i nižu jedna za drugom, bez namjere da stvarno označe pitanje (Solar, 1977: 70).

(...) Tko me ponizio k rijeci,
mene, koja sam voda?
Tko mi je dao udes izvora i ušća?
Tko mi je rekao smrt,
meni, koja sam besmrtna (...) ⁵¹

Upitne rečenice služe za prikazivanje duševnih stanja ili vanjskog svijeta pa čak i za opisivanje (Škreb/Stamać, 1998: 269). Osim tih funkcija, upitne rečenice usmjeravaju razmišljanje te pobuđuju napetost u slušatelja ili čitatelja usmjeravajući pažnju i svo zanimanje na jedno područje (ibid. 270). Glavno obilježje retoričkog pitanja jest da je to pitanje na koje se uopće ne očekuje odgovor.

Retoričko pitanje je „figura misli koja neku tvrdnju, zapovijed ili želju izriče u obliku pitanja, pitamo nešto što nam je dobro poznato ili sami pitamo i odgovaramo, kako bismo pojačali izraz, a ne da bismo dobili odogovor” pa tako pitamo *Nije li te sram?* ili *Kako možeš takvo što reći?* (Škarić, 2003: 125). Retoričko pitanje nalazimo u djelu Thomasa Manna *Gladius Dei* i glasi *Ist es nicht schauerlich, an solchem Sonnentage den Kummer in den Wangenhöhlen wohnen zu sehen?*⁵² (Moennighoff, 2007: 653).

2.1.17. Antiteza

Riječ antiteza dolazi iz grčkog jezika i to od riječi *antí* i *thesis* što znači postavljanje nasuprot (Škreb/Stamać, 1998: 235). Antiteza je „posebna vrsta usporedbe koja se

⁵¹ V. Krmpotić, Glas vode u rijeci

⁵² *Zar nije strašno na ovakav sunčan dan vidjeti da jad živi u jamicama na licu čovjeka?*

zasniva na opreci, odnosno suprotnosti, ujedno je i jedan od osnovnih oblika izražajnosti jezika” (Solar, 1977: 72). Stari retoričari shvaćali su je kao pjesničku figuru, kao izražajni postupak suprotstavljanja pojedinih riječi unutar rečenice, ili suprotstavljanje čitavih rečenica (ibid. 73). Česta je u poslovicama, na primjer *Sit gladnom ne vjeruje*. (ibid. 73). Antitezom se iskazuje jaka konceptualna suprotnost dvaju dijelova iskaza ili dvaju iskaza kao u primjerima *Više opreme, ista cijena*. ili *Emocije rastu, cijene padaju*. (Bagić, 2007: 133).

Antiteza se sastoji od navođenja opreke i oprečnog zbivanja. Škreb i Stamać navode dvije vrste antiteze, pojmovnu i povijesnu antitezu. Pojmovna antiteza temelji se na osnovi takvih pojmova koji su svojom prirodom korelativni, kontrastni ili kontradiktorni, dok je povijesna antiteza antiteza u kojoj tek povijesni uvjeti stavljaju dva pojma u opreku: jednom u osnovnom, a drugi put u prenesenom značenju, primjerice *East and West* (Škreb/Stamać, 1998: 238). Škarić razlikuje dvije vrste antiteza, antitezu riječi i antitezu rečenica. Antiteza riječi je stavljanje u opreku kontrarnih ili kontradiktornih pojmova, kako bi se oba bolje istaknuli, primjerice *Djeca su radost i žalost*. (Škarić, 2003: 135). Antiteza rečenica je opreka dviju rečenica, na primjer *Tuđe nećemo, svoje ne damo*. ili *Ovo je mali korak za čovjeka, veliki za čovječanstvo*. i Poseban oblik antiteze je slavenska antiteza koja ima uvijek istu formu i to takvu da započinje pitanjem, nakon čega slijedi negacija pitanja i završava odgovorom na pitanje, prati formulu *A, ne A nego B*, kao u primjeru:

(...) Što se bijeli u gori zelenoj?

Al` su snjezi, al` su labudovi?

Da su snjezi, već bi okopnuli,

labudovi, već bi poletjeli,

nit` su snjezi, nit` su labudovi,

nego šator age, Hasan-age:

on boluje u ranama ljutim. (...) ⁵³

Antiteza može počivati na pojedinim suprotstavljenim riječima kao u primjeru

⁵³ *Hasanaginica*, narodna balada

*Gesiegt hat über die Scham die Gier, über die Angst die Dreistigkeit.*⁵⁴ (Villwock, 1992: 723). Antiteza počiva i na suprotstavljenim parovima riječi u primjeru *Es liegt nicht an unserem Talent, es liegt an eurer Hilfe.*⁵⁵ (ibid.). Antiteza ekspresivno naglašava suprotnosti primjerice u ponašanju, odnosno suprotstavljenost vlastitog stanja i distanciranog sugovornika u primjeru *Du warst Lehrer, ich war Schüler, du warst Statist, ich schaute zu*⁵⁶ (ibid. 724).

2.1.18. Antimetabola

Antimetabola je „opreka dviju usporednih rečenica, tako da se u drugoj rečenici javljaju isti osnovni pojmovi iz prve rečenice, ali u obrnutom redoslijedu”, na primjer *Oni koji rade, ne stječu, a oni koji stječu, ne rade.* (Škarić, 2003: 135). Antimetabola predstavlja poseban oblik okretanja misli, okrećući u pravilu bilo dvije rečenice ili dva pojma, tako da se jedna misao ponavlja, a dijelovi zamjenjuju (Hamsch, 1992: 708). Ona stoji u biti na granici između figura riječi i figura misli, odnosno može pripadati i jednoj i drugoj skupini, ovisno o tome hoćemo li pridodati veću vrijednost sadržajnom ili formalnom kriteriju. Koristi se kao učinkovit oblik antiteze. Njezin zadatak nije samo obrtanje misli, nego i intenzifikacija, poopćavanje i premošćivanje zapreka (ibid.).

(...) Najveći govornik među pravnicima,
najveći pravnik među govornicima. (...) ⁵⁷

Osim što se antimetabolom može okrenuti logičan redoslijed misli, postoji i primjer u kojem antimetabola stavlja odnose u etički ispravan odnos kao u *Socrates sagte daher, viele Menschen wollten nur deshalb leben, um zu essen und zu trinken, aber er trinke und esse nur, um zu leben*⁵⁸. (ibid.).

⁵⁴ *Pobijedio je sram nad pohlepom i strah nad drskošću.*

⁵⁵ *Razlog nije naš talent, nego vaša pomoć.*

⁵⁶ *Ti si bio učitelj, ja sam bio učenik, ti si bio statist, ja sam promatrao.*

⁵⁷ *Ciceron, O govorniku*

⁵⁸ *Sokrat je rekao da mnogo ljudi želi živjeti samo kako bi jeli i pili, ali on pije i jede samo kako bi živio.*

2.1.19. Pretericija

Pretericija je „retorička figura kojom se privlači pažnja slušača najavom da se o nečemu ne želi govoriti, ali se to što se tobože ne želi reći ispriča” (Škarić, 2003: 130). Time se pojačava znatiželja kod slušatelja ili čitatelja za ono što se “prešućuje” i za ono što slijedi, primjerice (...) *Zašto da iznosim na vidjelo njegova naređenja, njegove otimačine, poklonjenja i silom oteta nasljedstva. Nemam namjere iznositi svjedočanstva u vezi sa 600 000 sestericija. Prijeći ću preko toga što je Filip, nekada tako malen, postao velik i silan, kao i preko toga da Heleni među sobom nepovjerljivo i nesložno žive. Prijeći ću i preko toga, što je mnogo čudnije, što se Filip ni iz čega podigao, tolike zemlje poosvajao i još osvaja.* (...) (ibid.). Pretericija nazvana paralipsom u Metzlerovom leksikonu za književnost (Schweikle, 2007: 570) je „figura naglašavanja teme ili predmeta izrazitim, ali ne i izvršenim izjašnjavanjem kako se iz određenih razloga neće detaljnije o nečemu govoriti”, što započinje izrazima *Ich will nicht davon sprechen, dass...*⁵⁹ ili *Ich will weiter kein Rühmens machen...*⁶⁰ na što slijedi ostvarenje na tri četvrtine stranice toga što se navodno neće hvaliti (ibid. 570). Pretericiju vrlo često čujemo u govorima političara, primjerice *Skromnost kandidata me sili da izbjegavam govoriti o njegovim vrlinama, njegovom požrtvovanju, marljivosti i prijateljstvu.* (Škarić, 2003: 130). Pretericijom ne moramo nužno izraziti samo pozitivne činjenice. Njima možemo također izreći naše kritike ili negativno mišljenje, a da pritom osoba ne može reći da ju se izravno proziva, primjerice *Ja danas ne želim govoriti o tome kako je Vlada kriva za povećanje nezaposlenosti, nego naći rješenje za taj problem.*

2.1.20. Pleonazam

Pleonazam se ubraja u figure riječi, ako ga hotimično upotrijebimo da bi se pojačao izraz, primjerice ako kažemo *Vidio sam to vlastitim očima: Ubio ga je namrtvo.* ili *Ustani na noge!* (Škarić, 2003: 138). Pleonazam označava način izražavanja na razini riječi, skupina riječi, rečenice ili misli, čija redundancija može biti shvaćena pozitivno ili negativno

⁵⁹ Neću govoriti o tome da...

⁶⁰ Nadalje neću hvaliti...

(Czapla, 2003: 1286). Pleonazam se nalazi u *primjeru So sprach sie mit ihrem Mund*.⁶¹ (ibid.). Zato ga možemo smatrati ili jezičnom pogreškom, zato što krši pravilo jezične konciznosti ili jezičnim ukrasom, odnosno figurom (ibid.). Pleonazmom se smatra i nizanje bliskoznačnih izraza kao u primjeru *Er ging weg, er entwich, er verschwand, er stürzte davon*.⁶² (ibid.).

U lirici se često upotrijebljava pleonazam iz metričkih razloga i naglašavanja pojedinih izraza. Shvaćanje da je pleonazam jezična pogreška nameće se još od antike, odnosno od jezičnih gramatičara koji su inzistirali na tome, definirajući pleonazam jednom kao pogrešku, a jednom kao ukras i to ponekad koristeći isti primjer za pojašnjavanje pojedine upotrebe tog fenomena, što pokazuje koliko je arbitrarno shvaćanje ovog pojma (ibid.).

