

Sólyom Réka

A kérdőíves felmérések szerepe a kognitív szemantikai és stilisztikai elemzésekben

1. Bevezetés

Jelen tanulmány a funkcionális kognitív keretben végzett kutatásokhoz kapcsolódóan egyfelől összefoglalását, áttekintését kívánja adni azoknak az empirikus kérdőíves felméréseknek, amelyeket a szerző az elmúlt tizenegy évben végzett elsősorban a neologizmusok gyűjtésével; megértési és befogadási folyamataival; a stílus szociokulturális jellemzőinek megjelenésével; a neologizmusoknak az oktatásban betöltött szerepével kapcsolatban; másfelől kitekintést is ad a kérdőíves vizsgálódások lehetséges felhasználási módjairól, területeiről a kognitív poétikai elemzésekben.

A tanulmány felépítése a fenti céloknak megfelelően az alábbi módon alakul: először sor kerül a neologizmusfogalom-definiálás nehézségeinek vázolására, a fogalom rövid meghatározására; a jelenség funkcionális-kognitív keretben történő elemzési lehetőségeinek részletezésére (2.); ezt követi annak bemutatása, hogy milyen módon kapcsolódnak a kérdőíves felmérések során nyerhető empirikus adatok a kognitív keretben történő kutatások elméleti és gyakorlati kérdéseihöz; itt kerül sor az elmúlt években felvett kérdőíves felmérések céljainak, adatközlői csoportjainak, illetve eredményeinek, eredménytípusainak bemutatására (3.); egy konkrét esettanulmány keretében bemutatathatóvá válik, hogy hogyan építhetők be egy adott neologizmus esetében a szemantikai és stilisztikai jellemzők a komplex vizsgálatba, különös tekintettel a fogalmi integráció (blending) keretében történő grafikus ábrázolási lehetőségekre (4.); a tanulmány előrevetíti a felmérések felhasználhatóságának lehetőségeit a poétikai vizsgálódásokban két kérdőíves példa alapján (5.); kitekintésképpen pedig vázolja az ismertetett empirikus adatfelvételi, -értékelési és ábrázolási módok felhasználási lehetőségeit a kognitív poétikai elemzésekben (6.).

2. A neologizmusok elemzési és definiálási lehetősége funkcionális-kognitív keretben

Ha fellapozzuk a magyar és a nemzetközi szakirodalmat, akkor a különféle retorikai, stilisztikai és irodalmi lexikonokban, kézikönyvekben általában megtaláljuk a neologizmus fogalmának rövid, tömör definícióját (l. pl. Cuddon 1977, a DS, Scott 1965, Shipley 1970, az SWB vagy Ueding 2001 meghatározásait). Ezekben a meghatározásokban – Arisztotelésztől kezdve, idézi Kramer 2003: 212 – megjelenik az „újdomság” mint lényeges jellemző: a legtöbb meghatározás új szóként, kifejezésként,

jelentésként, nyelvtani formaként stb. definiálja a jelenséget. Sok esetben megadják a neologizmusok – különféle szempontok alapján történő – csoportosítását is (l. pl. Kozocsa 2008, Mínya 2003, Terestyéni 1958, Zsemlyei 1996); ennek részletes ismertetésétől, mivel nem tartozik témájához, a jelen tanulmány eltekint.

Mint azt Mínya 2003 is elismeri: „a neologizmus fogalmának, mivoltának meghatározása problémát okoz. Sokféle nyelvi tényre vonatkoztatva használjuk a neologizmus elnevezést, s ezeket a nyelvi jelenségeket nehéz egyetlen, valamennyit felölelő meghatározásba belesűríteni” (Mínya 2003: 13), ezért ezt a nehézséget, ellentmondásosságot feloldandó figyelembe kell venni, hogy a neologizmusok a nyelvi tevékenység során jönnek létre, a nyelvet használó egyének nyelvtudásának és nyelvhasználatának függvényében vizsgálhatók, vizsgálandók. A nyelvi változási folyamatok nyelvhasználófüggő voltának ismeretében (vö. pl. Croft 2000, Keller 1990) pedig különösen alkalmasnak tűnik a funkcionális kognitív keretben történő elemzés, hiszen ennek a megközelítésnek a segítségével lehetőség nyílik arra, hogy az elemzés figyelembe vegye a nyelvet használó egyének nyelvi tudását, előzetes tapasztalatait, illetve elvárásait a kommunikációs szituációban. Tény, hogy a fentiek következtében akár jelentős különbségek is mutatkozhatnak azon a téren, hogy míg egy adott nyelvhasználó neologizmusnak tekint egy nyelvi jelenséget, addig elképzelhető, hogy ugyanez a jelenség egy másik (más életkorú, más érdeklődési körű vagy más szubkultúrához tartozó) egyén számára nem számít neologizmusnak (gondoljunk itt például a közösségi oldalakon vagy egy-egy speciális hobbihoz, foglalkozáshoz vagy játékhoz kapcsolódó internetes oldalon megjelenő fórumszövegek és kommentek nyelvhasználatára: ezekben az esetekben a kommunikátor ugyanis feltételezi, hogy az olvasó valamennyire jártas az oldal témájában, ezért a témához kapcsolódó neologizmushasználatot a közlő részéről a legtöbb esetben nem követi magyarázat vagy definíció.

