

DISKURZUSHIBRIDIZÁCIÓ A TUDOMÁNYOS SZÖVEGEK CÍMADÁSÁBAN

HYBRIDIZATION OF DISCOURSE IN THE TITLES OF ACADEMIC PAPERS

RÁSI SZILVIA¹

Absztrakt: Napjainkban a tudományos írás (*academic writing*) mint kutatási terület egyre nagyobb szerepet kap a tudományos diskurzusban, különösen nemzetközi szintén. Ezzel szemben a tudományos írás szerves részét képező címadásról mind nemzetközi (MERRIL, KNIPPS 2014), mind hazai viszonylatban csekélyebb számú tanulmány (RÁSI 2019) jelent meg. Kutatásom a hazai, tudományos írással kapcsolatos szakirodalmat (GYURGYÁK 2019; VESZELSZKI 2016, 2018; SZABÓ 2001) ebben a tekintetben, a címadási gyakorlatok vizsgálata révén kívánja bővíteni.

A tanulmány arra világít rá, hogy az utóbbi időben a tudományos szövegek címei egyre inkább a figyelemfelkeltés irányába mozdultak el. Az adatok rávilágítanak arra a tényre is, hogy a címadás során diskurzushibridizáció történik, azaz a tudományos szövegeknek a reklám-, illetve az üzleti nyelv szövegeire jellemző nyelvi megoldásokkal való bővülése megy végbe. A vizsgálat arra fókuszál, hogy a címek jellemzően mely kommunikációs funkcióktól távolodnak el, és melyekhez közelítenek. Az elemzésből kirajzolódnak bizonyos tendenciák, irányvonalak – tanulmányomban ezeket kívánom bemutatni.

Kulcsszavak: diskurzushibridizáció, tudományos szövegalkotás, címek

Abstract: Nowadays, academic writing as a research area receives more and more attention in scholarly discourse, especially as regards international literature. However, there is a lower number of studies concerning the giving of titles although this also constitutes an integral part of academic writing (e.g. MERRIL, KNIPPS 2014; RÁSI 2019). This paper is intended to be a contribution to the Hungarian literature on academic writing (GYURGYÁK 2019; VESZELSZKI 2016, 2018; SZABÓ 2001) concerning the authors' title giving practices.

The study reveals that nowadays the titles of academic works increasingly strive to attract the audience's attention immediately. The data show that the hybridization of discourse is present during the process of title giving, which means that academic texts adopt elements of both business language and the language of advertising. The research focuses on which

¹ RÁSI SZILVIA
Eszterházy Károly Egyetem
Neveléstudományi Doktori Iskola
3300 Eger, Eszterházy tér 1.
szilviarasi@gmail.com

* A tanulmány az EFOP-3.6.1-16-2016-00001 – *Kutatási kapacitások és szolgáltatások komplex fejlesztése az Eszterházy Károly Egyetemen* projekt támogatásával jött létre.

discourse functions the titles are moving away from and which functions they are approaching. This paper presents the tendencies that are revealed by the analysis.

Keywords: hybridization of discourse, academic writing, titles

BEVEZETÉS

Napjainkban a nemzetközi tudományos színtereken a tudományos szövegalkotás, illetve azok kutatása (ALTINMAKAS, BAYYURT 2018; AL-KHASAWNEH 2017; TALEBZADEH, SAMAR, KIANY, AKBARI 2013) nagy hangsúlyt kap. Ezzel ellentétben hazánkban a témával foglalkozó kutatások (VESZELSZKI 2016, 2018) száma jóval alacsonyabb. Jelen kutatás a magyarországi szakirodalomhoz kíván csatlakozni egy magyarországi egyetemen végzett vizsgálattal, a tudományos szövegek címadásának jellemzőit kutatva.

A tanulmány egy, a címadás problematikájával foglalkozó kutatás eredményeit mutatja be, rávilágítva azokra a tendenciákra, amelyek a tanárszakos hallgatók címadási szokásaiban vannak jelen. A tanulmány első része az *academic writing* alapvető fogalmait mutatja be. A következő rész az *academic writing* szerves részét képező címadással foglalkozik, amit a diskurzushibridizáció fogalmának ismertetése követ. Ezután az adatgyűjtéshez használt módszer és a minta bemutatása következik.

A kutatás megkezdése előtt feltételeztem, hogy a hallgatók által adott címekre jellemző a diskurzushibridizáció, ami jelen esetben a tudományos diskurzus elmozdulását jelenti egy másik stílus felé. A vizsgálatban összegyűjtött adatok is ezt a hipotézist igazolják.

