

Szegedi Tudományegyetem
Nyelvtudományi Doktori Iskola
Elméleti Nyelvészet Program

Szabó Éva

A nyelvi benyomáskeltés empirikus vizsgálati
lehetőségei:
Pragmatikai megközelítés

Tézisek

Témavezető:
Prof. Dr. Németh T. Enikő
tanszékvezető egyetemi tanár

Szeged

2023

1. Az értekezés témája, célja és felépítése

Az értekezés célkitűzése a magyar anyanyelvű nyelvhasználók nyelvi benyomáskeltési törekvéseinek feltérképezése a szociálpszichológiai és a pragmatikai megközelítések együttes alkalmazásával, a különböző adatgyűjtési módszerek által nyert adatok elemzésével a politikai diskurzusokban, valamint a hétköznapi nyelvhasználatban előforduló benyomáskeltési taktikák feltárása.

A dolgozat létrejöttét elsősorban azon szociálpszichológiai és pragmatikai kutatások motiválták (pl. Brown–Levinson 1978, 1987; Jones–Pittman 1982; Leary 1995; Leech 1983; Locher–Watts 2005; Nemesi 2000, 2011; Schlenker 1980; Spencer-Oatey 2000, 2002; Verschueren 1999), melyekben a (gyakran implicit módon) megjelenő benyomáskeltés kérdésköre felfedezhető. A korábban megállapított nyelvi benyomáskeltési stratégiák (vö. Archer 2018; Gordon 2011; Lorenzo-Dus 2005; Nemesi 2011) eltérnek egymástól, amit egyfelől a teoretikus háttérük, a különböző kutatási módszerek, az elemzett diskurzusműfajok sajátosságai magyaráznak. Másfelől a korábban vizsgált korpuszokban szereplő megnyilatkozások forrásai más motivációval rendelkeznek, emellett a szociokulturális kontextusuk is eltérő, ebből fakadóan a nyelvi benyomáskeltés leírása szükségesnek bizonyult. A nyelvi benyomáskeltés interperszonális és egyúttal racionális jelenség, mivel nem pusztán a társalgás személyközi funkciójával magyarázható, hanem az interlokútorok nyelvi eszköztáron belüli választásait racionális célok is vezérlik (vö. Nemesi 2000, 2011; Verschueren 1999). Emellett a beszélők a társadalmi normáknak kívánnak megfelelni, udvariasnak vagy udvariatlannak vélt nyelvi elemeket használnak abból a célból, hogy a kívánt értékítéletet kiváltsák a partnerekből, és a partnerek visszajelzései megerősítsék az énmegjelenítésükről alkotott képet.

Noha feltehetőleg a benyomáskeltési eljárások száma korántsem meghatározható és egyúttal az eljárások halmaza bővíthető, hiszen a (lehetséges) beszélői motivációk, a kivetíteni szándékozott képzetek és az interakciók változatossága miatt újabb, s újabb benyomáskeltési taktikákat is megfogalmazhatunk, e dolgozat arra törekszik, hogy többféle, különböző adattípusok és forrástípusok alkalmazásával élesebb képet nyújtson a benyomáskeltés jellegéről.

A disszertáció a következőképpen épül fel. Az első fejezet a disszertáció témáját, célkitűzéseit, a kutatási kérdéseket és hipotéziseket, illetve az adatgyűjtést taglalja. A második fejezetben az elméleti háttérrel ismertetem, körüljáróm a szociálpszichológiai és a nyelvészeti megközelítéseket a benyomáskeltés tükrében. Röviden felvázolom a szociálpszichológia