A fentiek értelmében a tanulmány az alábbi módon definiálható nyelvi jelenségeket tekinti neologizmusnak: „A neologizmus olyan újszerű szerkezeti felépítésű jelenség, melynek egy adott közlő és/vagy egy adott befogadó adott szituációban előzetes (vagy ilyen hiányában előzetesként értelmezett) tapasztalataihoz, ismereteihez és az ezekből fakadó elvárásaihoz viszonyítva újszerű jelentést és/vagy újszerű stílust tulajdonít. E jelentés- és stílustulajdonítás dinamikus, a fenti változók függvényében skalárisan módosulhat egyazon nyelvhasználó esetében is” (Sólyom 2014: 19).

3. A kérdőíves felmérések gyakorlata és eredményeinek felhasználása a kutatásokban

Az elmúlt évek során kutatásaim célja a mai magyar neologizmusok összehangolt szemantikai, stilisztikai jellemzése volt, különös tekintettel a fogalmi metonimiák,

metaforák működésére (vö. Lakoff–Johnson 1980, Kövecses 2005, 2015), valamint a fogalmi integráció (vö. pl. Fauconnier–Turner 1998, 2002, 2009) jelenségére. Utóbbival összhangban fontos szerepet kaptak a grafikus ábrázolásmód adta lehetőségek is a neologizmusok szemantikai és stilisztikai vizsgálatában (Sólyom 2014, 2015a, b).

A témához kapcsolódó kérdőíveket 2006 és 2016 között összesen 1426 adatközlő töltötte ki. Az adatközlők csoportjai a kérdőívek típusától, illetve a felhasználás céljaitól függően időről időre változhattak. A legtöbb esetben tipikusan négy korcsoportba (felső tagozatos általános iskolások, középiskolások, egyetemisták, tanulmányokat már nem folytató felnőttek) tartozó adatközlők töltötték ki a kérdőíveket. Más esetekben viszont, amikor valamilyen speciális célt szolgált a kérdőíves vizsgálat (például neologizmusok oktatásához kapcsolódó kérdések; igekötők aspektusának, akcióminőségének; metaforikusságának magyarázata; magyarul tanuló külföldiek neologizmusmegértése és jelentéstulajdonítása), egy-egy speciális csoporthoz tartozó adatközlők (gyakorlatban már tanító tanárok; magyartanár MA-szakos hallgatók, a Balassi Intézetben tanuló hungarológus hallgatók stb.) töltötték ki a kérdőíveket (Sólyom 2012, 2013, 2014, 2015a, b, 2016).

Az adatközlők a neologizmusokat a kérdőívekben mindig szöveggörnyezetben olvashatták: általában az internetről származó blog- vagy fórumszöveg-bejegyzésben, reklámok, hirdetések szövegében, amelyben ki volt emelve a kérdéses neologizmus. (Poliszém neologizmusok esetében a célnak megfelelően különböző kontextusokban olvashatták a kérdéses neologizmusokat az adatközlők, l. pl. a *becéloz* vagy a *betámad* elemzését, Sólyom 2014: 100–109).

A kérdőívben megadott idézetek után – ismét csak az elemzés céljaitól függően – különféle kérdésekre kellett válaszolniuk az adatközlőknek. A leggyakoribb, legáltalánosabb kérdések a következők voltak:

- *Mit jelenthet a kiemelt szó, kifejezés?*
- *Körül tudná írni a kiemelt szó jelentését, meg tudna adni szinonimákat?*
- *Mi volt a neologizmus „régEBBI” jelentése, és mi lehet az összefüggés a régi és az új jelentés között? (például metaforizáció, szófajváltás esetében)*
- *Ön szerint milyen a kiemelt neologizmus hangulata, stílusa?*
- *Mi a véleménye a kiemelt szó, kifejezés tanításáról a magyarórán (például attitűdök, illetve nyelvi babonák, előítéletek vizsgálata esetében)?*

A kapott eredmények alapján tipikusan két fő terület: a szemantikai és a stilisztikai jellemzők, illetve ezek összefüggéseinek, együttállásának vizsgálatára került sor. Az így kapott eredmények több szempontból is hatékony segítséget nyújtottak egyfelől az összehangolt szemantikai-stilisztikai elemzés szempontjából, másfelől előkészítették a grafikus ábrázolási mód lehetőségét (erre konkrét példát l. később). Végül, de nem utolsósorban elmondható az is, hogy a kapott eredmények segítségével, illetve a felmérések ismétlésével nyomon követhetővé válhat egy-egy új nyelvi jelenség

alakulása. A megismételt vizsgálatok, az adatközlők által különböző időpontokban megadott válaszok összehasonlítására is sor kerülhetett egy-egy konkrét neologizmus esetében.

4. Esettanulmány: a zsír melléknév

A fenti módszerek, valamint a kapott eredmények bemutatására egy esettanulmány, a melléknévi értelemben használt *zsír* szó szemantikai-stilisztikai jellemzőinek feltárása, illetve grafikus ábrázolásmódja szolgál (az esettanulmányhoz l. még Sólyom 2015a: 219–220).