1. TUDOMÁNYOS SZÖVEGALKOTÁS A FELSOÓKTATÁSBAN

Hazánkban az anyanyelvi tantárgyak esetében jellemző, hogy a pedagógusok a fogalmazástanítás során főleg a retorikus írást tanítják (PINTÉR, MOLNÁR 2017). A magyarországi közoktatásban a forrásalapú írás tanítása csak minimálisan van jelen, pedig ennek alkalmazása nagymértékben hozzájárulna a diákok írásbeli szövegalkotási képességének fejlesztéséhez (PINTÉR, MOLNÁR 2017). A forrásalapú írást a nemzetközi szakirodalomban (KLEIN, BOSCOLO 2016; KIRKPATRICK 2012; LEIJTEN és mtsai. 2013) *writing from sources*-nak nevezik, és a szakirodalmi információkon alapuló írásbeli szövegalkotást értik alatta. SZILASSY (2014) kutatása kimutatta, hogy az érettségizett, felsőoktatási tanulmányaikat megkezdő diákok szövegalkotási képességeiben nagyok a hiányosságok. Ennek (többek között) az az oka, hogy a közoktatás a diákok kommunikációs képességeinek, készségeinek, azon belül is az írásbeli szövegalkotásuknak a fejlesztésére nem fektet kellő hangsúlyt (vö. JÁNK 2015, 2016). Ezzel ellentétben a felsőoktatásban elvárás, hogy a hallgatók tudományos íráskészsége megfelelő legyen ahhoz, hogy képesek legyenek tudományosan megfogalmazott, jól strukturált szövegek megalkotására, amilyen például a szemináriumi dolgozat vagy a szakdolgozat. A hallgatók tudományos íráskészségének fejlesztését célozza meg az *academic writing* kurzus, amely a tudományos szövegszerkesztés elveire épül. A kurzus alapját az akadémiai írás (*academic writing*) és a tudományos írás (*scientific writing*) alkotják, amelyek a források felhasználására épülnek. Ezek a

szövegalkotási formák többségében a felsőoktatásban és a tudományos életben kerülnek alkalmazásra. Az akadémiai írás során a szerző egy adott terület, probléma szakirodalmát tanulmányozza, valamint ezzel kapcsolatosan vet fel újabb gondolatokat (KRUSE 2003), míg a tudományos írás lényege, hogy tájékoztassa az olvasót egy-egy kutatás eredményeiről (STERNBERG, STERNBERG 2010). Bár a két kifejezést a szakirodalom sokszor használja egymás szinonimájaként, PINTÉR és MOLNÁR (2017) abban látják a különbséget, hogy a felsőoktatásban elsődlegesen az akadémiai írás van jelen, mivel a tanulási folyamat során a szakirodalom tanulmányozása, a közös tudásalkotás elsajátítása a cél, ami nagyon jól fejleszthető a szemináriumi dolgozatok írásával. A tudományos írás ezzel szemben már inkább professzionális tevékenység (PINTÉR, MOLNÁR 2017).

2. CÍMEK (CÍMADÁSI SZOKÁSOK, CÍMTÍPUSOK)

A tudományos írás szerves részét képezi többek között a címadás is. A cím a munkák azon része, amellyel az olvasó legelőször találkozik, éppen ezért egy jól megfogalmazott cím olvasók százainak keltheti fel a figyelmét, míg egy rosszul megválasztott címmel vagy rengeteg olvasót veszít el a szerző, vagy sosem jut el a szöveg a célközönséghez (DAY 1995). A cím egyik leglényegesebb feladata tehát az, hogy a szövegre irányítsa a figyelmet, szemléltesse a szerző attitűdjét, illetve kiemelje a szöveg lényegét (DOMONKOSI 2016; TOMESZ 2015; TOLCSVAI 2001; SZABÓ 2001). SZIKSZAINÉ (1999) a címadás további céljai közé sorolja a leltározás elősegítését és az azonosítást is.

A cím szöveghez való viszonya lehet *deiktikus*, *metonimikus* és *kataforikus*. Amikor a cím rámutat a szövegre, *deiktikus* viszonyról beszélünk, amikor pedig maga a cím képviseli a szöveget, akkor *metonimikus* viszonyról van szó (TOLCSVAI 2001). A figyelemfelkeltés mellett a cím további lényeges feladata a *kataforikus szerep* betöltése (SZIKSZAINÉ 1999), ami azt jelenti, hogy már előzetesen informálja az olvasót a címet követő szövegről.