⁶¹ *Tako je govorila svojim ustima.*

⁶² *Otišao je, pobjegao je, nestao je, pohitao je od tamo.*

3. Definiranje i klasifikacija tekstova

Prije analize tekstova iz udžbenika za njemački kao strani jezik, potrebno je definirati općenito pojam teksta, navesti njegova obilježja te definirati nastavne tekstove i odrediti njihova obilježja. Pojam tekst dolazi od latinske riječi *texo* – tkati te pretpostavlja pojam strukture, osnovno značenje mu je tkanje, odnosno tkivo (Glovacki-Bernardi, 2004: 39). Tekst je „skup međusobno koherentno i konzistentno povezanih dijelova koji prenose informacije te posjeduju zajednički jezični superznak, odnosno sposobnost da pojedine dijelove teksta shvaćamo kao cjelinu koja pripada tekstu” (Grosse, 1974: 13). Tekst nije samo jezična tvorevina, nego jedinica koja je određena složenim komunikacijskim procesima pri čemu je jezik važno sredstvo komunikacije, ali nipošto jedino sredstvo (Zimmermann, 1978: 45).

Ako promotrimo situativni kontekst teksta, onda je jasno da je tekst samo jedan od faktora u opsežnom području ljudskog djelovanja i komunikacijskog procesa (Werlich, 1975: 13). Uvijek kada govornik, bilo jezičnim ili nejezičnim djelovanjem, stupi u kontakt sa slušačem, nastaju među ostalim i *tekstovi* koji se odnose na stvarne elemente mogućeg vremensko-prostornog konteksta (ibid.).

3.1. Osnovne značajke teksta

Tekst je jedinica koja zadovoljava tri osnovna uvjeta. Prvi uvjet je da tekst sadrži semantička obilježja rekurencije, odnosno ponavljanje sličnih jezičnih oblika koji omogućavaju stvaranje jezične kohezije, odnosno stvaranje semantičkih veza (Grosse, 1974: 8). Drugi uvjet je postojanje koherentnosti i konzistentnosti slijeda jezičnih znakova čime nastaje i smislenost komunikacije, odnosno postoji informacijski napredak, odnos tema – rema (ibid. 9). Treći uvjet je postojanje eksplicitnog ili implicitnog jezičnog *superznaka*⁶³ koji pokreće proces apstrakcije kompleksnih odnosa. Upravo tu nadređenu

⁶³ Pojam superznaka preveden je s njemačkog jezika, u originalu glasi *Superzeichen*, spominje se u: Grosse (1974) *Texttypen: Linguistik gegenwärtiger Kommunikationsakte, Theorie und Deskription*.

cjelovitost teksta nazivamo *superznakom* (ibid. 10). Superznak može biti natpis ili naslov, ali često nastaje samom interpretacijom teksta na metajezičnoj razini.

Prema Glovacki-Bernardi (2004: 40) tekst karakteriziraju međusobna sintaktička i semantička povezanost sastavnih dijelova, zatim cjeloviti tekstni kozmos koji nastaje iz međuodnosa proširenog značenja pojma usporednosti te ponavljanje, odnosno mogućnost ponavljanja koju naziva rekurencijom, a pretpostavka je stvaranju koherentnosti teksta.

Zamjenice, odnosno njihova forička funkcija posebno je važna za konstituiranje i strukturiranje teksta, što je jedna od najvažnijih funkcija u tekstu (ibid. 39). Osim korištenja zamjenica i ponavljanja pojedinih elemenata, u građenju teksta važnu ulogu ima i ponavljanje njegovih strukturnih dijelova, kako unutar teksta tako i u različitim tekstovima (ibid. 41).

3.2. Tekstne vrste

Werlich (1975) tekstove klasificira kao fiktivne ili nefiktivne, zatim jednorečenične ili višerečenične te ovisne ili neovisne. Grosse (1974) tekstove razlikuje prema komunikacijskom mediju ili prema internim i eksternim kriterijima. Prema komunikacijskom mediju razlikuje govorene i pisane tekstove, s time da se i govoreni mediji mogu snimiti i spremiti, čime prelaze u skupinu pisanih tekstova. To nam ukazuje na činjenicu da je granica između tih dvaju medija vrlo promjenjiva (Grosse, 1974: 16).

Prema eksternim kriterijima govoreni se tekstovi promatraju iz perspektive konstelacije govora, što je podobno upravo za tu vrstu tekstova, iako možemo i pisane tekstove karakterizirati na taj način. Klasifikacija tekstova moguća je i prema komunikativnim konstantama poput namjere pošiljatelja i primatelja, zatim načinu recepcije poruke, relacije između pošiljatelja i primatelja te govorne situacije odnosno konteksta (ibid. 17).

Grosse razlikuje tekstne klase i tekstne tipove. Tekstne klase su čvrste veličine, odnosno univerzalije, dok su tekstni tipovi podvrsta tekstnih klasa koji variraju tijekom povijesti prilagođavajući se načinom upotrebe jezika te interakcijskim matricama društva

u kojem se razvijaju (ibid. 63).

Tekstna klasa i funkcija teksta nisu istoznačni pojmovi, ali tekstne klase se ravnaju prema dominantnoj funkciji teksta. Razlikujemo sedam tekstnih klasa, u prvoj su klasi tekstovi koji uređuju međuljudsku interakciju, u drugoj tekstovi koji obilježavaju neku grupu, u trećoj tekstovi koji su primarno usmjereni na samu interakciju, u četvrtoj tekstovi koji su usredotočeni na vlastito predstavljanje, u petoj tekstovi čija je zadaća prenošenje naredaba i instrukcija, u šestoj tekstovi koji imaju više svrha, primjerice i interakciju i prenošenje naredaba i u zadnjoj su klasi tekstovi koji su orijentirani na prenošenje stručnih informacija (ibid. 64).

Tekstovi koji uređuju međuljudsku komunikaciju su primjerice zakoni, odnosno tekstovi koji ili hijerarhijski normiraju interakciju primjerice u parlamentarnom zakonu ili neparlamentarnim odredbama ili normiraju prema dogovoru kao što je to slučaj kod programa stranaka, ugovora, poslovnika ili ostalih statuta (ibid. 268).

Tekstovi koji obilježavaju grupu su jedino pjesme skupina⁶⁴ koje imaju lirska obilježja, a funkcija im je stvoriti internu solidarnost i dati na znanje odvojenost i neovisnost grupe (ibid. 322).

Treća klasa tekstova, odnosno tekstovi koji su primarno usmjereni na samu interakciju, dijeli se na tri podskupine. Sve tri podskupine sadrže fatičku komunikaciju, i to u tri stupnja. Prvi oblik je minimalan, odnosno obuhvaća samo izmjenivanje pozdrava pri mimoilaženju. Drugi oblik se sastoji od međusobnog pozdravljanja te međudjela u kojem se najčešće pita za opće stanje sugovornika i na kraju dolazi međusobno opraštanje. Treći oblik je prošireni fatički razgovor u kojem u središnjem dijelu nalazimo dodatne izjave (ibid. 332).

Kod tekstova usredotočenih na vlastito predstavljanje razlikujemo više vrsta, ovisno o primatelju. Ako je primatelj sam autor, radi se o privatnom dnevniku, a ako nije, onda nastaju životopisi i autobiografije (ibid. 338).

Tekstovi za prenošenje naredaba i instrukcija imaju dvije velike skupine. Prva

⁶⁴ U originalu *Gruppenlied*.

skupina su tekstovi sa uputama za korištenje kao i recepti za kuhanje, odnosno svi tekstovi koje sadrže upute, druga skupina su uvjeravajući tekstovi koje nalazimo u reklamama, promidžbenom programu, novinarskim komentarima, kritikama te umjetničkim kritikama (ibid. 347).

Bicentrirani tekstovi, odnosno tekstovi koji prenose više funkcija su većinom govoreni tekstovi koji uz svoju dominantnu funkciju imaju i sporednu funkciju, primjerice pri prenošenju informacija možemo izraziti i vlastito mišljenje, dati komentar. (ibid. 451). Bicentrirani tekstovi su informativni razgovori, intervjui, saslušanja, konzultacije, nastavni tekstovi, ispiti, psihoterapeutske razgovori, razgovori pri kupnji, stručne diskusije, razmjene mišljenja.

U zadnju skupinu ubrajaju se stručni tekstovi kod kojih je dominantno prenošenje informacija. Podvrste stručnih tekstova su primjerice tekstovi u enciklopedijama, izvještavajući tekstovi, kronike, vijesti, reportaže, vremenske prognoze, najave programa, sve te vrste su stručni tekstovi, pisani bilo u obliku teksta ili natuknica (ibid. 576). Ovoj skupini također pripadaju izlagajući tekstovi koji određenu temu obrađuju detaljnije, a mogu se naći u stručnim ili tematskim časopisima te problemskim tekstovima (ibid.).

Werlich (1975) razlikuje tekstne oblike i tekstne tipove. Tekstni oblici su ostvarenja konstituenta teksta, pri čemu govornici s jedne strane biraju invarijante tipične za tekst, a s druge strane invarijante koje su primjerene određenim povijesno stvorenim konvencijama za tekstne izjave (Werlich 1975, prema Zimmermann, 1978: 26). Tekstni oblici mogu biti subjektivni, ako govornik pripovijeda o predmetima i odnosima prema vlastitom shvaćanju vremena, prostora, osoba, odnosa, brojeva i osobina te objektivni ako se govornik pri izlaganju poziva na točno provjerene podatke iz raznih uvjerenja, geografskih podataka, osoba, brojeva, osobina i slično (Zimmermann, 1978: 27). Werlich (1975: 44) navodi pet tekstnih vrsta, a to su deskriptivni, narativni, ekspozitivni, argumentacijski i instruirajući tekstovi.

Konstituente teksta ovise o tome kojoj velikoj skupini tekstova tekst pripada. Glovacki-Bernardi navodi formalnu i neformalnu skupinu tekstova. Pri tome formalnoj skupini tekstova pripada pjesništvo, jezik reklama i izreke, dok neformalnoj skupini

tekstova pripadaju tekstovi svakodnevnog govora poput izvještaja, reportaža i pripovjedaka (Glovacki-Bernardi, 2004: 43).

Zimmermann navodi vrlo jasan kriterij za razlikovanje tekstnih tipova i tekstnih vrsta. Ako istražujemo sam tekst, bavimo se tekstnim vrstama, a ako se bavimo strukturom teksta, dolazimo do tekstnih tipova (Zimmermann, 1978: 63).