tárgyát és a benyomáskeltésre (vagy énmegjelenítésre) vonatkozó szociálpszichológiai definíciókat, valamint az általuk megnevezett benyomáskeltési stratégiákat/taktikákat. Emellett leírom a benyomáskeltés helyét és szerepét a nyelvészetben, részletesen ismertetem a pragmatikaelméletek egyik népszerű ágazatát, az udvariasság/udvariatlanság-elméleteket és azok lehetséges viszonyát a benyomáskeltéssel. Továbbá meghatározom az általam alkalmazott nyelvi benyomáskeltés definícióját. A harmadik fejezetben a politikai vitaműsorokat elemzem a nyelvi benyomáskeltés szempontjából, korábbi kutatásokat módosítva és kiegészítve. A politikai vitaműsorok feldolgozásával egyidejűleg megvizsgálom a nyelvi viselkedést és az egyidejű beszéd pragmatikai funkcióját. Áttekintem a nyelvi választásokat a szavak és a szintaktika szintjein. A harmadik fejezet tartalmaz egy kitekintő szakaszt, mely nem tartozik szervesen a disszertáció gondolatmenetéhez, ugyanakkor a benyomáskeltés jelenségéhez különösképpen, mivel ebben a fejezetben röviden bemutatom a nem verbális viselkedés szerepét, illetve a politikai vitaműsorok feldolgozásával párhuzamosan létrehozott multimodális annotációs keretet, mely a beszélgetőműsorokban megjelenő kézi gesztusok leírására szolgál. Továbbá heurisztikusan megállapítom ebben a specifikus műfajtypusban megjelenő benyomáskeltési taktikákat, illetve az eltérő benyomáskeltési eljárásokat. A negyedik fejezetben a kérdőíves felmérés céljait, módszerét és eredményeit ismertetem. A kérdőíves felmérés célja annak vizsgálata, hogy a politikai vitaműsorokban elhangzott megnyilatkozások milyen benyomást keltenek a magyar anyanyelvű fiatal felnőttekben. E kérdőív újdonságnak minősül a benyomáskeltési vizsgálatokban, mivel a benyomáskeltés értékelői oldalára fókuszál, megvizsgálja az egyes benyomások (értékelések) és nyelvi elemek közötti lehetséges kapcsolatot. A következő szakaszban az általam létrehozott, a nyelvi benyomáskeltésre fókuszáló 20 szituációt tartalmazó, a benyomáskeltés produkciós oldalára fókuszáló diskurzuskiegészítéses tesztet, a felvétel során tapasztalt módszertani problémákat és a teszteredményekből meghatározható nyelvi benyomáskeltési taktikákat tárgyalom. E teszt szintén újdonságnak tekinthető a benyomáskeltés vizsgálatában. Míg az előző szakaszokban a politikai vitaműsorokban megjelenő nyelvi benyomáskeltést és taktikáit jellemzem, a diskurzuskiegészítéses teszt a hétköznapi nyelvhasználatot veszi górcső alá, a szituációk a magyar egyetemisták lehetséges élethelyzeteire vonatkoznak. A korábbi szakirodalomban megnevezett taktikák jelentős mértékben megjelennek a teszt eredményeiben, emellett újabb taktikák is megnevezhetők. Ezt követően a két különböző diskurzustípust (politikai és hétköznapi) összehasonlítom, összevetem az elemzési módszereket, illetve bemutatom és illusztrálom a nyelvi benyomáskeltés szempontjait. Az utolsó fejezetben összegzem a

disszertáció eredményeit.

2. Elméleti háttér

Az értekezés a (nyelvi) benyomáskeltés vizsgálata során szociálpszichológiai és (szocio)pragmatikai szempontokat vesz figyelembe.