Kemény Gábor felosztásában (KEMÉNY 1985) a szövegszerveződési és a stilisztikai szempontok érvényesülnek. Tipológiájának alapja, hogy a sajtócímek hogyan kapcsolódnak a szöveg nyitó és/vagy záró motívumaihoz. Négy csoportot hozott létre:

1. nyitás = cím. Ennél a típusnál a szöveg nyitórésze megegyezik a címmel, illetve folytatja a címben felvetett ötletet.
2. zárás = cím. Ezek a típusú címek a szöveg végére, a befejezésre utalnak.
3. nyitás = zárás $\neq$ cím. Itt a címben nem történik utalás sem a felütésre, sem a befejezésre, hanem mintegy keretet alkotva a szöveg nyításában és zárásában is ugyanaz a kép szerepel.
4. nyitás = zárás = cím. Ebben az esetben megegyezik a szöveg nyitó- és zárórésze és a cím is.

A címeket SZIKSZAINÉ (1999) alapvetően négyféle kategóriába sorolja: *témamegjelölő cím*, *címkeszerepű cím*, *reklámszerepű cím* és *műfajjelölő cím*. A témamegjelölő cím egyértelmű utalást tesz a szöveg tartalmára. Ezekből a típusú címekből azonnal

kiderül az írás témája, tehát ezek a leginformatívabbak. A címkeszerepű címek jellegzetessége a rövidség, mivel ebben az esetben általában egy- vagy kétszavas címekről van szó. A címek ezen típusánál gyakori a hangulatkeltő jelleg, szinte hasonlóan címkézik fel a szöveget, mint a boltokban az árut. A reklámszerepű cím legfőbb feladata a hatásvadászat, az olvasó figyelmének felkeltése. Az utolsó csoportba a műfajmegjelölő címek tartoznak: lényegük, hogy azonnal kiderüljön belőlük az írás műfaja (SZIKSZAINÉ 1999). Bár vannak olyan címek, amelyek egyértelműen besorolhatók az egyik, vagy a másik csoportba, SZABÓ (2001) a cím funkciói között egyszerre jelöli meg a tartalom kifejezését, az olvasó érdeklődésének felkeltését, a szerző véleményének kifejezését az adott témáról és a cikk megnevezését is. Összességében szerintem tehát az a jó cím, amelyben a fent említett címtípusok bizonyos mértékben ötvözve vannak. Természetesen egy-egy cím megalkotását a tartalom, témán kívül nagy mértékben befolyásol(hat)ják egyéb tényezők is, mint például az írásmű műfaja, a megjelenés országa, nyelve stb.

3. DISKURZUSHIBRIDIZÁCIÓ

Az előző fejezetben felsorolt legáltalánosabban tárgyalt címtípusok alapvetően egy olyan modellben szemléltethetők a legjobban, amelyben a *figyelemfelkeltés skálája*, valamint az *informativitás skálája* ábrázolja a legjobban a cím által betöltött funkciókat. A figyelemfelkeltés skáláján olyan címek szerepelnek, amelyek elsődleges és legfontosabb célja az olvasó figyelmének, érdeklődésének felkeltése. A tudományos szövegek címei az informativitás skáláján helyezkednek el, mivel a legfontosabb szerepük az, hogy valamilyen szinten informálják az olvasót a kutatásról, a témáról. Az utóbbi időben viszont egyre inkább elmozdulni látszanak a tudományos írások címei (is) a figyelemfelkeltés irányába. A tudományos szövegek szerzői egyre gyakrabban élnek olyan címmalkotási technikákkal, amelyek korábban inkább a figyelemfelkeltő címekre voltak jellemzők. Ezt a fajta diskurzushibridizációt a szakirodalom *diskurzushibridizációnak* nevezi (FAIRCLOUGH 1992, 1993; EITLER 2011, 2012; DOMONKOSI, LUDÁNYI 2018). A diskurzushibridizáció legfőbb jellemzője, hogy az üzleti nyelvhasználat olyan műfajok nyelvhasználatába kerül be, amelyek alapvetően nem az üzleti műfajok közé sorolandók. Jelen esetben olyan címek tartoz(hat)nak a diskurzushibridizáció tárgykörébe, amelyek megfelelően informatívak, de már kellőképpen figyelemfelkeltők is.

A diskurzushibridizáció egyik legfőbb ismertetőjegye a nyelv informalizálódása, illetve az olyan diskurzushibridizáció, amely során a társalgási stílus jellegzetességei vegyülnek a nem társalgási stílussal. További lényeges eleme még „*a promóciós nyelvhasználat térnyerése hagyományosan nem promóciós célú nyelvhasználatban*” (EITLER 2012: 199). Eitler Tamás a diskurzushibridizáció legfontosabb nyelvi informalizációs eszközei közé sorolja a tegezést, az informális stílusú szavak alkalmazását, a felszólító módot, az összevonásokat, az elliptikus szerkezeteket és a morfológiai egyszerűsített változatok használatát (EITLER 2011).