3.3. Tekstovi u udžbenicima za njemački kao strani jezik

U udžbenicima za njemački kao strani jezik pojavljuju se pisani i govoreni tekstovi. Prema Heyd (1990: 73) nastavni tekstovi su semantičko-sintaktički povezani jezični iskazi o nekoj temi, odnosno o nekoj određenoj situaciji. Nastavni tekstovi pisani su shvatljivim jezikom koji služi kao povod za razumijevanje i izražavanje (Edelhoff, 1985: 8). Nastavni tekst stranog jezika mora prenositi nešto novo i zanimljivo, vrijedno saznanja. Nastavni tekstovi stranog jezika sadržavaju u sebi čar stranog svijeta, različitosti od poznatog. Heyd upozorava da treba biti oprezan pri određivanju stupnja stranosti. Stranost treba djelovati motivirajuće, a ne gušiti motivaciju (Heyd, 1990: 73). Stranost treba biti zastupljena u onoj mjeri u kojoj djeluje motivirajuće, ali ne više od toga zato što se time postiže suprotan učinak (Solmecke, 1997: 40). također navodi da nastavni tekstovi ne trebaju samo jezično izražavati poznat sadržaj koji se podrazumijeva, nego trebaju buditi interes, izazivati reakciju, provocirati pokušaje interpretacije, nadovezivati se na predznanje učenika te naposljetku povezati jezičnu recepciju i produkciju.

Heyd (1990: 73) i Solmecke (1997: 40) savjetuju da nastavni tekstovi zadržavaju obilježja teksta, odnosno da su jezično i sadržajno povezane cjeline koje pojašnjavaju funkcioniranje jezika te učeniku služe kao model prema kojem učenik kasnije i sam može kreirati pisane i govorene tekstove. Izraziti se na stranome jeziku uvijek znači preuzeti jezične modele iz jezičnog okruženja, dakle teksta ili situacije, nadovezati se na već poznato i s time pokušati se približiti što je više moguće onome što se želi izraziti (Edelhoff, 1985: 12).

Sve se više zahtijeva upotreba autentičnih tekstova u nastavi stranog jezika. Potrebno je definirati značenje riječi „autentičnost” odnosno „autentičan tekst”. Pridjev „autentičan” često se koristi kao sinonim za „stvaran” ili „pravi” ili kao suprotnost „stvorenome” odnosno „proizvedenome” (ibid. 7). U kontekstu nastave stranog jezika „autentičnost” podrazumijeva uporabu tekstova koje su sastavili ili izgovorili izvorni govornici, a suprotnost su tekstovima koje su sastavile ili obradile osobe koje nisu izvorni govornici jezika udžbenika (ibid.). Autentični tekstovi za razliku od didaktičkih tekstova⁶⁵ ne uzimaju u obzir stupanj znanja učenika zato što ih kreira izvorni govornik koji se obraća drugom izvornom govorniku. Korištenjem autentičnih tekstova autori se žele približiti jezičnoj stvarnosti te povećati atraktivnost teksta. Ipak se upozorava da bi autentični tekstovi mogli biti prezahtjevni za početnike te ih lako demotivirati, što je suprotno jednoj od primarnih funkcija autentičnih tekstova. Autentični tekstovi su primjerice televizijske ili radijske najave, upute u nastavnim medijima, oglasi, upute za upotrebu različitih uređaja, javne objave, poput kućnog reda, izvještaji, natpisi u novinama, ispod slika, na izložbama, u katalogima, formalna i privatna pisma, stripovi, dijalozni, ulaznice, etikete, vozni redovi, vozne karte, formulari, letci, upitnici, vodiči, intervjui, karte, komentari, kratke biografije, pisma čitatelja, rječnici, kratke literarne vrste poput anegdota, viceva, pjesama i slično (ibid. 15).

Didaktički tekstovi su “tekstovi sastavljeni u svrhu usvajanja stranog jezika” (Solmecke, 1997: 38). U pravilu su didaktički tekstovi vezani uz udžbenik ili su mu bliski, primjenjuju vokabular i rečnične strukture koji su učenicima poznati i odgovaraju njihovom trenutnom stupnju znanja, odnosno količina novoga vokabulara i gramatike je dozirana (ibid.). Didaktičke slušne tekstove čitaju obično izvorni govornici, ali izbjegavaju obilježja spontanog govora poput bržeg govora, redundancije, gramatičkih i drugih pogrešaka, zaustavljanja, pauza za razmišljanje, prekidanja i ponovnog započinjanja, ispravljanja samog sebe, dijalekta, gutanje dijelova riječi ili cijelih riječi, istovremeno govorenje i upadanje u riječ u dijalozima (ibid.). Autentični tekstovi mogu se prilagoditi za nastavu različitim postupcima. Pojedine riječi ili dijelovi teksta mogu se zamijeniti ili nadopuniti, teški gramatički oblici mogu se zamijeniti lakšima, radnja se

⁶⁵ Pojam *didaktički tekstovi*, u originalu *didaktische Texte*, pojavljuje se u *Texte hören, lesen und verstehen* (Solmecke, 1997: 38).

može pojednostaviti izbacivanjem pojedinih osoba i detalja te se tekst može napisati samostalno i dati ga na provjeru i autentifikaciju izvornom govorniku (Edelhoff, 1985: 26).

Učenik koji se susreće samo s didaktičkim tekstovima očekuje da će slušanje ili čitanje uvijek funkcionirati tako da se dekodira već poznato, ne zna kako bi se ophodio s autentičnim materijalom koji ne uzima u obzir njegovo ograničeno jezično znanje. Kako bi olakšali prijelaz autentičnim tekstovima, autori umeću ili pojednostavljene autentične tekstove ili didaktičke tekstove obogaćuju „obilježjima” autentičnih tekstova (Solmecke, 1997: 39). Ovoj vrsti tekstova pripadaju primjerice skraćeni književni tekstovi koji su gramatički i jezično pojednostavljeni.

Na kraju se nameće pitanje koja je vrsta tekstova pogodnija za nastavu stranog jezika. Neuner (1985: 153), Heyd (1990: 74) i Solmecke (1997: 39) prednost daju autentičnim tekstovima uz pojašnjenje da je najpogodniji onaj tekst koji odgovara učenicima, odnosno postiže planirane ciljeve te osposobljava učenika za upotrebu autentičnih tekstova u stvarnim jezičnim situacijama. Solmecke se zalaže za što ranije korištenje autentičnih tekstova u nastavi kako bi se razvila receptivna kompetencija. Heyd ne preporučuje upotrebu tekstova koji su sastavljeni posebno za upotrebu u nastavi stranog jezika, jer time nastaje neprirodan jezik iz perspektive govornika.

U udžbenicima se nalaze različita lirska djela autora iz njemačkog govornog područja, poput pjesme *Herbsttag* Rainera Maria Rilke ili *Inventur* Güntera Eichera u udžbeniku *Kontaktsprache Deutsch 4 neu*. U udžbenicima često možemo naći i ulomke iz književnih klasika poput *Patnji mladog Wenera ili Wilhelma Tella*, također u udžbeniku *Kontaktsprache Deutsch 4 neu*.

Osim književnih tekstova, u udžbenicima za njemački kao strani jezik prisutni su i novinski članci, intervjui, komentari, dijagrami, biografije, sastavci, tekstovi s povijesnom tematikom, e-mailovi, SMS-poruke, telefonski razgovori, reklame, vremenske prognoze, jelovnici, internetske stranice, tekstovi moderne glazbe i tako dalje.

Većinu tekstova u udžbenicima sastavljali su autori udžbenika, imajući u vidu konkretne nastavne ciljeve. Grosse (1974: 451) svrstava nastavne tekstove u skupinu

bicentriranih tekstova, odnosno tekstova koji imaju bar dvije istovremene funkcije. Tekstovi u udžbenicima za njemački kao strani jezik skoro uvijek su višerečenični i svaki za sebe je neovisna jedinica unutar udžbenika.

Likovi koji pripovijedaju u nastavnim tekstovima najčešće su vršnjaci učenika kojima je udžbenik namjenjen. U predgovoru udžbenika *Kontaktsprache Deutsch 1 neu* saznajemo da nastavni tekstovi imaju više funkcija. Nastavni tekstovi služe kao podloga za jezične zadatke, posreduju gramatiku i vokabular ili sadrže informacije o njemačkom govornom području. U predgovoru udžbenika *Ausblick 1 Brückenkurs* autori navode kako tekstovi omogućavaju proces identifikacije učenika s likovima iz nastavnih tekstova („To bih mogao/la biti ja”) ili distanciranost („Ja to ne bih učinio/la.”). Autori navode da puno lekcija sadrži ulomke iz literature za mlade, što pobuđuje interes za čitanje i otvara mogućnost identifikacije i kritičkog bavljenja s dotičnim protagonistima i radnjom. U središtu pozornosti udžbenika su tekstovi za čitanje i slušanje.

3.4. Udžbenici za njemački kao strani jezik u hrvatskim školama

Popis odobrenih udžbenika za nastavu njemačkog kao stranog jezika u gimnazijama u Hrvatskoj može se pronaći na internetskoj stranici *Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa*. Popis udžbenika je u *Katalogu obveznih udžbenika i pripadajućih nastavnih sredstava za šk. godinu 2010/2011 i 2011/2012*. Unutar ove skupine postoje dvije skupine udžbenika, udžbenici za njemački kao prvi strani jezik i udžbenici za njemački kao drugi strani jezik. U *Katalogu* se nalaze informacije o naslovu i podnaslovu udžbenika, autoru, nakladniku, nastavnom predmetu i programu, vrsti škole i razredu za koje su udžbenik i pripadajuće dopunsko nastavno sredstvo namijenjeni te njegova maloprodajna cijena.

Sukladno članku 23. *Zakona o udžbenicima za osnovnu i srednju školu* (Narodne novine, br. 27/10. i 55/11.), udžbenici i pripadajuća dopunska nastavna sredstva u uporabi su u školama najmanje četiri godine, računajući i šk. god. u kojoj su odabrani, tako da se u osnovnim i srednjim školama u Republici Hrvatskoj u šk. god. 2011/2012 koristiti udžbenici i pripadajuća dopunska nastavna sredstva koji su za svaku pojedinu školu objavljeni na njezinoj *Konačnoj listi odabranih udžbenika i pripadajućih dopunskih*

*nastavnih sredstava za šk. god. 2010/2011*⁶⁶.

Za njemački kao prvi strani jezik odobreni su sljedeći udžbenici: *Ausblick 1, Brückenkurs* i *Ausblick 2, Team Deutsch 1 i 2* i *Kontaktsprache Deutsch 1, 2, 3 i 4 neu*. Od navedenih udžbenika samo *Team Deutsch* nema izdanja za sva četiri razreda gimnazije, nego samo za prva dva. Udžbenik *Ausblick 1 Brückenkurs* u jednom svesku obuhvaća gradivo prvog i drugog razreda gimnazije, dok *Ausblick 2* obuhvaća gradivo trećeg i četvrtog razreda.

Za njemački kao drugi strani jezik odobreni su *deutsch.com 1* i *deutsch.com 2*, od kojih svaki obuhvaća gradivo dvaju razreda gimnazije. Osim toga udžbenika, odobreni su *zweite.sprache@DEUTSCH.de* koji ima izdanja 1, 2, 3 i 4 te *DEUTSCH FÜR HEUTE UND MORGEN*, također s izdanjima za sva četiri razreda gimnazije i samostalnim udžbenikom za svaku školsku godinu. Uz svaki navedeni udžbenik postoji i radna bilježnica.