A szociálpszichológiai megközelítések többféleképpen értelmezik a benyomáskeltés jelenségét, ugyanakkor az értelmezésekben közös azon megállapítás, hogy az egyén egy bizonyos képet bocsát ki az interakciókban, tudatosan vagy nem tudatosan befolyásolja a saját magáról kibocsátott információkat, emellett az egyén benyomáskeltési törekvései egy adott bánásmódot eredményeznek. A benyomáskeltés köré különböző viselkedési módok, minták szerveződnek, melyeket benyomáskeltési stratégiának vagy taktikának nevezhetünk (pl. Goffman 1955/2008; Leary 1995; Leary–Kowalski 1990; Schlenker 1980; Schlenker–Pontari 2000; Schneider 1981). A benyomáskeltés a nyelvhasználatra is leképeződik és nyelvi benyomáskeltési stratégiák/taktikák nevezhetők meg (vö. Nemesi 2000, 2011). A szociálpszichológiában is megnevezett stratégiák kiindulópontként szolgálva átfedésben állnak a pragmatikairodalomban megnevezett mintákkal (vö. Archer 2018; Nemesi 2011). A nyelvi benyomáskeltéssel foglalkozó munkák rendszerint építkeznek vagy merítenek az udvariasságkutatások (elsősorban a klasszikus és a diszkurzív modellek) eredményeiből és terminológiai apparátusából (vö. Archer 2018; Chovanec 2021; Lorenzo-Dus 2005; Nemesi 2000, 2011; Pap 2011). A pragmatikában a benyomáskeltés jelenségét elsősorban egy adott korpuszon vagy diskurzusműfajon belül vizsgálják, az eredményeik és a felvázolt taxonómiáik pedig el is térhetnek egymástól (pl. File 2018; Gordon 2011; Lorenzo-Dus 2005), mely abból fakad, hogy a benyomáskeltésnek feltehetőleg vannak kultúra- és diskurzusspecifikus megvalósulási formái is (vö. Nemesi 2000). A magyar hétköznapi nyelvhasználatra vonatkoztatott Nemesi-féle (2011) nyelvi benyomáskeltési stratégia-definíció és az általa megnevezett taktikák szolgálnak az értekezés kiindulópontjaként, mivel e taxonómia a szociálpszichológiai és pragmatikai megközelítések alapján átfogó képet nyújt a beszélői motivációk és a nyelvi választások köré csoportosuló nyelvi benyomáskeltési taktikákról.

3. Az értekezés adatforrásai, kutatási kérdései és hipotézisei

A vizsgálat során különböző adatforrásokat alkalmaztam, melyek a következők: (1) politikai vitaműsorokból álló multimédiás korpusz, (2) kérdőíves felmérés a politikai vitaműsorok alapján, (3) diskurzuskiegészítéses teszt, illetve a nem verbális viselkedésre kitérve (4) multimodális annotációt is bemutatok. A nyelvi benyomáskeltést empirikus és kvalitatív vizsgálatnak vettem alá kétféle adatgyűjtési módszerrel, multimédiás korpusszal és elicitált adatokkal (diskurzuskiegészítéses teszt, kérdőív) dolgozva, továbbá az elemzések során a saját intuícióimra is támaszkodom. A teljes adathalmaz létrehozását több szempont indokolta. Az egyik szempont az, hogy a különböző adatgyűjtési módszerekkel nyert adatok egyesítése megalapozottabb eredményekhez vezethet (vö. Bednarek 2011). A második szempont, hogy a benyomáskeltés jelensége feltételezhetően megjelenik a televíziós beszélgetőműsorokban, a benyomáskeltési szándék és motiváció tulajdonítása a politikusok és politikáról gondolkodók számára indokoltnak tűnik. Emellett a multimédiás korpuszban szereplő videók kontextusa, a szociokulturális tényezők és a társalgás holisztikusan elérhető az elemzéshez, valamint a vizsgált videók mások számára is hozzáférhetőek. A diskurzuskiegészítéses teszt létrehozásának háttérében azon szempont húzódik meg, hogy az elicitált adatok segítségével minél több nyelvhasználó benyomáskeltési módszerei váljanak vizsgálhatóvá eltérő szociológiai változók bevonásával.

Mindhárom adatgyűjtési mód más-más elemzési módszert követelt, eltérő hipotézisek igazolására/cáfolására szolgált, valamint más kutatási kérdés megválaszolására volt alkalmazható (vö. Kertész–Rákosi 2012). Az adatgyűjtés és az adatok további, új kutatási kérdéseket eredményeztek.