Ennek a neologizmusnak az esetében szófajváltás figyelhető meg: a korábbi, kizárólag főnévi használat mellett megjelent a szónak a melléknévi ('kiváló, nagyszerű') jelentése is. Hasonló – pozitív vagy negatív jelentésű új jelentés figyelhető meg például a *király*, *sirály*, *zsírkirály* (sic!); illetve a *gáz*, *láma* szavak esetében is (utóbbi esetében az angol *lame* szó hangalakai hasonlósága is szerepet játszott az új magyar jelentés kialakításában; a rím szerepéhez l. még Benczes 2014).

A *zsír* melléknév két alkalommal, 2013-ban és 2014-ben is szerepelt a neologizmusokhoz kapcsolódó kérdőíves felmérésekben. Mindkét esetben az (1)-es számú példamondatban olvashatták az adatközlők a szót:

(1) *Az a rusztikus téglá nagyon zsír. Milyen mesterember csinálta?*¹

Az adatközlők vonatkozó válaszait áttekintve elmondható, hogy nagymértékben felismerték a neologizmus kikövetkeztethető jelentését: a 2014. évi kérdőívben a 79 adatközlő 95%–100%-ban a kikövetkeztethető jelentéssel azonos jelentést adott meg arra a kérdésre, amelyben definiálni vagy körülírni kellett a neologizmus jelentését. A szó stilisztikai jellemzőivel összhangban (l. később) már a jelentésmagyarázatok olvasásakor érezhető volt, hogy minden adatközlői csoport szinonimái között feltűnően sok a szleng, laza stílusú szó, mint például *atom*, *állat*, *ász*, *cool*, *fasza*, *frankó*, *király*, *páva*, *pöpec* (sic!). Egy esetben érdekes módon egy felnőtt adatközlő a jelentésével éppen ellentétesen értelmezte a neologizmust, ugyanis jelentésmagyarázatában a következőképpen definiálta a *zsír* melléknevet: 'égő, felvállalhatatlan, csúf, gusztustalan'.

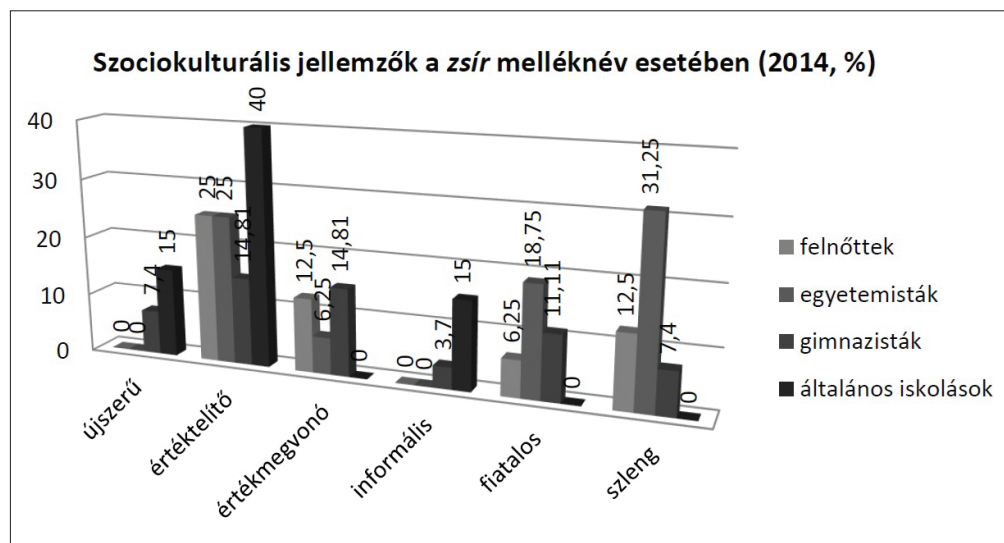
A szó „régí” és „új” jelentései közötti lehetséges összefüggésre az adatközlőknek csupán 43,75%-a utalt a 2014. évi felmérés során. Azoknak a válaszoknak az esetében, amelyekben az adatközlők megadtak valamilyen általuk feltételezett összefüggést, jellemzően két irány rajzolódott ki a jelentésmagyarázatokban: egyfelől metonimikusan (rész–egész, illetve ok–okozat relációban) utaltak a *zsír*nek arra a jelentésére, amely a gazdagsághoz, a hatalomhoz kapcsolja (aki gazdag, az sok zsírt ehét, tarthat a

¹ Forrás: <https://plus.google.com/103460542380614779664/posts/PY5M7JRh7cN> (2011)

konyhájában, illetve lehetséges, hogy maga is zsíros lesz). A 2013. évi kérdőíves felmérés vonatkozó válaszaiban kizárólag ez a jelentésmagyarázat jelent meg, és ez nagymértékben jelen volt a következő évi jelentésmagyarázatok között is. 2014-ben viszont megjelent a magyarázatok között – ismét csak metonimikus ok-okozati összefüggésben – a ’simaság, hibamentesség’ fogalma is: azok az adatközlők, akik erre a jelentésre utaltak, kifejtették, hogy a gépek, ajtók „zsírozásához” hasonlóan a zsír használata metaforikusan hibátlanná, problémamentessé tehet bizonyos folyamatokat, véleményük szerint tehát ez a jelentés is vezethetett a szó új jelentésének kialakulásához.