A diskurzushibridizációnak kiemelt szerepe van a címadásban, mivel a címek a tudományos szövegek azon elemei, amelyekkel a laikus olvasók is a leggyakrabban

találkoznak. Ezt azért emelem ki, mert a címadás során látszik egyfajta elmozdulás a figyelemfelkeltés irányába. Ez a jelenség a felsőoktatásban tanulók címadási szokásaira is érvényes. A hallgatók címadási szokásaiból jól kiolvasható, hogy még járatlanok, tapasztalatlanok a tudományosság területén. Feltételezhető, hogy ebben az esetben a diskurzushibridizáció okai között szerepel az, hogy a hallgatóknak nincs vagy nagyon kevés a tudományos írással kapcsolatos élménye, illetve az, hogy a média sokkal markánsabb szerepet tölt be az életükben, mint a tudomány, éppen ezért jobban ismerik és sokkal könnyebben dolgoznak a média nyelvezetével, mint a tudományéval. A következőkben bemutatok néhány példát, amelyek jól szemléltetik a címekben szereplő diskurzushibridizációt.

4. MÓDSZER ÉS MINTA

Az adatgyűjtéshez a kérdőíves módszert alkalmaztam. A kérdőív első része anonim háttérkérdőív volt. Az ezt követő részben az adatközlőknek két, előre megalkotott absztrakt mellé kellett címet írniuk. Az instrukcióban nem szerepelt feltételként, hogy milyen terjedelmű legyen a cím. Az absztraktokat a *Tudománykommunikáció konferencia 2018-as absztraktfüzetéből* (VESZELSZKI, CSER 2018) választottam ki:

Absztrakt 1: „Közel másfél évtizede indítottuk a www.csillagaszat.hu híroldalt a tudós szakma és a kapcsolódó civil szféra együttműködésében. A Magyar Csillagászati Egyesület hírportáljaként működő oldalon egyetemi és akadémiai oktatók, kutatók, kisebb arányban egyetemi hallgatók írásai jelennek meg, jellemzően heti 4-5 csillagászati cikk formájában. Az előadásban bemutatjuk a hosszú távú működést lehetővé tevő legfontosabb tényezőket, a tapasztalatokat a sajtóval való együttműködés lehetőségeiről, illetve bátorítjuk más szaktudományok képviselőit hasonló kezdeményezések elindítására.” (KISS 2018: 17)

Absztrakt 2: „Mit tehet egy 21 éves fiatal azért, hogy nála alig néhány évvel fiatalabb társai jobban szeressék a természettudományokat? Hogyan taníthatja meg a 10–16 éves gyerekeket, hogy mit higgyenek el, és mit ne; honnan ismerhetik fel, ha valami áltudomány, és honnan, ha valami valódi tudomány? Hogyan lett egy kezdeti, „természettudományokat fogok népszerűsíteni nagykoromban” álomból valóság? Előadásomban szeretnék választ adni e kérdésekre; bemutatni, hogyan alakult ki tudománynépszerűsítő csapatunk (tupim.ga), illetve felvázolom azokat az innovatív megoldásokat, amelyekkel népszerűsítjük a természettudományokat. Tudománynépszerűsítő munkám mellett nagy hangsúlyt fektetek arra is, hogy a fiatal korosztállyal megismertessem azokat a problémaköröket, melyekről az iskolában nem vagy csak keveset hallanak, mégis mire felnőnek égető kérdések lesznek (pl. robotok jogairól szóló kérdések, energia előállításának kérdése stb.). Előadásomban ismertetem, milyen módszerekkel lehet fejleszteni a diákok soft-skilljeit, hogy készen álljanak ezen kérdések megválaszolására.” (MOLNÁR 2018: 22)

Lényegesnek tartottam, hogy a kivonatokban ne szerepeljen szakkifejezés, mivel az adatközlőknek ez nehezít(h)ette volna a munkáját. A kérdőíveket csupán az oktatók töltötték ki online, a hallgatók hagyományos, nyomtatott formátumot kaptak. Ennek az eljárásnak a kutatásra nézve azért volt pozitív hozadéka, mivel így megfigyelhető, hogy egy-egy cím milyen alakulási folyamaton ment keresztül, mire a hallgatók véglegesítették.

A vizsgálat mintájába az egri Eszterházy Károly Egyetem egyetemi oktatói és tanárszakos hallgatói kerültek be. A teljes minta 107 személyből állt, amelyből 96 személy (89,7%) tanárszakos hallgató, 11 személy (10,30%) pedig oktató. Az adatközlők szakterület szerinti megoszlása a következő: 67% bölcsészettudomány, 22,9% természettudomány, 3,6% pedagógia, 2,8% művészettudomány, 2,8% társadalomtudomány, 0,9% hittudomány. A minta kiválasztása véletlenszerű mintaválasztási módszerrel történt. A következőkben a hallgatók eredményeit mutatom be.