A multimédiás korpusz tizenhat, eltérő politikai vitaműsört tartalmaz, összesen 598 percet ölel fel. A műfaj jellegzetességeiből fakadóan a politikai vitaműsorok diszkurzív és szituatív megkötésekkel rendelkeznek (Ilie 2001). A (nyelvi) benyomáskeltéshez rendelhető stratégiák megjelölése elsősorban a vizsgált műfajtól, az adatgyűjtési módtól függ, egyúttal a korpuszban szereplő nyelvhasználók identitása (vö. Spencer-Oatey 2000), a társadalomban betöltött szerepük és a hozzájuk rendelhető szociológiai változók elengedhetetlen szempontok a stratégiák felállításában. Ebből kiindulva a hipotéziseim a következők a multimédiás korpuszra vonatkozóan:

- (i) politikai vitaműsorokban a műfaj jellemzőiből fakadóan adott (akár eltérő)

benyomáskeltési taktikák fedezhetőek fel,
(ii) a műfaj hatással van a nyelvi elemek közötti választásra.

A vitaműsorok meghallgatása, az adatok feldolgozása és lejegyzése során szembetűnő volt az egyidejű beszéd gyakorisága, mely a következő hipotézisekhez vezetett:

(iii) az egyidejű beszéd és/vagy félbeszakítás jelentős mértékben irányította a vita menetét,
(iv) az egyidejű beszéd kettéválasztását meghatározza a kimenetele.

Az említett hipotézisekhez a következő kutatási kérdések társulnak:

- (I) Milyen benyomáskeltési törekvésekkel rendelkeznek a beszélők a politikai vitaműsorokban?
- (II) Milyen kapcsolat áll fenn a nyelvi választások és a benyomáskeltés között a politikai vitaműsorokban?
- (III) Az egyidejű beszéd milyen szerepet tölt be a vizsgált politikai vitaműsorokban?
- (IV) Milyen pragmatikai funkciókkal rendelkezik az egyidejű beszéd?

A második adatforrásként jelölt kérdőíves felméréssel egy, a (szociál)pszichológiában, a szociolingvisztikában vagy a neveléstudományban is gyakran alkalmazott attitűdvizsgálatot hajtottam végre. A létrehozott kérdőíves felmérés elsődleges funkciója az, hogy megvizsgáljam, milyen értékítéletet váltanak ki a politikai vitaműsorokban elhangzott megnyilatkozások a magyar anyanyelvű fiatal felnőttekben, egyúttal a kérdőív eredményeit összevetthessem az intuícióimmal, továbbá feltárjam, vannak-e olyan nyelvi és nyelvhasználati elemek, amelyek hatással bírnak a benyomáskeltésre, és ha igen, az attitűdök milyen irányba mozdulnak. A kérdőíves felmérést 40 fő, 18–26 év közötti adatközlő töltötte ki, akik érettségivel vagy már diplomával rendelkeznek. A vizsgálatban feltártam az értékelendő megnyilatkozásokban szereplő nyelvi és nyelvhasználati eszközöket, illetve a megnyilatkozáshoz társítható benyomáskeltési taktikát. A kérdőíves felmérés háttérében elsősorban a következő feltevések állnak:

(v) a nyelvi és nyelvhasználati elemek közötti manőverezés befolyásolja, hogy milyen képet alkotunk a beszélőről,

(vi) a megnyilatkozások a szövegkörnyezetből kiemelve, a nyelvi és nyelvhasználati eszközök által hasonló értékítéletet váltanak ki a hallgatóból/olvasóból.

E két hipotézis az alábbi három kutatási kérdést eredményezi:

(V) Milyen értékítéletet váltanak ki a politikai vitaműsorokban elhangzott megnyilatkozások a magyar anyanyelvű fiatal felnőttekben?

(VI) Vannak-e olyan nyelvi és nyelvhasználati elemek, amelyek hatással bírnak a benyomáskeltésre?

