

ÖSSZEFOGLALÓ

A javaslat vagy felajánlás (offer) egy jól ismert beszédaktus, mellyel a hétköznapi kommunikációtól kezdve a reklámokig találkozhatunk. Ez a beszédaktus a jordán kultúrában kitüntetett szerepet játszik, mindeközben azonban nem vizsgálták komplex módon.

A jelen kutatás elméleti, empirikus és összehasonlító perspektívából közelíti meg a témát. Az elméleti perspektíva a javaslat beszédaktusának leírására összpontosít korábbi elméleti megfontolások és empirikus kutatások alapján, majd a javaslat jellemzőinek lehetséges elrendeződését vizsgálja fel a szalienencia és a performancia fogalmainak segítségével jordán arab szempontból.

A kutatás második, empirikus perspektívája azt vizsgálta, hogy a jordán arab javaslat beszédaktusa hogyan jelenik meg három különböző korpuszban. (1) 100 utazási és turisztikai témájú Facebook hirdetésben; (2) 100 'Open Market' weboldallal származó ingatlan hirdetésben, melyek szerzője magántulajdonos vagy ingatlanügynök; (3) 100 jordán arabok által kitöltött diskurzuskiegészítő tesztben, amely tíz szituációt tartalmazott. A három korpusz adatait kvantitatív-kvalitatív vizsgálatnak lett alávetve: az adatokat számszerűsítve táblázatba foglaltam, hogy a javaslati stratégiák, az azokat megvalósító nyelvi mintázatok, és az udvariassági stratégiák apró különbségei nyilvánvalóvá váljanak. Mivel a jordán arab javaslat kutatása igencsak gyermekcipőben jár, két nyelvi taxonómiát hoztam létre, hogy az írásbeli és a szóbeli javaslat folyamatának adatelemzése megvalósítható legyen.

Az adatok elemzése azt mutatja, hogy a jordán kultúra hatással van nemcsak a javaslati stratégia meghatározására, hanem az udvariassági módosítási stratégiák kiválasztására is. Mindhárom korpuszban a közvetlen javaslat bizonyult a leggyakoribbnak. Az udvariassági stratégiák használata a Facebook és az Open Market esetében is a platform és a javasolt dolog függvényében változott. A szóbeli javaslatok alapos elemzésnek lettek alávetve, mely azt mutatja, hogy a javaslatban/felajánlásban használt udvariassági módosítókat a címzett társadalmi-kulturális tulajdonságai határozzák meg, úgy mint a kor, a társadalmi státusz és a nem.

Ebből az következik, hogy a jelen kutatás megkérdőjelezi Brown és Levinson (1987) arcvédő udvariasság-elméletének univerzális érvényességét, mivel az nem vette figyelembe a kor és a nem változóit, amely pedig a jordán arab számára meghatározza az udvariasság mértékét.

A harmadik perspektíva az írásbeli és a szóbeli javaslat eredményeit veti össze. A három korpusz egyaránt mutat hasonlóságokat és különbségeket is. Ezek alapján négy fő következtetés vonható le: (1) a jordán arab javaslat arcvédő és arcfenyegető is lehet, amelyek (2) direkt és indirekt módon valósulnak meg. (3) A jordán arabban a közvetlen javaslat népszerűbb mint az indirekt, valamint (4) az udvariasság a meggyőzés jelenségével is kapcsolatban áll.

Kulcsszavak: javaslat beszédaktusa, nyelvi udvariasság, jordán arab nyelv, közvetlen javaslat, meggyőzés.