5. EREDMÉNYEK

Az adatok azt mutatják, hogy az *absztrakt 1*-hez mind a 96 hallgató írt címet, viszont nem akadt olyan közöttük, aki két címváltozatot is írt volna. Az *absztrakt 2* esetében szintén majdnem teljes volt azok létszáma, akik címet alkottak: 94 hallgató (97,92%). A különbség a két absztrakt címeinek száma között az volt, hogy az *absztrakt 2* esetében egy hallgató kitalált és leírt két címverziót is, illetve egy hallgató nem írt hozzá semmit. Tehát 95 hallgató (98,96%) mindkét absztrakthoz alkotott címet.

A címek hosszát tekintve az látszik, hogy az *absztrakt 1* esetében 13 hallgató (13,54%) írt egyszavas címet, 37 hallgató (38,54%) kétszavas címet, 29 hallgató (30,21%) háromszavas címet, 13 hallgató (13,54%) négyszavas címet, 3 hallgató (3,13%) ötszavas címet és 1 hallgató hatszavas címet. A legtöbben tehát két- és háromszavas címeket adtak, amely arra enged következtetni, hogy nem témamegjelölő címekről van szó, mivel ilyen terjedelemben szinte lehetetlen a szóban forgó szöveg témáját pontosan ismertetni. Az *absztrakt 2* esetében hasonló a megoszlás: 1 hallgató nem írt címet, 9 hallgató (9,38%) egyszavas címet írt, 24 hallgató (25%) kétszavas címet, 35 hallgató (36,46%) háromszavas címet, 14 hallgató (14,58%) négyszavas címet, 6 hallgató (6,25%) ötszavas címet, 3 hallgató (3,13%) hatszavas címet, 3 hallgató (3,13%) hétszavas címet, 1 hallgató pedig 11 szavas címet írt. Ismét megfigyelhető, hogy sokkal jellemzőbb volt a rövid – két-, három-, négyszavas – címek megalkotása, mint a hosszabbaké (pl. 10-11 szavas), így a címek terjedelmét tekintve ebben az esetben is feltételezhető, hogy a hallgatók jellemzően a témamegjelölő címektől eltérő funkciójú címeket adtak az absztraktnak. A következőkben a két absztraktra adott címeket összesítve, tartalom és funkció alapján elemzem.

Ahogy korábban említettem, a négy legalapvetőbb címtípus a témamegjelölő cím, a műfajmegjelölő cím, a címkeszerepű cím és a reklámszerepű cím. Az adatok értelmezése során ezt a kategorizációt veszem alapul (RÁSI 2019). A témamegjelölő az a fajta címtípus, amelyből a szöveg témája, tartalma azonnal kiderül, ez a leginformatívabb. Ezekre a címekre nem igazán jellemző a humor, a nyelvi játékosság, mivel az ilyen elemek sokszor félrevezetőek lehetnek, ezért a témamegjelölő címek

a legtöbbször objektívak. Mivel terjedelmét tekintve ennél a címtípusnál a legnehezebb úgy sűríteni az írásmű tartalmát, hogy az ne csak kulcsszavas felsorolásnak tűnjön, így ez az egyik legnehezebben megalkotható címforma is egyben. A hallgatóknál ez a típus volt a legritkábban megjelenő változat, mivel a tudományos nyelvvezetl van a legkisebb tapasztalatuk. Olyan címek tartoznak ebbe a csoportba, mint például: *A természettudományi tudománynépszerűsítés perspektívái a közoktatásban*; *A természettudományok népszerűsítése; Innovatív népszerűsítési módok a természettudományban*; *Törekvések a természettudomány oktatásában*.

A következő a műfajjelölő címek csoportja volt, amelynek az a jellegzetessége, hogy a címből a szöveg műfaja azonnal kiderül. A következő címek tartoznak ide: *A Magyar Csillagászati Egyesület előadása*; *Felkeltő írás*; *Csillagászati hírportál ismertetője*. A *Felkeltő írás* esetében az *írás* szóval magára az absztraktra történik utalás, míg a másik kettőből világosan kiderül a műfaj.

A harmadik csoportot a címkeszerepű címek alkották, amelyekre az jellemző, hogy formáját tekintve nagyon rövid, egy- vagy kétszavas címekről van szó, olyan, mintha a szerző a címmel „felcímkézné” a szövegét. A hallgatók címkeszerepű címei között szerepeltek a következők: *Hírhullás*; *Tudománynépszerűsítés*; *Tudóspalánták*; *Tehettséggondozás*; *Csillagászat*; *Természetközelen* stb. Ezeknek a címeknek az esetében megfigyelhetjük, hogy az adatközlők zömében az absztrakt egy-egy kulcsszavát választották ki címként, de olyan példa is akadt, ami már ebben az esetben is a figyelemfelkeltésre helyezte a hangsúlyt (pl. *Tudóspalánták*; *Hírhullás*). Ezeknél a címeknél már kevésbé érezhető a tudományos nyelvvezet használatára való törekvés, már sokkal inkább megfigyelhető a tudományos diskurzushibridizáció.