(VII) Amennyiben igen, az attitűdök milyen irányba mozdulnak?

A kutatás harmadik adatforrásaként nyílt végű/strukturálatlan diskurzuskiegészítéses tesztet alkalmaztam (vö. Labben 2016), mivel ezzel elkerülhető az adatközlő befolyásolása. Az adatközlő a saját intuíciói alapján formálhatja a diskurzus kimenetét és szabadon kiválaszthatja a számára legmegfelelőbb nyelvi és nyelvhasználati eszközt, benyomáskeltési taktikát.

A diskurzuskiegészítéses teszt 20 szituációt tartalmazott. Az adatközlők a Szegedi Tudományegyetem *Bevezetés a nyelvtudományba* c. kurzus hallgatói voltak. Összesen 72 egyetemista hallgató vett részt a vizsgálatban, 18–23 év közötti 55 nő és 17 férfi. A diskurzuskiegészítéses teszt létrehozását az alábbi két hipotézis motiválta:

(vii) a korábbi, beavatkozásmentes módszereken kívül más módszerrel is érdemes vizsgálni a nyelvi benyomáskeltést, noha nem a folyamatban lévő társalgásra fókuszál a DCT, viszont arra alkalmas, hogy az adatközlők a korábbi tapasztalataikra való hivatkozás mellett akár gondolatkísérletet vigyenek véghez, miszerint miképp viselkednének az adott szituációban.

(viii) További benyomáskeltési taktikák is felfedezhetők a társalgásban a korábbi szakirodalomban említett motívumok mellett.

A diskurzuskiegészítéses tesztből nyert eredmények az alábbi kutatási kérdések megválaszolására szolgálnak:

(VIII) Vannak-e szükséges és elégséges feltételei a benyomáskeltésnek, milyen feltételek mellett valósul meg szükségszerűen a benyomáskeltés?

(IX) Feltárható-e a benyomáskeltési motiváció a nyelvi viselkedés mögött?

(X) Egy adott szituációban a beszélők választása egy meghatározott taktikára esik-e, azaz megjósolható-e a benyomáskeltés?

(XI) Milyen benyomáskeltési taktikák nevezhetőek meg a DCT szituációi alapján?

A disszertáció adatforrásainak, kutatási kérdéseinek és hipotéziseinek bemutatását követően a továbbiakban tekintsük a kutatás elemzési módszereit és az értekezés eredményeit.

4. Az adatok elemzése

A multimédiás korpuszban észlelhető, hogy a beszélők önmagukon és csoportjukon kívül a befogadóban más jelenségekről, illetve személyekről alkotott képzeteket is befolyásolják, ezért a benyomáskeltés definíciója kiterjeszhető. Nemesi (2011: 106) taxonómiájában kiemeli azt, hogy a rövidebb távra vonatkozó, a közvetlen cél pillanatnyi elérését célzó mintákat taktikaként érdemes jelölni, a stratégiát pedig hosszabb távra szóló eljárásnak. A politikai vitaműsorok dinamikus diskurzusok, viszont a résztvevők szereplései hosszabb távra is szólnak, emellett a beszélői szándék teljes feltárására a korpusz alkalmatlan, így az egyértelműség érdekében Nemesihez (2011: 106) hasonlóan a nyelvi benyomáskeltést mint általános stratégiát jelölöm, ám a definíciót az alábbiakra módosítom:

Nyelvi benyomáskeltési stratégia:

A nyelvhasználók – tudatosan vagy nem tudatosan – olyan nyelvi és nyelvhasználati eszközöket alkalmaznak, amelyek szerintük alkalmasak egy bizonyos, általuk vágyott társadalmi kép/kialakítására vagy megerősítésére, egyúttal egy vágyott bánásmód elérésére.