A fenti, szemantikai felépítésre utaló jellemzőkön túl az adatközlőknek lehetőségük volt megadni a kérdéses neologizmussal kapcsolatban a stílus szociokulturális tényezőire (vö. Tolcsvai Nagy 2005, 2012) vonatkozó jellemzőket is a kérdőíven. Ez a következőképpen történt: válaszolhattak arra kérdésre, hogy véleményük szerint milyen a szövegkörnyezetben kiemelt szó stílusa, hangulata. Tény, hogy a kapott válaszok évről évre tartalmaztak erősen szubjektív jellegű, nyelvi hiedelmekhez, babonákhoz kapcsolódó megjegyzéseket is (hogy egy többször előfordulót említsünk: „romlik a nyelv, rossz, hogy ilyen szavak jelennek meg”), mégis, az említett jellemzők feltárása céljából összességében gyümölcsözőnek bizonyult ez a típusú kérdésfelvetés. A legtöbb adatközlő ugyanis – életkortól függetlenül – részletesen kifejtette, hogy mit gondol egy-egy kiemelt szó stílusáról, hangulatáról, milyen konnotációt tulajdonít neki; ezekből a megjegyzésekből pedig egyértelműen kirajzolódott a tipikus szociokulturális jellemzők együttállása egy-egy konkrét szó vagy kifejezés esetében.

Az 1. ábra az adatközlőktől a 2014. évi felmérés során kapott vonatkozó válaszok arányát szemlélteti korcsoportonként, illetve a leggyakrabban előforduló, leggyakrabban említett szociokulturális jellemzők mentén:



1. ábra: A zsír melléknévre vonatkozó felmérés eredményei

A fenti adatok azért lesznek fontosak az elemzés szempontjából, mert segítségükkel a neologizmus jelentése és stílusa egyazon időpillanatban, ugyanazon adatközlőtől származó válaszok segítségével válik elemezhetővé, mi több, ábrázolhatóvá is.

Az ábrázolás grafikus módon történik, a Fauconnier–Turner-féle fogalmi integrációs folyamat (blending) segítségével (vö. Fauconnier–Turner 1998, 2002, 2009). Mint ismeretes, az alapmodell esetében fontos szerepet játszanak a mentális terek (*mental spaces, espaces mentaux*), azok a kis fogalmi egységek, amelyek egymással rugalmas módon összekapcsolódva képesek mentálisreprezentáció-hálózatokat létrehozni. Ilyen módon elmondható róluk, hogy rugalmasabbak, képlékenyebbek, mint a klasszikus fogalmimetafora- és metonímiaelmélet fogalmi tartományai, mindez pedig két, a neologizmusok vizsgálata szempontjából is fontos következménnyel járhat. Egyfelől éppen a neologizmusokhoz kapcsolódó, kialakulóban lévő jelentés- és stílustulajdonítás miatt jelen lévő, gyakran még képlékeny jellemzőket képesek rugalmasan, időben változó és változtatható módon megragadni, másfelől pedig a mentális terekben összegződhetnek nemcsak a jelentéshez, hanem a stílushoz, attitűdhöz stb. kapcsolódó befogadói meglátások is, amelyeknek minden bizonnyal fontos szerepe van egy-egy új szó, kifejezés vagy nyelvi forma nyelvhasználatban való meggyökeresedésében vagy éppen eltűnésében is.

A fogalmi integrációban részt vevő fontos mentális tereken – bemeneti terek, generikus tér, integrált tér – kívül olyan összetett, soktényezős folyamat esetében, mint amilyen a fentebb ismertetett szociokulturális jellemzők megjelenése, érdemes a folyamat során számításba venni az ún. sűrítés (kompresszió) megjelenését is (Fauconnier–Turner 2009). Meghatározásuk szerint a sűrítés lényege a következő: „Amikor egy bemenetben egy létező szoros integráció van, de egy másikban nincs, akkor a szoros integráció kivetíthető a blendbe; mindez azzal a hatással jár, hogy a másik bemenet összesűrítődik a blendbe történő kivetítés során” (Fauconnier–Turner 2009: 5, saját fordítás).