Od odobrenih udžbenika, za istraživanje je odabran komplet udžbenika *Kontaktsprache Deutsch neu 1, 2, 3 i 4* te *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick 2*.

⁶⁶ Lista je dostupna na internetskoj stranici *Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa*, <http://public.mzos.hr/Default.aspx?art=9994&sec=2354>, posljednji put pristupljeno 20.04.2012.

4. Podučavanje stilskih figura u nastavi njemačkog kao stranog jezika

Figure su dio svakodnevnog govora, načina izražavanja, neizbježne su te se učenici susreću s njima. Ne treba ih se izbjegavati u nastavi njemačkog kao stranog jezika, ali pri susretanju s figurama treba vrlo pažljivo postupati. Figure često zbog prenesenog značenja otežavaju razumijevanje, pogotovo kod učenika koji tek počinju učiti strani jezik, ali ne treba ih se zato izbjegavati.

Prije navođenja osnovnih metodičko-didaktičkih pravila za obrađivanje figura, treba navesti cilj učenja figura, odnosno što se želi postići na nastavi vezano uz figure. Osnovni cilj pri poučavanju figura je razvijanje receptivne kompetencije, senzibiliziranje za tu pojavu, izgrađivanje svijesti o njima, odnosno prepoznavanje i razumijevanje takvih jedinica u tekstu (Kühn, 1996: 7). Učenici trebaju biti spremni na pojavljivanje figura te ih se treba upozoriti na razne sintaktičke i semantičke razlike koje se pojavljuju u kontaktu materinjeg i stranog jezika. Sintaktičke i semantičke razlike često uzrokuju greške pri upotrebi, primjerice u njemačkom jeziku se kaže *Zwei linke Hände haben*⁶⁷, dok se u hrvatskome jeziku kaže *Imati dvije lijeve noge* (ibid.).

Što se tiče rada s figurama u nastavi njemačkog kao stranog jezika, postoji nekoliko osnovnih pravila postupanja u nastavi. Figurama ne treba posvetiti cijeli sat, nego obrađivati ih onda kada se pojavljuju u autentičnoj komunikaciji (Baur/Chlosta, 1996: 16). Figure se ne smije obrađivati izvan konteksta, a jednako tako ih se ne treba vezati uz samo jedan kontekst, nego objasniti više mogućnosti korištenja ovisno o kontekstu (ibid.). Pri obrađivanju figura treba postupati prema didaktičkom trokoraku; prepoznavanje, razumijevanje i primjenjivanje, s time da naglasak leži na prepoznavanju i razumijevanju (ibid.). Uvijek treba uzeti u obzir primatelja, tekstnu vrstu i primjerenost situaciji i višeznačnost obraditi uvijek u kontekstu, dakle ne abecedno, nego po tematskim područjima (ibid.). Također se mogu podučavati tako da se napravi kontrastivna usporedba s materinjim jezikom te se izvede zaključak o sličnostima i razlikama (ibid.). Moguće je učenicima zadati da smisle priču u kojoj trebaju upotrijebiti

⁶⁷ Doslovan prijevod: *Imati dvije lijeve ruke*.

više figura, s time da treba naglasiti da u stvarnome govoru nije uobičajena tolika učestalost figura (ibid.). Osim toga u nastavi se mogu koristiti i ilustracije figura koje bi se trebale povezati ili s figurom ili s njenim pojašnjenjem.

Figure su neizostavan dio govora pa tako i nastave kojemu ne treba posvetiti potpunu pažnju u nastavi, ali treba ukazati učenicima na njihovom postojanju i osnovne osobinama kako ih mogu prepoznati i razumijeti u trenutku susretanja s njima.

5. Istraživanje: Stilska analiza tekstova u udžbenicima za njemački kao strani jezik

5.1. Problem i cilj istraživanja

Istraživanje u ovome radu je retorička analiza koja obuhvaća stilske figure u didaktičkim tekstovima udžbenika za njemački kao prvi strani jezik u gimnazijama i četverogodišnjim srednjim školama. Rad se bavi stilskim bogatstvom didaktičkih nastavnih tekstova, odnosno istražuje se koliko su figure zastupljene u didaktičkim tekstovima udžbenika za njemački kao strani jezik. Postoje brojni radovi koji se bave stilskim sredstvima u različitim područjima jezičnog djelovanja. Istražene su stilske figure u reklamnim porukama (Gjuran-Coha/Pavlović, 2009, Bagić, 2008), u novinskim natpisima (Ivas, 2004), u putopisima (Lukenda, 2011), u poslovicama (Mikulić, 1992), u biblijskim tekstovima (Čatić, 2009), ali do sada nisu provedena istraživanja koja se bave stilskim figurama u tekstovima udžbenika za njemački kao strani jezik, koliko mi je poznato. Ovim istraživanjem želim dobiti odgovor na pitanje sadrže li didaktički nastavni tekstovi stilske figure i ovisi li stupanj jezične kompetencije o zastupljenosti stilskih figura u didaktičkim nastavnim tekstovima.

5.2. Hipoteze istraživanja

Polazi se od pretpostavke da su stilske figure u malom broju zastupljene u didaktičkim nastavnim tekstovima udžbenika za njemački kao strani jezik. Hipoteza jest da će broj stilskih figura biti veći u didaktičkim nastavnim tekstovima višeg stupnja jezične kompetencije. Također pretpostavljam da broj figura raste proporcionalno stupnju jezične sposobnosti.

5.3. Korpus i način provedbe istraživanja

Istraživanje je kvantitativno, odnosno utvrđuje broj stilskih figura po stranici didaktičkog teksta. Književni tekstovi u odabranim udžbenicima nisu predmet istraživanja ovoga

rada. Analizirat će se svaku lekciju udžbenika posebno te usporediti broj figura viših i nižih stupnjeva jezične kompetencije, odnosno usporedit ću sve razrede međusobno. Korpus čini ukupno šest udžbenika, unutar kojih su analizirani didaktički nastavni tekstovi. Korpus za analizu čine udžbenici *Kontaktsprache Deutsch 1 neu*, *Kontaktsprache Deutsch 2 neu*, *Kontaktsprache Deutsch 3 neu* i *Kontaktsprache Deutsch 4 neu* te udžbenici *Ausblick 1 Brückenkurs*, koji u jednom svesku sadrži nastavno gradivo prvih i drugih razreda gimnazija te *Ausblick 2* koji sadržava gradivo trećih i četvrtih razreda. Korpus je ograničen na didaktičke tekstove, odnosno, tekstove sastavljene ili prilagođene za nastavu u svrhu usvajanja stranog jezika u pisanome obliku. Istraživanje ne obuhvaća književne tekstove, zato što pretpostavljam da se pojavljivanje figura može očekivati u književnim tekstnim vrstama.

Kontaktsprache Deutsch 1 neu, *Kontaktsprache Deutsch 2 neu* sastoje se od osam lekcija, a *Kontaktsprache Deutsch 3 neu* i *Kontaktsprache Deutsch 4 neu* od sedam lekcija. U udžbenicima se obrađuju raznovrsne teme bliske mladima i istovremeno prenose kulturološke informacije koje se uspoređuju s Hrvatskom (Profil Multimedia, 2008).

Udžbenik *Ausblick 1 Brückenkurs* dostiže razinu B1 prema ZEROJ-u⁶⁸, a *Ausblick 2* ponavlja i učvršćuje sadržaj razina A1 i B2. Udžbenik *Ausblick 1 Brückenkurs* namijenjen je za prvi i drugi razred četverogodišnjih srednjih škola, a udžbenik *Ausblick 2* sadrži predviđeni program za treći i četvrti razred četverogodišnjih srednjih škola. Udžbenik je namijenjen mladima i mladim odraslim osobama te obuhvaća teme iz njihovog iskustvenog područja. Udžbenik izlazi u nakladi izdavača *Hueber*. Tekstovi udžbenika *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick 2* imaju različite izvore, primjerice Internet, časopise te knjige za mlade koje motiviraju na čitanje i slušanje. Tekstovi u *Ausblicku* uvode gramatičke zakonitosti te navode učenika na njihovu pravilnu upotrebu u kontekstu (Algoritam Multimedia, 2003).

⁶⁸ ZEROJ je kratica za *Zajednički europski referentni okvir za jezike*, koji jezične kompetencije kategorizira u šest stupnjeva prema četiri osnovne kategorije; čitanju, pisanju, slušanju i govoru.

5.4. Rezultati/rasprava

5.4.1. Ukupan broj i vrste figura

Unutar korpusa pronađene su ukupno 353 figure u ukupno 206 didaktičkih tekstova, na ukupno 127,25 stranica teksta (vidi tablicu 1), što u prosjeku iznosi 1,71 figura po tekstu, odnosno manje od dvije figure po tekstu. Taj podatak potvrđuje hipotezu da su figure u malom broju zastupljene u didaktičkim tekstovima. Prosječan broj figura varira ovisno o tekstnoj vrsti, primjerice u deskriptivnom tekstu *Vielfalt auf kleinem Raum* (KSD 1, 3, 36) koji iznosi najvažnije podatke o Švicarskoj nema niti jedne figure, dok u istom udžbeniku u narativnom tekstu *Vom Umgang mit Erwachsenen* (KSD 1, 5, 73), u kojem učenica srednje škole govori o odnosu sa svojom majkom, nalazi se čak sedam figura. Od tih sedam figura, tri su hiperbole koje su tipične za mladenački govor.

Tablica 1. Vrste figura u didaktičkim tekstovima

Vrsta figure:	Broj primjera:
1. metafora	173
2. hiperbola	58
3. metonimija	40
4. usporedba	20
5. personifikacija	19
6. perifraza	14
7. antiteza	10
8. sinegdoha	6
9. eufemizam	4
10. litota	3
11. retoričko pitanje	2
12. antimetabola	1
12. antonomazija	1
12. asteizam	1
12. pretericija	1
Ukupno:	353

Nesigurnost i greške pri tvorbi figura dovode do toga da su u nastavnim tekstovima figure prisutne u malom broju. Figure materinjeg jezika ne moraju biti istovjetne figurama stranog jezika. Postoje brojne figure pri kojima je značenje identično, dok je jezično ostvarenje različito, primjerice u jednostavnoj figuri poput *Nemati sve daske na broju* odgovara njemačka figura *Nicht alle Tassen im Schrank haben*⁶⁹, jednako kao što hrvatskoj figuri *Ona je od sreće izvan sebe* njemački ekvivalent glasi *Sie ist vor Freude aus dem Häuschen*⁷⁰.