A stratégia megragadásához a szociálpszichológiai szempontok mellett a pragmatikaelméletekben megfogalmazott, a társas interakciókra vonatkozó elvekre és jelenségekre támaszkodom, a benyomáskeltést racionális és interperszonális tevékenységként kezelem. Emellett a taktikák meghatározásában elsősorban a nyelvi viselkedést, a beszélő és a

hallgató arculatát, valamint a nyelvi és nyelvhasználati eszközök közötti választási lehetőséget veszem figyelembe (vö. Brown–Levinson 1978, 1987; Grice 1975; Leech 1983; Locher–Watts 2005; Spencer-Oatey 2000, 2002; Verschueren 1999). A vitaműsorokban megfigyelt mintázatok alapján különböző taktikákat jelölök meg, amelyeket az egyéni intuícióm alapján heurisztikus módszerrel alakítottam ki.

A kérdőíves felmérés kvalitatív paradigmát követ, alapját a multimédiás korpuszban elhangzott megnyilatkozások alkotják. Az adatközlőknek 20, tulajdonságok köré csoportosuló kérdésekre vonatkozó válaszkála alapján kellett értékelniük a megnyilatkozásokat ötfokozatú Likert-skálán. Az eredményeket manuálisan dolgoztam fel, az elemzés során megvizsgáltam, hogy a megnyilatkozások esetében a különböző állításokra adott értékelések a pozitív vagy a negatív irányba mozognak-e, ezt követően pedig összefoglaltam a megnyilatkozásokban szereplő nyelvi és nyelvhasználati eszközök lehetséges hatását az értékelésekre.

A diskurzuskiegészítéses tesztben szereplő szituációk rendkívül különbözőek mind horizontális, mind vertikális szempontból, egyúttal a szituációkban az adatközlőknek más-más beszédhelyzetbe kellett beleképzelniük magukat, a képzelt szituációban más céllal is kellett rendelkezniük. Ugyanakkor az adatok feldolgozása során is szembeűnő volt, hogy a válaszok között vannak bizonyos minták, amelyek ismétlődnek egy-egy szituációban, ezért a szituációkra adott válaszokat lehetséges, a nyelv által megvalósított cselekvési útvonalakként rendszereztem, meghatározva a szituáció által meghatározott lehetséges beszélői célokat.

5. Az értekezés eredményei

A következő pontokban a disszertáció fontosabb eredményei olvashatók az adatforrások tükrében.

Multimédiás korpusz:

1. A korpuszt alkotó politikai vitaműsorok alapján hét benyomáskeltési taktika különíthető el, melyek a következők: (1) identitásprojekció, (2) az érdekesség képzetének megteremtése és szellemesség, (3) a műveltség és tájékozottság kifejezése, (4) a múltbeli események felemlítése, (5) (szak)tekintélyre való hivatkozás, (6) attitűd kifejezése, (7) nyelvi agresszió. Az utóbbin belül három altaktikát neveztem meg: (a) negatív attitűd kifejezése a partner cselekvésével és/vagy kompetenciájával kapcsolatban, (b) partnertől való eltávolodás vagy a partner csoportjától való eltávolodás, (c) az egyet nem értés maximalizálása.

2. A taktikák meghatározásában azok funkciója érvényesült, egyúttal a taktikák egymással vagy egymástól függetlenül is megvalósulhatnak, ezért a benyomáskeltés megragadásához szükségesnek bizonyult általános elvek, irányvonalak megjelölése is. A politikai vitaműsorok alapján az arculatovás és az arculatfenyegetés mentén elkülönítettem az asszertív, a defenzív, az offenzív eljárásokat, hipotetikusán pedig a destruktív eljárást jelöltem meg.

3. Az adott nyelvi eszközök alkalmazása a kontextus, az interperszonális viszonyok stb. függvényében eltérő benyomáskeltést valósítanak meg.

4. Megállapítottam, hogy a politikai vitaműsorokban tetten érhető egyidejű beszéd az egyetértés vagy az egyet nem értés kifejezésére, a beszédjog megtartására és/vagy megragadására, a diskurzus menetének alakítására, a partner javítására, az egymást közt lévő interperszonális viszonyok megjelenítésére szolgál.