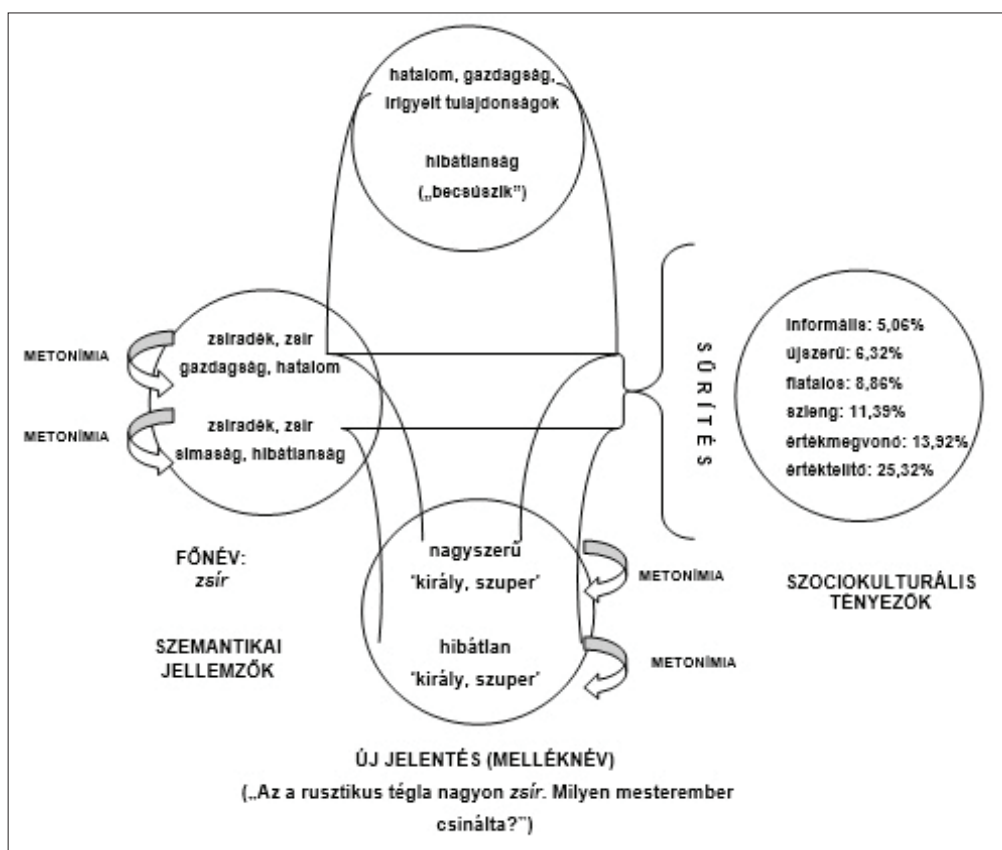
A sűrítés jelensége a jelen elemzés – illetve általában a szemantikai és stilisztikai jellemzőket egyaránt figyelembe vevő, fogalmi integráció keretében történő elemzések – esetében azért válhat gyümölcsözővé, mert segítségével mindazoknak a vonatkozó adatközlői válaszoknak a tartalma, illetve aránya ábrázolhatóvá válhat grafikusán, amelyeket az adatközlők egy kérdőíves felmérés során a vizsgált neologizmussal kapcsolatban megadtak. Hangsúlyozandó, hogy ezek az adatközlői válaszok, nyelvhasználói attitűdök egy adott időpillanatban, a felmérés idején aktuális befogadói jelentés- és stílustulajdonítást reprezentálnak, és mint ilyenek, adott időpillanatban érvényes mentális tereket nyitnak meg, illetve adott időpillanatban jellemző mentális terekben jelenik meg integrációjuk. Ezt a jellemzőt egy lehetséges kognitív poétikai kutatás esetében is figyelembe kell venni, és különféle módszertani eszközökkel (például gyakorisági vizsgálatokkal) célszerű pontosítani az integráció jellegét.

Visszatérve a *zsír* melléknév szemantikai-stilisztikai szerkezetének fogalmi integráció keretében történő ábrázolásához, az egyes mentális terekben megjelenő jellemzőkről a következők mondhatók el: az egyik bemeneti térben az adatközlők által a *zsír* jelentés- és szófajváltásához kapcsolódóan megadott, fentebb már említett metonimikus viszonyok jelennek meg (GAZDAGSÁG, HATALOM; SIMASÁG, HIBÁTLANSÁG). Az integráció másik bemeneti terében jelennek meg azok a stilisztikai jellemzők, amelyek a szociokulturális tényezőkkel kapcsolatban jelentek meg a válaszadóknak vonatkozó válaszaiban. Mivel itt több, egymással az említett sűrítés segítségével egységet alkotó jellemző jelenik meg egy bemeneti térben, elméletileg tulajdonképpen ún. többoldalú hálózat alakul ki (vö. Kövecses–Benczes 2010: 185–187); ugyanakkor a szociokulturális jellemzők közös stilisztikai háttere miatt a többféle bemeneti tér – vagyis az adatközlők által megadott változatos, gyakran egymással ellentétes (pl. értéktelítő és értékmegvonó) jellegű komponensek – egy nagyobb bemeneti térre sűrítődhet össze, és segítheti a generikus, majd az integrált tér kialakulását.

Mivel a sűrítés révén létrejött bemeneti tér nem szemantikai, hanem a szociokulturális jellemzőkre vonatkozó adatközlői válaszokat tartalmaz, ki kell emelni, hogy ennek az integrációnak az esetében igen különböző minőségű jellemzők integrálódnak a blending során. Az adatközlői válaszok alapján egyértelmű, hogy a vonatkozó stílusbeli jellemzők nem hagyhatók figyelmen kívül az elemzés során, mert szerves részét képezik a neologizmus befogadásához kapcsolódó megértési folyamatoknak. A szociokulturális jellemzőket tartalmazó bemeneti tér tulajdonságai az integrált térnek is jól észrevehető jellemzőiként jelennek meg: erre utalnak az adatközlők által megadott olyan szinonimák, mint *király*, *szuper*, amelyek stílusa a *zsír*hoz hasonlóan szlenges, fiatalos, informális stb.

A szociokulturális tényezők mint a stílus- és jelentéstulajdonítást befolyásoló adatközlői attitűd részei nemcsak köznyelvi neologizmusok, hanem poétikai szövegek esetében is vizsgálандók. Célszerű ezekben az esetekben is több alkalommal, adatközlők életkor szerint különböző csoportjaiban megismételni a felméréseket a fentebb már említett, időben is változó befogadói jelentés- és attitűd tanulmányozás eredményessége érdekében.