Osim jezičnog nerazumijevanja figura javljaju se i greške zbog nedovoljnog poznavanja kulture dotične zemlje, primjerice kod antonomazija, kod kojih je vrlo važno znanje iz različitih područja. Antonomazija *Snježna kraljica* vrlo je poznata u području Republike Hrvatske, ali upitno je koliko bi njemačkih govornika moglo odrediti o kojoj osobi se radi, jednako kao što mnogo hrvatskih govornika ne bi sa sigurnošću moglo reći tko je *der Kerpener*⁷¹.

Najzastupljenija figura je metafora s ukupno 173 primjera (49% pronađenih primjera). Metafora je primjerice „Diese **Gans**, dachte Eva.⁷²“ (KSD 1, 7, 100⁷³) ili: „Die Menschen **werfen ihr Geld** zu nichts und wieder nichts **zum Fenster hinaus**.“⁷⁴ (KSD 2, 5, 70). Metaforu nalazimo u rečenici „(...) **erlebte** der deutsche Film im Westen Deutschlands **eine neue Blüte**.“⁷⁵ (KSD 3, 1, 12). Još jedan pronađen primjer metafore je: „Doch das humanistische, soziale Credo (...) war **ein Dorn im Auge**.“⁷⁶ (KSD 4, 4, 59). Metaforičan izraz za avion nalazi se u rečenici „(...) **den mächtigen Vögeln** beim Starten und Landen zuzugucken.“⁷⁷ (A 1⁷⁸, 9, 102). Metafora je i „(...) **im Erdboden versinken** (...)“⁷⁹ (A 2⁸⁰, 9, 120) čime se metaforično izražava osjećaj srama.

⁶⁹ Nemati sve šalice u ormaru.

⁷⁰ Doslovan prijevod: *Ona je od sreće izvan kućice*.

⁷¹ Antonomazija stanovnik Kerpena koristi se za vozača Formule 1, Michaela Schumachera.

⁷² Ta **guska**, mislila je Eva.

⁷³ KSD se koristi kao kratica za *Kontaktsprache Deutsch neu* i broj označava razred. Sljedeći broj označava broj lekcije, a zadnji broj označava broj stranice u udžbeniku.

⁷⁴ „Ljudi **bacaju svoj novac** nizašto i ponovno nizašto **kroz prozor**.“

⁷⁵ (...) **doživio je** njemački film u zapadu Njemačke **novi procvat**.

⁷⁶ Ipak, humanistički, socijalni credo (...) bio je **trn u oku**.

⁷⁷ (...) promatrati **moćne ptice** pri polijetanju i slijetanju.

⁷⁸ A 1 koristi se kao kratica za *Ausblick I Brückenkurs*.

⁷⁹ (...) propasti u zemlju (...)

Neke od nađenih metafora su frazemi, poput navedenih „**ein Dorn im Auge**“ ili „**im Erdboden versinken**“, dok su neke novotvorene i vezane uz specifičan tekst kao u primjeru „Doch inzwischen entwickelte sich ein wahrer **Talkshow-Tourismus** (...)“⁸¹ (KSD 4, 3, 47) u kojem metafora *talk-show turizam* podrazumijeva gostovanje u različitim talk-show emisijama.

Druga najzastupljenija figura je hiperbola s 58 primjera, što se može povezati s činjenicom da je hiperbola česta u svakodnevnom govoru i pogotovo u jeziku mladih, urbanom žargonu, čime se prema Bagiću (2007: 132) izražava iznimna osjećajnost, posebnost i hrabrost mlade generacije. Takvu hiperbolu nalazimo u primjerima „**Todlangweilig**“⁸² (KSD 1, 1, 14), „**totaler Stress**“⁸³ (A 1, 10, 113), „Cool, geradezu **übercool**“⁸⁴ (KSD 1, 5: 73), „Ich hatte **irren Hunger**“⁸⁵ (KS 1, 5, 73) ili „Ich bin **total happy**“⁸⁶ (KSD 2, 2, 28). Osim takvih „mladenačkih“ hiperbola, pronađene su i hiperbole poput „(...) und die **Müllberge** wachsen.“⁸⁷ (KSD 3, 7, 100), „und mein Vater hat Rasierklingen **bis zu seinem Tod**.“⁸⁸ (KSD 2, 5, 70).

Treća po zastupljenosti je metonimija s 40 primjera. Primjeri metonimije su „(...) dem anderen **ins Wort fallen** (...)“⁸⁹ (KSD 1, 5, 70), „Solange du **deine Füße unter unseren Tisch stellst**, musst du gehorchen.“⁹⁰ (KSD 3, 6, 94), „(...) sofern, **das Land das wünscht**.“⁹¹ (KSD 3, 6, 88), „Jedes Jahr **kreiert der Markt** neue Abendteuersportarten (...)“⁹² (KSD 4, 6, 86).

Usporedba je četvrta najčešća figura s 20 pronađenih primjera. Usporedba se nalazi u primjerima „Der (Anzug) passt **wie angegossen**.“⁹³ (KSD 1, 4, 55), „Und heute

⁸⁰ A 2 koristi se kao kratica za *Ausblick 2*.

⁸¹ U međuvremenu se ipak razvio pravi talk-show turizam (...)

⁸² **Nasmrt dosadno.**

⁸³ **Totalni stres.**

⁸⁴ Cool, upravo **precool**.

⁸⁵ Bila sam **ludački gladna**.

⁸⁶ Ja sam **totalno sretna**.

⁸⁷ (...) i **brda smeća** rastu.

⁸⁸ I moj otac ima britvica **dovoljno za do smrti**.

⁸⁹ (...) **upasti drugome u riječ** (...)

⁹⁰ Dok god **stavljaš noge pod naš stol**, moraš slušati.

⁹¹ Dok god to **zemlja želi**.

⁹² Svake godine **tržište kreira** nove vrste pustolovnih sportova.

⁹³ To (odijelo) odgovara **kao saliveno**.

Morgen sah mein Zimmer wieder aus, **als hätte eine Horde Affen darin übernachtet.**⁹⁴” (KSD 1, 5, 73), “Sie (die Geldbörse) ist auch **wie ein Tagebuch.**⁹⁵” (KSD 2, 1, 7), “Schiffs-Oldtimer liegen **märchenhaft wie bei Captain Hook in der Bucht.**⁹⁶” (KSD 3, 6, 84), „(...) hängt sie schon **wie ein Sack** an dir.⁹⁷” (A 1, 4, 49) i “**Wie ein Sommertag** sehe ich aus.⁹⁸” (A 1, 4, 49).

Peta po zastupljenosti s 19 primjera je personifikacija. Personifikacija je izražena u sljedećim primjerima: „(...) Landschaft mit **verträumten Dörfern (...)**⁹⁹ (KSD 1, 3, 36), „Deshalb **wandert die Jacke** schon vor dem Abendessen auf die Stuhllehne.“¹⁰⁰ (KSD 1, 4, 55), „(...) der Hunger **kündigt sich an (...)**¹⁰¹“ (KSD 2, 7, 98), „Die Geschichte ist **etwas mager.**¹⁰²“ (KSD 3, 1, 8), „(...) und (**der Fernseher**) ihm auch **nie widerspreche, sondern ruhig Gesellschaft leiste (...)**¹⁰³“ (KSD 4, 5, 78), „**Schuhe können etwas** über eine Person **verraten.**¹⁰⁴“ (A 1, 4, 46): „**Sein Gedächtnis streikt.**¹⁰⁵” (A 2, 4, 54).

S četrnaest pronađenih primjera šesto mjesto zauzima perifraza. Perifraza za pjegice glasi „(...) Süß, frech oder lustig - so findet man meistens **die kleinen braunen Punkte, die manche Menschen um die Nase haben (...)**¹⁰⁶” (KSD 1, 8, 113). Perifrazu za Hamburg nalazimo u primjeru “Das Wahrzeichen **der Hansestadt (...)**¹⁰⁷” (KSD 3, 6, 84), a perifrazu za slavnog njemačkog leksikografa Konrada Dudena u primjeru “**Der Begründer einheitlicher deutscher Schreibweise**, der am 1. August 1911 in Wiesbaden starb (...)¹⁰⁸”. U primjeru “**Der größte Wasserfall Europas, 23 Meter hoch und irre**

⁹⁴ “I danas ujutro je moja soba izgledala **kao da je u njoj prenočila horda majmuna.**

⁹⁵ On (novčanik) je **kao dnevnik.**

⁹⁶ Oldtimer-brodovi leže bajkovito **kao kod kapetana Kuke u zaljevu.**

⁹⁷ Već visi **kao vreća** na tebi.

⁹⁸ Izgledam **kao ljetni dan.**

⁹⁹ Krajolik sa (...) **sanjarskim selima.**

¹⁰⁰ Zato **jakna šeta** do naslona stolice već prije večere.

¹⁰¹ **Glad se najavljuje.**

¹⁰² **Priča je malo mršava.**

¹⁰³ (...) i **televizija mu** nikada **ne proturječi, nego mirno radi društvo.**

¹⁰⁴ **Cipele mogu odati nešto** o nekoj osobi.

¹⁰⁵ Njegovo pamćenje štrajka.

¹⁰⁶ Slatke, drske ili vesele – tako se najčešće smatra **male smeđe točke, koje neki ljudi imaju oko nosa.**

¹⁰⁷ Obilježje hanzeanskog grada (...)

¹⁰⁸ **Utemeljitelj jedinstvenog načina pisanja na njemačkom jeziku** koji je umro 1. kolovoza u Wiesbadenu (...)

breit, einfach gradios!¹⁰⁹” (A 2, 10, 108) nalazi se primjer za vodopad rijeke Rajne.

Sedmo mjesto s deset nađenih primjera zauzima antiteza, odnosno u jednu skupinu ubrajane su antiteza riječi i antiteza rečenica. Antiteza riječi nalazi se u primjerima “(der Weg) der **sowohl verbindet als auch trennt**¹¹⁰” (A 1, 1, 15). “Bei frühlingshaftem Wetter treffen bei den Arkaden **jung und alt, Punks und Yuppies...**”¹¹¹ (KSD 3, 6, 84), “**Wasser und Feuer**¹¹²” (KSD 3, 3, 44). Antiteza rečenica nalazi se u primjeru (...) **Manche teilen das Geld gut ein. Manche kommen mit ihrem Geld nicht aus.** (...) ¹¹³” (KSD 2, 5, 68).