Kérdőíves felmérés:

5. A kérdőíves felmérés eredményei korlátozott érvényűnek bizonyultak. A kérdőív alapján láthatóvá vált, hogy összességében nincsenek egy-egy benyomáskeltési taktikához inherensen köthető nyelvi és nyelvhasználati eszközök. A válaszok alapján arra következtethetünk, hogy a külső szemlélő holisztikusan interpretálja a megnyilatkozást és annak tartalmát, illetve alkot benyomásokat. Emellett a benyomáskeltő értékelését a résztvevők attitűdjei, világtudása, mentális állapota stb., illetve a nem verbális viselkedés, a kontextus egyaránt befolyásolják.

Diskurzuskiegészítéssel teszt

6. Az adatközlők válaszai azt sugallták, hogy a nyelvi és nyelvhasználati eszközök nem köthetők inherensen benyomáskeltési taktikákhoz, noha vannak olyan elemek, melyek rendszerint inkább egy adott benyomáskeltési taktika megvalósulásakor jelentkeznek, például a túlzás az érdeklődéskeltés során (vö. Nemesi 2011).

7. A nyelvi választások változatosságot mutattak, a diákok jelentős mértékben a forгатókönyvek (pl. a bizonyos beszédhelyzetekhez társuló konvencionizálódott kifejezések) és cselekvési útvonalak mentén kezelték a szituációkat (vö. Goffman 1959). A szituációkra adott válaszok közös maggal, hasonló interakciós céllal rendelkeztek, az adatközlők eltérő taktikákkal és nyelvi, nyelvhasználati eszközökkel manővereztek. Ezt az adatközlők világtudása, korábbi tapasztalatai, egyúttal a személyiségi jegyei is befolyásolhatták.

8. Az adatközlők válaszai alapján több benyomáskeltési taktikát neveztem meg, melyek a következők: (a) az egyén értékeinek, erényeinek hangsúlyozása, kiemelése (műveltség, szorgalom, őszinteség), (b) az egyén hibájának, hiányosságának elhallgatása, minimalizálása, (c) az érdekesség, a humor, a játékosság és a szellemesség kifejezése, (d) valótlan, hamis állítás kifejezése az egyén céljainak elérése érdekében, (e) a saját hiba, hiányosság megosztása az empátia kiváltásának érdekében, (f) az egyén saját álláspontjának, attitűdjének védelmezése, az egyet nem értés kifejezése (értékítélet, minősítés; magyarázat, okok kifejtése; érzelmekre való hatás; részleges elfogadás), (g) az én fölényének védelme, (h) a partner hiányosságának elhallgatása, minimalizálása, (i) a partner arculatának védelmére szolgáló hazug állítás, arcvédő hazugság vagy a valóság elhallgatása (szerénység), (j) a partner értékeinek hangsúlyozása, kiemelése, a partner énképének pozitív erősítése, bók, hízelgés, (k) a társalgás harmóniájára való törekvés, a nézeteltérés elkerülése, (l) a partnerrel való közös háttér megteremtése vagy annak létének kifejezése, (m) a társadalmilag és kulturálisan előírt normák követése (pl. köszönés), (n) érzelmi azonosulás, attitűdök megosztása a partnerrel vagy a partner csoportjával, (o) érzelmi és/vagy erkölcsi eltávolodás a partnertől vagy a partner csoportjától, (p) jóváhagyás (pl. a saját hibáért való felelősségvállalás, tevékenységekre, cselekedetekre adott magyarázat), (q) múltbeli tevékenységek ismertetése, (r) sértés, nyelvi agresszió.

9. Az azonosított taktikák a politikai vitaműsorokhoz hasonlóan általánosabb elvek megvalósítására is szolgáltak. Az asszertív, a defenzív, a destruktív és az offenzív elvek – melyek a benyomáskeltés irányja alapján elkülöníthetők – mellett a patronáló és a helyreállító eljárás is szerepet kapott.