A *zsír* szemantikai-stilisztikai szerkezetének fent részletezett folyamatait grafikusán a 2. ábra mutatja be (ehhez l. még: Sólyom 2015a: 219–220):



2. ábra: A *zsír* neologizmus jelentésének és stílusának kialakulása

5. A kérdőíves felmérések lehetséges felhasználása a poétikai vizsgálódásokban

Az eddigiekben bemutatott módszer, a kérdőíves adatgyűjtés, illetve az ennek során nyerhető szemantikai és stilisztikai jellemzők további, poétikai kutatásokban történő felhasználására mutat be egy lehetséges területet példaképpen a jelen alfejezet.

Egy 2015-ben felvett kérdőíves felmérésben került sor napjaink néhány neologizmusának szemantikai-stilisztikai elemzésekor annak a kérdésnek a vizsgálatára, hogy a gyakorlatban is (általános vagy középiskolában) tanító, magyar vagy jelenleg magyartanár MA-képzésre járó tanárok véleménye szerint milyen szerep juthat az oktatásban a neologizmusoknak. Mivel a Nemzeti Alaptantervben mind az általános iskolás, mind a középiskolás korosztály számára több témakör esetében is

megjelenik a nyelvi változási folyamatok, az új szavak a magyar nyelvben, illetve a nyelvi kreativitás témaköre². feltételezhető, hogy a témakör és fontossága ismert a magyartanárok számára. A kapott eredményeknek a jelen tanulmány most azt a vonatkozó jellemzőjét tárgyalja bővebben, amely kortárs magyar szerzők (Lackfi János és Varró Dániel) verseiből származó neologizmusokra, hapax legomenonokra vonatkozott.

A kérdőívben elvonással (pl. *árfolyamrögzit*) és szóképzéssel (pl. *betaggel*) létrejött neologizmusok szerepeltek, a korábbihoz hasonló módon internetről származó idézetekben megadva és kiemelve. Ezek között a köznyelvi alakulatok között szerepelt a következő két idézet is (szerzővel és címmel megadva), bennük kiemelve a két kérdéses, a kérdőívben szereplő többi szóhoz hasonló szóalkotási mód segítségével létrejött szó:

(2) *Mert látja, kedves, hogyha jó a fagy, / az ember elfehérül, színehagy (...)*
(Varró Dániel: Téli szonett)

(3) *A pelyva szertefelhöz / az iszap átszorog (...)*
(Lackfi János: Szent Margit legendája)

A kérdőívben szereplő minden szóhoz jellemzően ugyanazok az oktatásukra vonatkozó kérdések szerepeltek, úgymint:

- *Mi a véleménye a fenti szavak lehetséges feltűnéséről az oktatásban?*
- *Lehet-e, kell-e említést tenni róluk magyarórán?*
- *Ha igen, miért és milyen témakörökhöz kapcsolódóan? Ha nem, miért nem?*

A következőkben ezekhez a kérdésekhez kapcsolódó tanári attitűdök bemutatására kerül sor, különös tekintettel a szépirodalmi vs. köznyelvi neologizmusok megítélésére. Elmondható, hogy a kapott válaszok alapján háromfajta attitűd rajzolódott ki (Sólyom 2015b: 79–80, a vélemények után egy-egy vonatkozó válasz olvasható):

I. Ennek a véleménynek a képviselői elismerték, hogy kell, hasznos beszélni az ilyen típusú szavakról, hiszen a diákok nyelvében nap mint nap feltűnnek ezek, ugyanakkor nem adták meg a használati területet, nem utaltak a stílus adekvátságára; főként a neologizmusok érdekességét, a diákok életkorához kapcsolódását hangsúlyozták. Például:

(4) *Érdemes említést tenni a tanítási órákon ezekről vagy hasonló szavakról (...). A tanulónak érdekes is, ha hozzá közelebb álló dolgokról beszélünk.*

II. A következő típusú vélemény képviselői már kiemelték a szituáció fontosságát, a kommunikációs helyzet szerepét, és általában így vélekedtek: érdemes beszélni a neologizmusokról, de meg kell említeni, hogy milyen kommunikációs szituációban alkalmazhatók, alkalmazandók. Például:

² A NAT vonatkozó részeit l. http://ofi.hu/sites/default/files/attachments/mk_nat_20121.pdf

(5) *Mindenképpen célszerű említést tenni róla, hiszen a fiataloknak meg kell tanulniuk, hogy milyen fórumon milyen nyelvi stílust használjanak, használhatnak.*

III. Ennek a típusú válasznak a képviselői olyan vélekedésüknek adtak hangot, amely poétikai szempontból is elgondolkodtató. Véleményük szerint ugyanis a kérdőív bizonyos szavai „helytelenek”, „hibásak”, semmiképpen nem szabad beszélni róluk magyarórán. Ebbe a csoportba egyértelműen a kérdőív köznyelvi (sajtó- és reklámanyelvi, internetes társalgásból származó) példáit sorolták. Például:

(6) *Az 1–6. kiemelt szavait [ezek voltak a köznyelvi neologizmusok – S. R.] kerüljük, példaként ne adjuk. Tudjuk, hogy a köznyelvben használják, de irodalmi szövegalkotásnál véleményem szerint nem elfogadhatók.*

Ezek az adatközlők ugyanakkor bizonyos szavakat érdekeseknek, a tanítási folyamat során hasznosnak tartottak – ezek a neologizmusok voltak jellemző módon a két szépirodalmi idézetben megjelölt szavak. Például:

(7) *7–8. mondat [szépirodalmi példák – S. R.]: jó dolog érdekes új szavakat kitalálni, „alkotni”.*

A fent bemutatott részeredmények tehát egyértelműen arra utalnak, hogy a megkérdezett tanár szakos adatközlők véleménye szerint az, ami írói, költői (például az említett hapaxok), „szép”, tanítandó, tanítható, míg más (bár ugyanolyan szóalkotási mód segítségével létrejött) neologizmusok inkább „kerülendők” az oktatás során. Ez a kérdés további, mélyebb elemzést igényel a jövőben, további szépirodalmi szövegek bevonásával.

6. Az ismertetett módszer felhasználási lehetőségei poétikai elemzésekben

Mint az előzőekben ismertetett eredményekből látható, a köznyelvi és szépirodalmi neologizmusok vizsgálatában nagyon gyümölcsöző tud lenni a befogadói folyamatok tapasztalatiságára támaszkodó kérdőívezés, majd az így nyert adatokból történő komplex elemzés a fogalmi integráció folyamatában. Azt ugyanakkor hangsúlyozni kell, hogy az egy-egy ábrán megjelenő jellemzők – például a stílus szociokulturális tényezőire vonatkozó adatok – egy-egy pillanatnyi nyelvállapotot tükröznek; valószínű tehát, hogy egy másik időpontban, például egy néhány év múlva megismételt felmérés eredményeiben eltérések mutatkozhatnak, éppen a befogadói tapasztalat említett változása miatt. Ez az oka annak, hogy a felméréseket célszerű időről időre megismételni, akár újabb szempontok bevonásával is, a már régebben elemzett, illetve a nyelvbe újabban bekerült neologizmusok esetében.

Az elmondottak összhangban vannak a poétikai szerkezetek ikonikusságának azon tulajdonságával, amely szerint a befogadás folyamatában különösen fontos szerep

jut az átéltek tapasztalatiságának. Margaret Freeman a fogalmi integráció szerepével kapcsolatban az alábbi módon összegez: „Véleményem szerint az a speciális megértés, amelyet poétikai ikonicitásnak nevezek, következményes jellegű, nem pedig oki, nem »másolás« értelemben vett módon jellegzetes, hanem olyan esztétikai ikonicitás, amelyet a teljes szimbolikus reprezentáció alkalmazása során érünk el azért, hogy megragadjuk és kifejezzük forma és érzés viszonyát. (...) A poétikai ikonicitás akkor érhető el, amikor a megélt tapasztalat jelen pillanatába történő érzelmi bevonódás formába öntése a komplex blend létrehozásának formájában fejeződik ki, amely a költemény egésze (Freeman 2012: 2, saját fordítás). Tény ugyanakkor, hogy a jelen dolgozatban bemutatott elemzési, ábrázolási módszereket poétikai elemzések esetében tovább lehet és kell fejleszteni éppen a Freeman által említett következményes jelleg miatt. Ezt a jelleget viszont nagyon jól tudják reprezentálni a befogadók által megadott vonatkozó válaszok, így ha további módszerekkel, például gyakorisági vizsgálatokkal, illetve az adatközlőkkel végzett további, kérdésfeltevésen, interpretáción, a poétikai mű befogadásához kapcsolódó tapasztalatokon alapuló elemzésekkel lesznek kiegészítve, eredményesen alkalmazhatók a poétikai elemzések terén is.

A fentieket összegezve feltételezhető, hogy a fogalmi integráció keretében történő elemzés nemcsak írott szépirodalmi szövegek, hanem olyan változékony műfajok esetében is jól alkalmazható, mint például a slam poetry-típusú rögtönzés. Az ilyen típusú a műfajok esetében mind a szerző (előadó), mind a befogadók jelentés- és stílustulajdonítása is eredményesen tanulmányozható a fent bemutatott empirikus adatgyűjtési módszerekkel; a fogalmi integráció folyamatának modellezésével pedig tanulmányozhatóvá és grafikus módon is ábrázolhatóvá válhatnak olyan jellemzők, mint a kreativitás (vö. Benczes 2014), a szemantikai leképezések, a stilisztikai jellemzők, az ikonikusság, valamint a befogadói attitűdök.

Irodalom

- Benczes Réka 2014. Nyelvi kreativitás és motivációs tényezők a metaforikus és metonimikus összetételekben. In: Havas Ferenc – Horváth Katalin – Kugler Nóra – Vladár Zsuzsa (szerk.): *Nyelvben a világ: Tanulmányok Ladányi Mária tiszteletére*. Budapest: Tinta Könyvkiadó. 31–39.
- Croft, William 2000. *Explaining language change. An evolutionary approach*. Harlow, New York: Longman.
- Cuddon, John Anthony 1977. *A dictionary of literary terms*. London: Andre Deutsch.
- DS = Wales, Katie 1990. *A dictionary of stylistics*. London, New York: Longman.
- Fauconnier, Gilles – Turner, Mark 1998. *Principles of conceptual integration*. In: Koenig, Jean-Pierre (ed.): *Discourse and cognition*. Stanford, California: CSLI Publications. 269–283.
- Fauconnier, Gilles – Turner, Mark 2002. *The way we think*. New York: Basic Books.