Sinegdoha sa šest primjera zauzima osmo mjesto i pojavljuje se u primjerima “Schutzhunde wie Schäferhunde, Rottweiler, Dobermann und Bullterrier gehören **in erfahrene Hände** (...) ¹¹⁴” (KSD 2, 6, 87) ili “Mann muss raus aus **den vier Wänden** (...) ¹¹⁵” (KSD 4, 5, 70), “Zu diesem Zeitpunkt ist fast ein Drittel des staatlichen Territoriums **in serbischer Hand.** ¹¹⁶” (KSD 4, 7, 97). U udžbeniku *Ausblick 2* (3, 35) nalazi se primjer sinegdohe “Ein gutes Buch will man nicht **aus der Hand legen.** ¹¹⁷”.

Nakon sinegdohe s četiri pojavljivanja, na devetom mjestu je eufemizam koji se nalazi u primjerima “Hunde dürfen nicht überall ihr **Geschäft machen.** ¹¹⁸” (KSD 2, 6, 85) koji se pojavljuje u tekstovima o kućnim ljubimcima te “Man fährt **in fröhlicher Stimmung.** ¹¹⁹” (KSD 3, 2, 25) gdje je veselo raspoloženje ublažen izraz za pripitost. U tekstu, u kojem jedna djevojka govori o svome izgledu, pojavljuje se eufemizam “Ich bin selbst **ein bisschen pummelig** (...) ¹²⁰” (A 2, 4, 51).

Na desetom mjestu nalazi se litota s tri primjera koja glase “Die Schule im

¹⁰⁹ “**Najveći vodopad Europe, 23 metra visok i ludo širok**, jednostavno veličanstven!

¹¹⁰ “(put) koji i povezuje i razdvaja.

¹¹¹ Kada je vrijeme proljetno, nalaze se kod arkada **mladi i stari, pankeri i jappyiji.**

¹¹² (...) **Vatra i voda** (...)

¹¹³ “**Neki dobro podijele novac. Neki ne mogu sa svojim novcem izaći na kraj.**”

¹¹⁴ Psi čuvari poput ovčara, rotvajlera, dobermana i bulterijera pripadaju **iskusnim rukama.**

¹¹⁵ Mora se van iz **četiri zida** (...)

¹¹⁶ U tome trenutku je skoro četvrtina državnog teritorija **u srpskim rukama.**

¹¹⁷ Dobru knjigu se ne želi **spustiti iz ruke.**

¹¹⁸ Psi ne smiju posvuda **obavljati svoj posao** (nuždu).

¹¹⁹ Vozi se **u veselom raspoloženju.**

¹²⁰ “I ja sam sama **pomalo punašna** (...)”

Sommer kann **ganz schön stressig** sein.¹²¹ (KSD 1, 8, 113), (...) und **nicht wenige** Verweigerer stellen nach ein paar Wochen fest (...) ¹²² (KSD 4, 5, 77) i “Meine Eltern **sind nicht gerade begeistert** (...) ¹²³” (A 1, 3, 30).

Dvanaesto mjesto s jednim primjerom dijele antimetabola, antonomazija, asteizam i pretericija. Antimetabola se pojavljuje u primjeru “**Nicht alles, was man tun muss, um eine Fremdsprache zu erlernen, macht Spaß, doch vieles, was Spaß macht, kann auch für das Sprachenlernen nützlich sein.** ¹²⁴” (KSD 3, 4, 58). Antonomazija je figura koja zahtijeva bogato predznanje, poznavanje kulture i povijesti kako bi se moglo prepoznati o čemo, odnosno o kome je riječ. Time je moguće objasniti i činjenicu da nije pronađena nijedna parafraza. Antonomazija za njemačkog pisca Heinricha Bölla nalazi se u rečenici “Als **guter Mensch von Köln** wurde er gerühmt (...) ¹²⁵” (KSD 4, 6, 92). Pronađeni asteizam glasi “Das Essen hat **verdammst gut** geschmeckt. ¹²⁶” (KSD 3, 6, 86) i pretericija “**Und über die Nächte unter dem Sternenhimmel red` ich jetzt mal gar nicht - den vermisste ich in der Stadt wirklich.** ¹²⁷” (A 2, 6, 75).

U tekstovima su pronađene brojne leksikalizirane katakreze koje nemaju afektivno i poetično djelovanje te zbog toga nisu uzimane u obzir. Primjeri leksikaliziranih katakreza su: “In der Mitte Deutschlands **liegt** das Bundesland Hessen. ¹²⁸” (KSD 1, 1, 16), “Die Schweiz **liegt** mitten in Europa. ¹²⁹” (KSD 1, 3, 36), “An zweiter Stelle **steht die Karriere** (...) ¹³⁰” (KSD 4, 6, 84).

Od odabranih figura nisu pronađeni paradoks, oksimoron, parafraza i pleonazam. Smatram da se nisu pojavile zato što su presložene za tekstove u udžbenicima, koji trebaju prije svega biti jasni i ne zbunjivati učenike.

¹²¹ Škola ljeti može biti **baš lijepo stresna**.

¹²² I **ne malo** zagovornika utvrdi nakon par tjedana (...)

¹²³ Moji roditelji **nisu baš oduševljeni**.

¹²⁴ **Nije zabavno sve što se mora učiniti kako bi se naučio strani jezik, ali puno toga što je zabavno, može biti korisno za učenje stranog jezika.**

¹²⁵ Bio je hvaljen kao **dobar čovjek iz Kölna**.

¹²⁶ Jelo je prijalo **prokleta dobro**.

¹²⁷ **I o noćima pod zvjezdanim nebom uopće neću uopće sada govoriti – one mi u gradu zaista nedostaju.**

¹²⁸ U sredini Njemačke **leži** Savezna Republika Hessen.

¹²⁹ Švicarska **leži** u sredini Europe.

¹³⁰ Na drugom mjestu **stoji** karijera.

U udžbeniku *Kontakssprache Deutsch 1 neu* u lekciji broj 5 na stranici 77. eksplicitno se podučavaju sljedeće figure: “Mit dem Kopf durch die Wand.¹³¹”, “Ein Elefant im Porzellanladen.¹³²”, “Die großen Fische fressen die kleinen.¹³³” i “Die Katze im Sack kaufen.¹³⁴”. U trećoj lekciji (KSD 2) se u zadatku treba povezati idiomatski izraz s objašnjenjem kao u primjeru: “Es kann ins Auge gehen! – “Sei vorsichtig, die Sache ist gefährlich!¹³⁵”. I u šestoj lekciji (ibid.) podučavaju se životinje u idiomatskim izrazima kao u primjerima: “Hast du Bärenhunger? Hast du ein Elefantengedächtnis? Hast du schon einmal jemandem einen Floh ins Ohr gesetzt?¹³⁶”. U udžbenicima *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick 2* ne pojavljuju se takve vrste zadataka. Smatram da je vrlo pozitivno što autori udžbenika prepoznaju povezanost figura i obrađivanih tematskih područja te ih uvrštavaju u udžbenik.

¹³¹ “Glavom kroza zid.“

¹³² „Slon u staklarni.“

¹³³ “Male ribe jedu velike.“

¹³⁴ “Kupiti mačka u vreći.“

¹³⁵ Moglo bi krivo krenuti! – Budi oprezan, stvar je opasna!”

¹³⁶ Jesi li gladan kao vuk? Imaš li slonovsko pamćenje? Jesi li već nekome stavio bubu u uho?

5.4.2. Odnos didaktičkih i književnih tekstova

Za potrebe rada obrađeno je 206 didaktičkih tekstova koji obuhvaćaju 127,25 stranica, od čega je 125 tekstova iz udžbenika *Kontaktsprache Deutsch 1-4 neu*, a 81 tekst iz udžbenika *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick 2* (vidi tablicu 2).

Tablica 2. Broj didaktičkih tekstova i stranica obrađenih tekstova prema udžbenicima

Udžbenik:	Broj didaktičkih tekstova:	Broj stranica obrađenog teksta:
<i>Kontaktsprache Deutsch 1-4 neu</i>	125	71
<i>Ausblick 1 Brückenkurs</i> i <i>Ausblick 2</i>	81	56,25
<i>Omjer udžbenika</i>	61% <i>Kontaktsprache Deutsch 1-4 neu</i>	55,8% <i>Kontaktsprache Deutsch 1-4 neu</i>

Iz tablice 2 vidljivo je da je 61% obrađenih didaktičkih tekstova iz udžbenika *Kontaktsprache Deutsch 1-4 neu*, čime je i veći broj obrađenih stranica također iz tog niza udžbenika, što nije od značaja zato što je ukupan broj obrađenih stranica u odnosu na drugi niz udžbenika veći samo za 14,75 stranica.

Tablica 3. Odnos didaktičkih i književnih tekstova

Razred:	Broj stranica didaktičkih tekstova:	Broj stranica književnih tekstova:	Udio književnih tekstova u odnosu na didaktičke tekstove
1.	29,25	2,25	7,00%
2.	24	8,5	35%
3.	33,5	10,5	31%
4.	40,5	21,5	53%
Ukupno:	127,25	42,75	31,5%

U tablici 3. prikazan je odnos didaktičkih i književnih tekstova u oba kompleta udžbenika. Obrađivani su samo pisani didaktički tekstovi, dok zvučni nisu, osim onih koji su se pojavljivali i u zvučnom i pisanom obliku. U oba oblika pojavljuju se tri teksta i to u udžbenicima *Kontaktsprache Deutsch 2 i 3 neu* i obuhvaćaju ukupno 8 tekstova i 11,25 stranica teksta.

Unutar ukupnog korpusa pronađeno je 56 književnih tekstova koji imaju ukupno 42,75 stranica. Ukupan udio književnih tekstova u odnosu na didaktičke tekstove iznosi 31,5%. Broj književnih tekstova značajno raste u drugom razredu u odnosu na prvi. U trećem razredu je podjednak broju u drugom razredu, dok u četvrtom razredu broj književnih tekstova ponovno značajno raste u odnosu na drugi i treći razred. Najveći udio književnih tekstova je u četvrtome razredu, odnosno čak malo više od polovice (53%), što je moguće objasniti time da je to razred u kojem je jezična kompetencija trebala dostići najvišu predviđenu razinu čime se povećava kompleksnost samih tekstova.

5.4.3. Količina figura u didaktičkim tekstovima

Stranica didaktičkog teksta u prosjeku sadrži 2,73 figure, dakle malo manje od tri figure po stranici teksta (vidi tablicu 4).