A legáltalánosabb címtípusok negyedik csoportját a reklámszerepű címek alkotják. Ezeknek a címeknek az esetében egyértelműen a figyelem felkeltése a cél, míg a téma kifejezése a háttérbe szorul. Nagyon gyakori címadási technika, amikor a szerző az olvasó figyelmét alliterációval ragadja meg. A következő példában nemcsak az alliteráció figyelhető meg, hanem a nagy, harsogó betűk, valamint a felkiáltójel alkalmazása is, ami a diskurzushibridizáció egyik legfőbb jellemzője. A szóban forgó példában *LOVE TT!* megjelenik még az angol nyelv használata is, míg a rövidítés a magyar természettudományok szavakra utal. Ez a cím nagyon távol áll a tudományos nyelvvezettől, sokkal inkább hordozza a reklámok, a média nyelvhasználatának jellemzőit. A reklámszerepű címek további alcsoportját képezi az a címtípus, amely egy nyelvi játékra épít. Ilyen például a *Csillagász*; *TUDOM(ány)*; *Ál(lítólagos) Tudomány*. Ezeknél az eseteknél nemcsak a nyelvi kreativitás jelenik meg, hanem tetten érhető a kis- és nagybetűkkel való manipuláció is, ami ugyancsak figyelemfelkeltő jelleggel bír. Nagyon gyakori volt továbbá a *csillag* szóval való játék, a *csillag* szó beépítése a címbe valamilyen formában (pl. utalás, szóasszociáció). Ez a technika figyelhető meg a *Hír csillagok*; *EST HAJNAL*; *Csillaghullás* példákon.

További alcsoportként definiálható a hozott anyagból készülő címek csoportja. Ezt a csoportot olyan címek alkotják, amelyek már kész, korábban máshol használt szókapcsolatokat, mondatokat használnak fel. Ide tartozik például a szólás: *Határ a csillagos ég* (ezt a konkrét címet többször is megalkották a hallgatók), vagy a *Rögös az út a csillagokig* (ami a latin *Per aspera ad astra* – *Tövises az út a csillagokig*

szólásra asszociál). Nagyon gyakori volt a már meglévő, más műfajbeli címek használata is. Jelen kutatásban az *Életrevalók* francia vígjáték, a *Csillag születik* amerikai zenés film/magyar tehetségkutató műsor és az *Interstellar* amerikai–angol sci-fi kalandfilm címait használták fel újra a hallgatók a saját címek megalkotásában. Ezek az eljárások szintén messze állnak a tudomány világától, viszont nagyon jó figyelemfelkeltő erővel bírnak.

Amint azt már korábban is említettem, a diskurzushibridizáció egyik legfőbb összetevője a nyelv informalizálódása (EITLER 2011), amelynek eszközei közé tartozik a tegezés, az informális stílusú szavak használata (DOMONKOSI 2002), a felszólító mód stb. Ezeket az elemeket ugyancsak fellelhetjük a példák között. A hallgatók ugyanis előszeretettel nyúlnak tegező formához a címek megalkotása közben. Erre a jelenségre példák a következő címek: *Szeresd meg a tudományokat*; „*Akarod-e tudni?*” – *Természettudományi ismeretek fiataloknak*; *Tudd, miből vagyok!*; *Mit tudsz a csillagokról?* A hallgatók úgy szólítják meg az olvasót, mintha már rég ismernék egymást, sőt, mintha nagyon közeli lenne a viszony közöttük, holott a tudományos stílustól nagyon messze áll az effajta személyes hangvétel. A nyelv informalizálódásának további eszköze a felszólító mód is, amit a következő példákban figyelhetünk meg: *Csillagászat(hu)-ra fel!*; *Természettudományra fel!*; *Több szót a csillagászatról!* Ezek a példák jól szemléltetik, hogy milyen gyakori a tudományos stílustól eltérő nyelvhasználattal megfogalmazott címek használata a tudományos írás során is.