- Fauconnier, Gilles – Turner, Mark 2009. *Mental spaces and conceptual blending* (előadás). <http://case.edu/artsci/cogs/LSA-8jul09-1.pdf>
- Freeman, Margaret 2012 [2009]. Blending and beyond: Form and feeling in poetic iconicity. In: Isabel Jaén – Julien Simon (eds.): *Cognitive literary studies: Current themes and new directions*. Austin: Texas University Press. 127–143.
https://www.researchgate.net/publication/228174292_Blending_and_Beyond_Form_and_Feeling_in_Poetic_Iconicity
- Keller, Rudi 1990. *Sprachwandel: von der Unsichtbaren Hand in der Sprache*. Tübingen: Francke.
- Kozocsa Sándor Géza 2008. Neologizmus. In: Szathmári István (főszerk.): *Alakzatlexikon. A retorikai és stilisztikai alakzatok kézikönyve*. Budapest: Tinta Könyvkiadó. 425–428.
- Kövecses Zoltán 2005. *A metafora. Gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe*. Budapest: Typotex Kiadó.
- Kövecses, Zoltán 2015. *Where metaphors come from. Reconsidering context in metaphor*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Kövecses Zoltán – Benczes Réka 2010. *Kognitív nyelvészet*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Kramer, Olaf 2003. Neologizmus. In: Ueding, Gert (ed.): *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. 210–217.
- Lakoff, George – Johnson, Mark 1980. *Metaphors we live by*. Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Minya Károly 2003. *Mai magyar nyelvújítás – szókészletünk módosulása a neologizmusok tükrében a rendszerváltozástól az ezredfordulóig*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Scott, A. F. 1965. *Current literary terms*. London, Melbourne, Toronto: Macmillan.
- Shipley, Joseph T. 1970. *Dictionary of world literary terms*. London: George Allen & Unwin Ltd.
- Sólyom Réka 2012. Fórumszövegek vizsgálata: neologizmusok elemzése a szemantikai felépítés és a stílus szociokulturális rétegzettségének vonatkozásában. In: Tátrai Szilárd – Tolcsvai Nagy Gábor (szerk.): *A stílus szociokulturális tényezői. Kognitív stilisztikai tanulmányok*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem. 263–299.
- Sólyom Réka 2013. „Ez király! Lájkold!”. Neologizmusok külföldiek magyarnyelvtanulásában. *THL2 – Journal of Teaching Hungarian as a 2nd Language and Hungarian Culture / A magyar nyelv és kultúra tanításának szakfolyóirata*. 2013/1–2. 66–74.
- Sólyom Réka 2014. *A mai magyar neologizmusok szemantikája. Nyelvtudományi Értekezések* 165. sz. Budapest: Akadémiai Kiadó.

- Sólyom Réka 2015a. Stílus és fogalmi integráció főnév→melléknév szófajváltással keletkezett magyar neologizmusokban. *Magyar Nyelvőr* 139: 214–224. <http://nyelvor.c3.hu/period/1392/139209.pdf>
- Sólyom Réka 2015b. Nyelvi változás, kreativitás és megértés. Napjaink magyar nyelvének neologizmusairól. *Hungarológiai Közlemények* 16 [4]: 65–83.
- SWB = Wilpert, Gero von 1989. *Sachwörterbuch der Literatur*. Stuttgart: Alfred Kröner Verlag.
- Terestyéni Ferenc 1958. A neologizmusok. In: Fábrián Pál – Szathmári István – Terestyéni Ferenc. *A magyar stilisztika vázlatja*. Budapest: Tankönyvkiadó Vállalat. 48–52.
- Tolcsvai Nagy, Gábor 2005. *A cognitive theory of style*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Tolcsvai Nagy Gábor 2012. A stílus szociokulturális tényezőinek kognitív nyelvészeti megalapozása. In: Tátrai Szilárd – Tolcsvai Nagy Gábor (szerk.): *A stílus szociokulturális tényezői. Kognitív stilisztikai tanulmányok*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem. 19–49.
- Ueding, Gert (Hrsg.) 2001. *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Zsemlyei János 1996. *A mai magyar nyelv szókészlete és szótárai*. Kolozsvár: Erdélyi Tankönyvtanács.

The role of questionnaires in cognitive semantic and stylistic analyses

The paper deals with the role and the function of questionnaires in the case of analyses that have been carried out by the author in the last eleven years concerning the semantic and stylistic features of present-day Hungarian neologisms. Based on a functional-cognitive definition of neologisms, the study suggests that a graphical representation of a neologism's semantic-stylistic structure can be elaborated with the help conceptual integration theory, based on informants' relevant answers. Furthermore, by referring to the results of a survey conducted among teachers, the paper adds a possible viewpoint to the analysis of poetic characteristics in the case of nonce words (hapax legomena) in poems written by contemporary Hungarian poets.