Tablica 4. Udio figura u didaktičkim tekstovima

Razred:	Broj stranica didaktičkih tekstova:	Broj figura:	Prosječan broj figura po stranici teksta:
1.	29,25	68	2,32
2.	24	71	2,95
3.	33,5	118	3,31
4.	40,5	96	2,37
Ukupno/prosječno:	127,25	353	2,73

Hipoteza istraživanja bila je da će broj figura rasti u svakome razredu u odnosu na prethodni, što rezultatima analize nije potvrđeno, odnosno broj figura po stranici didaktičkog teksta neznatno je rastao u drugom i trećem razredu i u četvrtome razredu pao za jednu figuru po stranici teksta (s 3,31 na 2,37). Pretpostavka da su stilske figure u malom broju zastupljene u didaktičkim nastavnim tekstovima udžbenika za njemački kao strani jezik potvrdila se činjenicom da u prosjeku stranica teksta sadrži manje od tri figure (2,73). Ako rezultate rada usporedim s rezultatima rada „Retorički tropi u dnevnim novinama“ (Runjić-Soilova, u objavi), u kojem su pronađena 964 tropa na 2364 stranice dnevnih novina, mogu zaključiti da je prosječan broj figura po stranici publicističkog teksta manji, odnosno iznosi 0,4 figure po stranici dnevnog tiska. Manji broj pronađenih figura može se pojasniti činjenicom da su istraživani samo tropi, dok je u ovome radu istraživan veći broj figura, primjerice figure konstrukcije i figure misli. U oba rada figura

s najvećim brojem pronađenih primjera je metafora¹³⁷. Također je malen broj pronađenih antonomazija, odnosno u ovome radu je pronađena samo jedna, dok u analizi tropa u dnevnim novinama antonomazija obuhvaća samo 3% pronađenih primjera.

Ako broj figura pronađenih u radu usporedim s brojem figura u govoru Vlade Gotovca (Filipović, 2007: 174), u kojem je na dvije stranice teksta pronađeno 30 figura, odnosno prosječno 15 figura po stranici teksta, dolazim do zaključka da je taj tekst obiluje figurama, odnosno ima 5 puta više figura po stranici teksta nego didaktički tekst. U radu „Retorički tropi predsjedničke kampanje 2009/2010“ (Runjić-Stoilova/Stanković, 2011) najčešća figura je također metafora. Pronađen je ukupno 261 trop u tri televizijske debate. U radu nije navedena količina teksta u kojem se pojavljuje taj broj figura, tako da se ne mogu usporediti prosječne vrijednosti obaju radova. Hiperbola, karakteristična za govor mladih, druga je načešće pronađena figura ovoga rada. Paradoks, oksimoron i pleonazam nisu nijednom pronađeni, a perifraza i parafraza ima u malome broju ili ih uopće nema zato što zahtijevaju predznanje i dodatno promišljanje značenja, što ne odgovara razini znanja učenika.

Ako se analizira broj figura u didaktičkim tekstovima svakog udžbenika posebno po razredu dolazi se do podataka da *Kontaktsprache Deutsch 1, 2, 3 i 4 neu* ima ukupno 205 figura (vidi tablicu 5), a *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick 2* sadrže 148 figura (vidi tablicu 6).

Tablica 5. Količina figura u udžbenicima *Kontaktsprache Deutsch 1, 2, 3, 4 neu*

Udžbenik:	Broj stranica:	Broj figura:	Prosječan broj figura po stranici teksta:
KSD 1	17	39	2,29
KSD 2	15	43	2,86
KSD 3	18,5	73	3,94
KSD 4	20,5	50	2,43
Ukupno:	71	205	2,88

¹³⁷ U ovome radu metafori pripada 49% pronađenih primjera, a u radu Runjić-Soilove 50%.

Tablica 6. Količina figura u udžbenicima *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick 2*

Udžbenik:	Broj stranica:	Broj figura:	Prosječan broj figura po stranici teksta:
A1a	12,5	29	2,32
A1b	9	28	3,11
A2a	15	45	3,00
A2b	20	46	2,3
Ukupno:	56,5	148	2,68

Ako se uspoređi prosječan broj figura po stranici didaktičkog teksta obaju nizova udžbenika (vidi tablicu 7), može se zaključiti da taj omjer ne varira značajno u odnosu na udžbenik, štoviše podjednaki su i iznose manje od tri figure po stranici teksta. Udžbenici *Kontaktsprache Deutsch 1, 2, 3 i 4 neu* imaju u ukupnome zbroju više figura od udžbenika *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick 2*, zato što ima i veći broj obrađenih stranica didaktičkih tekstova, ali prosječno po stranici teksta imaju približno jednak broj figura, odnosno U udžbenicima *Kontaktsprache Deutsch neu* broj figura po razredu neznatno varira, kao i u udžbenicima *Ausblick 1 Brückenkurs* i *Ausblick*. U budućim istraživanjima moguće je analizirati preostale odobrene udžbenike za njemački kao prvi strani jezik u gimnazijama i četverogodišnjim srednjim školama kako bi se moglo utvrditi je li toliki omjer figura po stranici teksta općenito obilježje didaktičkih tekstova udžbenika.

Tablica 7. Količina figura u didaktičkim tekstovima dvaju udžbenika

Udžbenik:	Prosječan broj figura po stranici teksta:	Udžbenik:	Prosječan broj figura po stranici teksta:
KSD 1	2,29	A1a	2,32
KSD 2	2,86	A1b	3,11
KSD 3	3,94	A2a	3,00
KSD 4	2,43	A2b	2,3
Ukupno:	2,88	Ukupno:	2,68

6. Zaključna rasprava

U ovome radu analiziran je broj stilskih figura po stranici didaktičkog teksta u odabranim udžbenicima za njemački kao prvi strani jezik u četverogodišnjim srednjim školama u Hrvatskoj. Korpus čine udžbenici *Kontaktsprache Deutsch 1 neu*, *Kontaktsprache Deutsch 2 neu*, *Kontaktsprache Deutsch 3 neu* i *Kontaktsprache Deutsch 4 neu* te udžbenici *Ausblick 1 Brückenkurs*, koji u jednom svesku sadrži nastavno gradivo prvih i drugih razreda gimnazija te *Ausblick 2* koji sadržava gradivo trećih i četvrtih razreda. Unutar korpusa pronađene su ukupno 353 figure u ukupno 206 didaktičkih tekstova, na ukupno 127,25 stranica teksta. Najzastupljenija figura je metafora s ukupno 173 primjera (49% pronađenih primjera), što se podudara s rezultatima radova Runjić-Stoilović (u objavi) i Runjić-Stoilović/Stanković (2011), u kojima je metafora također najčešća figura. Osim metafore, figure s najviše primjera su hiperbola (58 primjera), metonimija (40 primjera), usporedba (20 primjera) i personifikacija (19 primjera).

Analizom je utvrđeno da prosječan broj figura po stranici didaktičkog teksta iznosi 2,73 figure, čime je potvrđeno da je broj figura u didaktičkim tekstovima malen. Dobivena vrijednost je prosječno veća od one dobivene analizom retoričkih tropa u hrvatskim dnevnim novinama (Runjić-Stoilović, u objavi), gdje broj figura prosječno iznosi 0,4 figure po stranici hrvatskih dnevnih novina, stime da treba napomenuti da su u tome obrađivani isključivo tropi, a ne figure konstrukcije i misli, kao u ovome radu. S druge strane, broj figura po stranici didaktičkog teksta 5 puta je manji u odnosu na prosječan broj figura po stranici teksta koji u govoru Vlade Gotovca iznosi 15 po stranici teksta (Filipović, 2007: 174).

Hipoteza rada da će broj stilskih figura rasti proporcionalno razredu koji je obrađivan nije potvrđena, zato što broj figura u odnosu na razred varira od 2 do 3 po stranici teksta, što nije značajno. Unutar samog korpusa broj figura varira ovisno o tekstnoj vrsti, tako da u deskriptivnom tekstu *Vielfalt auf kleinem Raum* udžbenika *Kontaktsprache Deutsch 1 neu* (KSD 1, 3, 36) nema niti jedne figure, dok se u istom udžbeniku u narativnom tekstu *Vom Umgang mit Erwachsenen* (KSD 1, 5, 73) nalazi čak

sedam figura. Prosječan broj figura po stranici didaktičkog teksta obaju nizova udžbenika ne razlikuje se značajno, približan je su i iznosi manje od tri figure po stranici teksta.

Unutar korpusa nisu analizirani književni tekstovi. Pronađeno je ukupno 56 književnih tekstova na 42,75 stranica. U odnosu na cijeli korpus udio književnih tekstova iznosi 31,5%. Udio književnih tekstova rastao je sa 7% u prvome razredu do 53% u četvrtome razredu, dakle značajno se povećava, čime se povećava i broj figura za koje se pretpostavlja da su prisutne u tim tekstnim vrstama. Ovim radom želim potaknuti profesore i profesorice njemačkog kao stranog jezika da pri susretu s figurom unutar teksta pojasne učenicima o kakvoj se strukturi radi te ih pripreme na receptivnoj razini za budući rad. U višim godinama učenja njemačkog kao stranog jezika može se vezano uz tematiku koja se obrađuje i u odgovarajućem kontekstu obraditi par figura koje se često mogu čuti u svakodnevnoj komunikaciji, čime će učenici, čak i ako ne usvoje izraz na produktivnoj razini, lakše prepoznati ga i razumijeti.

Korpus:

- 1) Fischer-Mitzivris, A./Papanikolaou, S., (2009), *Ausblick 1 Brückenkurs*, Hueber Verlag, Ismaning
- 2) Fischer-Mitzivris, A., (2009), *Ausblick 2*, Hueber Verlag, Ismaning
- 3) Häusler, M./Kern-Francetić, D., (1999), *Kontaktsprache Deutsch 1 Neu*, Školska knjiga, Zagreb
- 4) Häusler, M./Kern-Francetić, D., (2000), *Kontaktsprache Deutsch 2 Neu*, Školska knjiga, Zagreb
- 5) Häusler, M./Bračun M./Kovačić, D., (2001), *Kontaktsprache Deutsch 3 Neu*, Školska knjiga, Zagreb
- 6) Häusler, M., (2004), *Kontaktsprache Deutsch 4 Neu*, Školska knjiga, Zagreb

Literatura:

1. Bagić, K: (2008), „Retorika i politika hiperbole“, u: Češi, Marjana i Barbaroša-Šikić, Mirela (ur.), *Jezik, književnost i mediji u nastavi hrvatskoga jezika*, Naklada Slap i Agencija za odgoj i obrazovanje, Zagreb, str. 122-135.
2. Baur, R./Chlosta, C. (1996), "Welche Übung macht den Meister?", u: Bimmel, P. i sur., *Fremdsprache Deutsch, Zeitschrift für die Theorie und Praxis, Redewendungen und Sprichwörter*, br. 2, München, Klett Verlag.
3. Benčić, Ž: (1995), „Antonomazija“, u: Ž. Benčić i D. Fališevac, *Tropi i figure*, Zavod za znanost o književnosti, Zagreb, str. 189-221.
4. Brozović-Rončević, D: Žic-Fuchs, M: (2003/2004) „Metafora i metonimija u kao poticaj u procesu imenovanja.“, u: *Folia onomastica Croatica*. 12/13, str. 91-104.
5. Czapla, B. (2003), „Pleonasmus“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 6, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 1286-1287.
6. Čatić, I: (2009), „Psalam 1: problemi i mogućnost interpretacije“, u: *Diacovensia*, Vol.24 No.2, str. 233-256.
7. Detken, A. (2003), „Periphrase“, u: G.Ueding i sur. (ur.), „*Historisches Wörterbuch der Rhetorik*“, svezak 6, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 765-770.
8. Dietl, C. (1996) „Euphemismus“, u: G.Ueding i sur. (ur.), „*Historisches Wörterbuch der Rhetorik*“, svezak 3, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 1.-9.
9. Edelhoff, C. (1985), „Authentische Texte im Deutschunterricht: Einführung und Unterrichtsmodelle“, Hueber Verlag, München.
10. Eggs, E. (2001), „Metonymie“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 5, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 1196-1223.
11. Ekkehard, E. (2001), „Metapher“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 5, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 1099-1183.
12. Filipović, I. (2007), „Analiza govora Vlade Gotovca „Generali, Hrvatska se ne boji“, u: Ivas, I./Škarić, I., *Razgovori o retorici*, FF-press, Zagreb, str. 153-176.
13. Gjurjan-Coha i A: Pavlović, Lj., (2009), „Elementi reklamne retorike u hrvatskim reklamama“, u: *FLUMINENSIA: časopis za filološka istraživanja*, Vol.21 No.1, str. 41-54.