Nagyon jól megfigyelhető továbbá a címek alakulási folyamata azokon a hagyományos, nyomtatott kérdőíveken, amelyeket a hallgatók az adatgyűjtés során kézhez kaptak. Például: *A magyar csillagászati egyesület hírportáljáról* → *Hírhullás*. Ebben az esetben az első verzió sokkal jobban kifejezte a témát, a szöveg tartalmát, mint a második, amelyet a hallgató végül végleges címként rögzített. A *Hírhullás* ugyanis már címkeszerepű, rövid cím, ami már kevésbé informatív. A következő példa szintén nagyon jól szemlélteti azt, hogy a cím hogyan ment keresztül a diskurzushibridizáció folyamatán:

1. *Természet és tudomány*
2. *Tanulás a természetről*
3. *Tanító természet*

A legelső cím volt a leginformatívabb, ez tartalmazta az absztrakt két kulcsfogalmát, ami elengedhetetlen egy témamegjelölő cím esetében. A következő verzió (2.) már kevésbé informatív, míg a legutolsó (3.), a véglegesnek hagyott cím volt a legkevésbé informatív. S bár a hallgató mindhárom verzió esetében az alliteráció eszközével dolgozott, megfigyelhető, hogy a legelső verziótól kezdve a legutolsóig hogyan változik a cím információtartalma és tolódik el a figyelemfelkeltés irányába.

ÖSSZEGZÉS

Jelen kutatás a diskurzushibridizáció jelenségét elemezte a hallgatók tudományos címadásában. A kapott adatok igazolják az előzetesen felállított hipotézist, miszerint a diskurzushibridizáció fontos jellemzője a felsőoktatásban tanulók által megalkotott címeknek.

Az adatok azt is igazolják, hogy a hallgatóknak nagyon kevés a tudományos írással kapcsolatos tapasztalata, míg a média nyelvezetét annál jobban ismerik. Nyilvánvaló, hogy sokkal több jártasságra lenne szükségük ahhoz, hogy a tudományos szövegalkotásnak megfelelő címeket alkossanak, mivel tanulmányaik során többször is kell tudományos szöveget írniuk (szakdolgozat, szemináriumi dolgozat, beadandó stb), amelyek esetében a tudományos stílusban megfogalmazott cím az egyik legfontosabb szövegalkotási kritérium.

Bár jelen kutatás nem terjedt ki az oktatók címadási szokásaira, feltételezem, hogy a diskurzushibridizáció nemcsak a hallgatóknál van jelen, hanem már az oktatóknál is, ezért a jövőben szándékomban áll megvizsgálni az ő címadási szokásait is.

IRODALOM

- [1] Al-Khasawneh, Fadi Maher (2017). A Genre Analysis of Research Article Abstracts Written by Native and Non-Native Speakers of English. *Journal of Applied Linguistics and Language Research* Vol. 4, Issue 1, pp. 1–13.
- [2] Altinmakas, Derya, Bayyurt, Yasemin (2018). An explanatory study on factors influencing undergraduate students' academic writing practices in Turkey. *Journal of English for Academic Purposes* Vol. 37, pp. 88–103.
- [3] Day, A. Robert 1995. *How to write & publish a scientific paper?* 4th edition, Canada: Cambridge University Press.
- [4] Domonkosi Ágnes (2002). *Megszólítások és beszédpartnerre utaló elemek nyelvhasználatunkban*. Debrecen: A Debreceni Egyetem Magyar Nyelvtudományi Intézetének Kiadványai 79.
- [5] Domonkosi Ágnes (2016). A metonimikusság szerepe a sajtónyelvi címadásban. In Reményi Andrea Ágnes, Sárdi Csilla, Tóth Zsuzsa (szerk.): *Távlatok a mai magyar alkalmazott nyelvészetben*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- [6] Domonkosi Ágnes, Ludányi Zsófia (2018). Írásbeli kapcsolattartás a hallgató-oktató viszonyban: szokásrendek és problémák a nyelvi reflexiók tükrében. *Acta Universitatis De Carolo Eszterházy Nominatae: Sectio Linguistica Hungarica* XLIV., pp. 89–107.
- [7] Eitler Tamás (2011). Fogyasztói diskurzusok a magyar felsőoktatásban: egyetemi website-ok multimodális elemzése. In Boda István Károly, Mónos Katalin (szerk.): *Az Alkalmazott Nyelvészet Ma: Innováció, Technológia, Tradíció*. Budapest–Debrecen: MANYE–Debreceni Egyetem, pp. 162–168.
- [8] Eitler Tamás (2012). Egyetemi online bemutatkozó filmek elemzése: a London Metropolitan University példája. In Molnár Katalin (szerk.): *Az alkalmazott nyelvészet regionális és globális szerepe*. Szombathely: MANYE.
- [9] Fairclough, Norman (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.