14. Glovacki-Bernardi, Z: (2004), „O tekstu“, Školska knjiga, Zagreb.
15. Grgić, A. i Nikolić, D: (2011): „Upotreba i prepoznavanje antonomazija – usporedba mlađih i starijih govornika“, u: „Govor XXVIII: Časopis za fonetiku“, svezak 1, Odjel za fonetiku Hrvatskog filološkog društva, Zagreb, str. 25.-43.
16. Grosse, E. U., (1974): „Texttypen: Linguistik gegenwärtiger Kommunikationsakte, Theorie und Deskription“, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart.
17. Hambsch, B. (1992), „Antimetabole“, u: G.Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 1, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 708-712.
18. Hartmann, V. (2008), „Personifikation“, u: G.Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 6, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 810-813.
19. Heyd, G: (1990), „Deutsch lehren: Grundwissen für den Unterricht in Deutsch als Fremdsprache“, Moritz Diesterweg, Frankfurt am Main.
20. Hilzinger, K. H. (2007) „Antonomasie“, u: D. Burdof i sur. (ur.), *Metzler Lexikon Literatur*, Stuttgart, Verlag J. B. Metzler, str. 36.
21. Kilian, J. (2003), „Paraphrase“, u: G.Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 6, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 556-561.
22. Koch, P. (2009), „Synekdoche“, u: G.Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 9, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 356-365.
23. Kühn, P. (1996), "Redewendungen – nur im Kontext!", u: Bimmel, P. i sur., *Fremdsprache Deutsch, Zeitschrift für die Theorie und Praxis, Redewendungen und Sprichwörter*, br. 2, München, Klett Verlag.
24. Lakoff, G, Johnson, M: (2004), „Leben in Metaphern : Konstruktionen und Gebrauch von Sprachbildern“, Carl-Auer-Systeme, Heidelberg.
25. Lukenda, M: (2011), „Govorničke i stilske figure u poeziji i putopisima fra Ivana Franje Jukića“, u: *Rasprave Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje*, Vol.36 No.1, str. 33-46.
26. Mikulić, G: (1992), „O razumijevanju poslovice“, u: *Studia ethnologica Croatica*, Vol.3 No.1, str. 145-159.
27. Moennighoff, B. (2007) „Paradoxon“, u: D. Burdof i sur. (ur.), *Metzler Lexikon Literatur*, Stuttgart, Verlag J. B. Metzler, str. 568-569.
28. Moennighoff, B. (2007) „Rhetorische Frage“, u: D. Burdof i sur. (ur.), *Metzler Lexikon Literatur*, Stuttgart, Verlag J. B. Metzler, str. 653.

29. Moennighoff, B. (2007) „Vergleich“, u: D. Burdof i sur. (ur.), Metzler Lexikon Literatur, Stuttgart, Verlag J. B. Metzler, str. 802.
30. Naschert, G. (1998), „Hyperbel“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 4, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str.115-122.
31. Neuber, W. (2001), „Litotes“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 5, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 376-378.
32. Neumann, U: G. (1998), „Katachrese“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 4, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 911-914.
33. Neuner, G: Krüger, M: Grewer, (1985), *Übungstypologie zum kommunikativen Deutschunterricht*, Berlin, Langenscheidt.
34. Neumeyer, M. (2003), „Paradoxe“, u: G. Ueding i sur. (ur.), „*Historisches Wörterbuch der Rhetorik*“, svezak 6, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 516-522.
35. Runjić-Stoilova, A., (u objavi), „Retorički tropi u hrvatskim dnevnim novinama“, u: Zbornik Filozofskog fakulteta u Splitu.
36. Runjić-Stoilova, A./Stanković, D. (2011), „Rhetorical tropes in the presidential campaign 2009/2010 in Croatia“, u: *Rhetoric in Society III*, Antwerpen, Belgija, sijecanj 2011 (u objavi).
37. Schenkeveld, D. (1992), „Asteismus“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 1, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 1129-1134.
38. Scheuer, H. J. (2003), „Oxymoron“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 6, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str. 469-475.
39. Schweikle, G. (2007), „Paralipse“, u: D. Burdof i sur. (ur.), Metzler Lexikon Literatur, Stuttgart, Verlag J. B. Metzler, str. 570.
40. Solar, Milivoj, (1977), „Teorija književnosti“, Školska knjiga, Zagreb.
41. Solmecke, G: (1997), „Texte hören, lesen und verstehen: eine Einführung in die Schulung der rezeptiven Kompetenz mit Beispielen für den Unterricht Deutsch als Fremdsprache“, A. Henn Verlag, Berlin.
42. Škarić, I. (2003), *Temeljni suvremenog govorništva*, Zagreb, Školska knjiga.
43. Škreb, Z: Stamać, A: 1998, „Uvod u književnost“, Nakladni zavod Globus, Zagreb.
44. Villwock, J. (1992), „Antithese“, u: G. Ueding i sur. (ur.), *Historisches*

- Wörterbuch der Rhetorik*, svezak 1, Tübingen: Max Niemeyer Verlag, str.722-749.
45. Werlich, Egon, (1975), „Typologie der Texte“, Quelle&Meyer, Heidelberg.
46. Zimmerman, Klaus, (1978), „Erkundungen zur Texttypologie“, TBL Verlag Gunter Narr, Tübingen.
47. Žic Fuchs, M. (1991), „Metafora kao odraz kulture.“, u: Zbornik radova „prožimanje kultura i jezika“, Hrvatsko društvo za primijenjenu lingvistiku. str. 27-33.
48. Žic Fuchs, M. (1992/1993). „Konvencionalne i pjesničke metafore.“, u: Filologija. 20/21, 585-593.

Internetski izvori:

1. Algoritam Multimedia, (2003), *Ausblick 1 Brückenkurs*, <http://www.algoritam.hr/?m=2&p=proizvod&kat=678&id=131784>, posljednji put pristupljeno 25. travnja 2012.
2. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, (2012), *Katalog obveznih udžbenika i pripadajućih dopunskih nastavnih sredstava za osnovnu školu, gimnazije i srednje strukovne škole u školskoj godini 2010./2011. i 2011./2012.*: <http://public.mzos.hr/Default.aspx?art=9994&sec=2354>, posljednji put pristupljeno 20.04.2012.
3. Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, (2012), *Nastavni plan i program za osnovnu školu*: public.mzos.hr/lgs.axd?t=16&id=14181, zadnji put pristupljeno 20.06.2012.
4. Profil Multimedia, (2008), *Kontaktsprache Deutsch 1 Neu, udžbenik*, <http://www.profil.hr/knjiga/kontaktsprache-deutsch-1-neu-udzbenik/31031/>, posljednji put pristupljeno 25.04.2012.

Sažetak

Ovaj diplomski rad analizira stilske figure u nastavnim didaktičkim tekstovima udžbenika za njemački kao prvi strani jezik za četverogodišnje srednje škole u Hrvatskoj. Cilj istraživanja bio je utvrditi koliko su didaktički tekstovi stilski bogati te raste li broj figura proporcionalno stupnju znanja, odnosno razredu srednje škole. Rezultati pokazuju da je broj stilskih figura po stranici didaktičkog teksta prosječno oko 2 do 3 figure po stranici. Broj figura neznatno varira u odnosu na razred, tj. nije potvrđena hipoteza o povećanju broja stilskih figura u didaktičkim tekstovima viših razreda. Figura s najviše pronađenih primjera je metafora (173 primjera), slijede je hiperbola (58 primjera), metonimija (40 primjera), a pronađene su i usporedba, personifikacija, perifraza i antiteza (po 10 do 20 primjera). No, budući da udio književnih tekstova u udžbenicima raste (od 7% u prvom razredu srednje škole, oko 30% u drugom i trećem razredu, do 53% u četvrtom razredu), a za njih pretpostavljamo da sadrže znatno veći broj figura od didaktičkih tekstova ne možemo tvrditi da u udžbenicima nedostaje figura, već samo upućujemo na mogućnost da se u didaktičkim tekstovima i zadacima više pažnje može posvetiti obradi i usvajanju stilskih figura.

KLJUČNE RIJEČI: stilske figure, nastava stranog jezika, njemački kao strani jezik, analiza udžbenika

Summary: Analysis of speech figures in textbooks for teaching german as a foreign language

This thesis analyzes figures of speech in didactic class texts in high school books for german as the first foreign language in Croatia. The aim of this study was to determine the number of figures of speech in the whole corpus and to find out if the number of figures of speech grows proportionally to level of language competence that is to the high school grade. The purpose of this paper is to determine if the class texts are stylistically rich or they lack of such expressions. The hypothesis that the number of speech figures increases in higher high school grades was not confirmed, because the results show that the number of figures of speech in didactic school texts varies insignificantly considering the level of speech competence and is in average from two to three speech figures pro text page. The speech figure with the highest number of found examples is the metaphor (173 examples), followed by hyperbole (58 examples) and metonymy (40 examples). Other found speech figures are comparison, personification, periphrasis and antithesis. But, considering that the allotment of literary texts in high school books, which are considered to contain a significantly larger number of speech figures than didactic texts, grows (from 7% in the first high school grade, amounts around 30% in the second and third grade and 53% in the fourth grade), we can not claim that the high school books lack of speech figures. We want only to point out that more attention can be given to processing and learning the speech figures in the didactic texts and exercises.

KEY WORDS: Speech figures, foreign language teaching, German as a foreign language, textbook analysis