-
- [10] Fairclough, Norman (1993). Critical discourse analysis and the marketisation of public discourse: the universities. *Discourse and Society* 4, pp. 133–168.
- [11] Gyurgyák János (2019). *A tudományos írás alapjai. Útmutató szemináriumi és tudományos diákköri értekezést, szakdolgozatot és disszertációt íróknak*. Budapest: Osiris.
- [12] Jánk István (2016). Az Oktatáskutató és Fejlesztő Intézet Digitális Tananyagairól. *Iskolakultúra* 26 (5), p. 12.
- [13] Jánk István (2017). Mi az a PISA-sokk, és mi ez a sok felhajtás körülötte? *Nyelv és Tudomány Online folyóirat*, <https://www.nyest.hu/hirek/mi-az-a-pisa-sokk-es-mi-ez-a-sok-felhajtas-korulotte> (Letöltve: 2019. 04. 28.).
- [14] Kemény Gábor (1985). Kép és kommunikáció. In Grétsy László (szerk.): *Nyelvészet és tömegkommunikáció*. I–II. Budapest: Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Membrán könyvek, II. kötet, pp. 119–205.
- [15] Kirkpatrick, Lori C. (2012). *Students' strategies for writing arguments from online sources of information* (Unpublished doctoral dissertation). London, Ontario, Canada: The University of Western Ontario.
- [16] Klein, Perry D., Boscolo, Pietro (2016). Trends in research on writing as a learning activity. *Journal of Writing Research* 7 (3), pp. 311–350.
- [17] Kruse, Otto (2003). Getting started: academic writing in the first year of a university education. In L. Björk, G. Bräuer, L. Rienecker, P. S. Jörgensen (eds.): *Teaching academic writing in European higher education*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- [18] Leijten, Marielle, Van Waes, Luuk, Schriver, Karen, Hayes, John Richards (2013). Writing in the workplace: Constructing documents using multiple digital sources. *Journal of Writing Research* 5 (3), pp. 285–337.
- [19] Merrill, Evelyn, Knipps, Anna (2014). What's in the Title? *The Journal of Wildlife Management* 78 (5), pp. 761–76.
- [20] Pintér Henriett, Molnár Pál (2017). A forrásokra építő tanuláscélú írás: a forrásalapú írás. *Magyar Pedagógia* 117/1., pp. 29–48.
- [21] Rási Szilvia (2019). A címadás problematikája és a tudományos szövegalkotás oktatása az IPOO-modell alapján. *OxIPO interdiszciplináris e-folyóirat* 1 (3), pp. 25–38.
- [22] Sternberg, Robert J., Sternberg, Karin (2010). *The psychologist's companion: A guide to writing scientific papers for students and researchers*. New York, NY: Cambridge University Press.
- [23] Szabó Katalin (2001). *Kommunikáció felsőfokon*. Budapest: Kossuth Kiadó.
- [24] Szikszainé Nagy Irma (1999). *Leíró magyar szövegtan*. Budapest: Osiris Kiadó.

- [25] Szilassy Eszter (2014). Egy felsőoktatási szövegalkotási felmérés tanulságai. *Anyanyelv pedagógia* 3.
- [26] Talebzadeh, Hossein, Samar, Reza Ghafar, Kiany, Gholam Reza, Akbari, Ramin (2013). Steps to a Successful Abstract: A Comparative Genre Analysis. *International Journal of Humanities* 20 (3), pp. 1–25.
- [27] Tolcsvai Nagy Gábor (2001). *A magyar nyelv szövegtana*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- [28] Tomeszy Tímea (2015). *A tartalomhoz forma. A tömegkommunikáció szövegfajtái történeti és pragmatikai keretben*. Eger: Líceum Kiadó.
- [29] Veszelszki Ágnes (2016). Academic Writing, wissenschaftliches Schreiben, tudományos írás. Egyetemi hallgatók írásos produktumai – stilisztikai és grammatikai szempontból. In Feld-Knapp Ilona (szerk.): *Grammatik. Cathedra Magistrorum* 3. Eötvös-József-Collegium, Budapest.
- [30] Veszelszki Ágnes (2018). Konkrétan az absztraktról. In: Veszelszki Ágnes, Cser Nóra (szerk.): *Tudománykommunikáció konferencia: absztraktkötet*. Budapesti Corvinus Egyetem Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézet, 29.

FORRÁS

- [31] Kiss László (2018). csillagaszat.hu: tapasztalatok egy tudományos ismeretterjesztő hírportállal. In Veszelszki Ágnes, Cser Nóra (szerk.): *Tudománykommunikáció konferencia: absztraktkötet*. Budapesti Corvinus Egyetem Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézet, 17.
- [32] Molnár Janka Sára (2018). Tudomány nélkül mit érek én? In Veszelszki Ágnes, Cser Nóra (szerk.): *Tudománykommunikáció konferencia: absztraktkötet*. Budapesti Corvinus Egyetem Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézet, 22.
- [33] Veszelszki Ágnes, Cser Nóra (2018). *Tudománykommunikáció konferencia: absztraktkötet*. Budapesti Corvinus Egyetem Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézet, ISBN: 978 963 503 696 7.