10. Végezetül bemutattam azokat a tényezőket mind a szociálpszichológiai, mind a pragmatikai leírások alapján, melyek jelentős szereppel rendelkeznek a nyelvi benyomáskeltési taktika manifesztálódásában.

Hivatkozások:

Archer, Dawn 2018. Impression management in the Early Modern English courtroom. *Journal of Historical Pragmatics* **19**: (2) 205–222.

Bednarek, Anita 2011. Approaching the data of pragmatics. In: Bublitz, Wolfram – Neal R. Norrick (szerk.) *Foundations of Pragmatics*. Berlin, Boston: DeGruyter Mouton, 537–560.

Brown, Penelope – Stephen C. Levinson 1978. Universals in language usage: Politeness phenomena. In: Goody, Esther N. (szerk.) *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press, 156–289.

Brown, Penelope – Stephen C. Levinson 1987. *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

Chovanec, Jan 2021. Saving one's face from unintended humour: Impression management in follow-up sports interview. *Journal of Pragmatics* **176**: 198–212.

File, Kieran 2018. „You're Manchester United manager, you can't say things like that”: Impression management and identity performance by professional football managers in media. *Journal of Pragmatics* **127**: 56–70.

Goffman, Erving (1955/2008): A homlokzatról. In: Síklaki István (szerk.) *Szóbeli befolyásolás. II. Nyelv és szituáció*. Budapest: Typotex, 11–36.

Goffman, Erving 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, New York: Doubleday Anchor.

Gordon, Cynthia 2011. Impression management on reality TV: Emotion in parental accounts. *Journal of Pragmatics* **43**: 3551–3564.

Grice, H. Paul 1975/1989. Logic and Conversation. In: Grice, H. Paul *Studies in the way of words*. Harvard: Harvard University Press, 22–40.

Ilie, Cornelia 2001. Semi-institutional discourse: The case of talk shows. *Journal of Pragmatics* **33**: 209–254.

Jones, Edward E. – Thane S. Pittman 1982. Toward a general theory of strategic self-presentation. In: Suls, Jerry (szerk.) *Psychological perspectives on the self (Vol. 1)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 231–262.

Kertész András – Rákosi Csilla 2012. *Data and Evidence in Linguistics: A Plausible Argumentation Model*. Cambridge: Cambridge University Press.

Labben, Afef 2016. Reconsidering the development of the discourse completion test in interlanguage pragmatics. *Pragmatics* **26: (1)** 69–91.

Leary, Mark R. 1995. *Self-presentation: Impression Management and Interpersonal Behavior*. Madison: Brown & Benchmark Publishers.

Leary, Mark R. – Robin M. Kowalski 1990. Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin* **107: (1)** 34–47.

Leech, Geoffrey 1983. *Principles of Pragmatics*. London: Longman.

Locher, Miriam A. – Richard J. Watts 2005. Politeness theory and relational work. *Journal of Politeness Research* **1: 9–33**.

Lorenzo-Dus, Nuria 2005. A rapport and impression management approach to public figures' performance of talk. *Journal of Pragmatics* **37: (5)** 611–631.

Nemesi Attila László 2000. Benyomáskeltési stratégiák a társalgásban. *Magyar Nyelv* **96:(4)** 418–436.

Nemesi Attila László 2011. Benyomáskeltési stratégiák, énmegjelenítési taktikák. In: Nemesi Attila László. *Nyelv, nyelvhasználat, kommunikáció*. Budapest: Loisir Kiadó, 91–134.

Pap Andrea 2011. Adalékok a nyelvi benyomáskeltés stratégiáihoz (udvariassági elvek a magyarok nyelvhasználatában). *Magyar Nyelvőr* **135: (1)** 78–89.

Schlenker, Barry R. 1980. *Impression Management. The Self-concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. Monterey: Brooks/Cole Publishing Company.

Schlenker, Barry R. – Beth A. Pontari 2000. The strategic control of information: impression management and self-presentation in daily life. In: Tesser, Abraham – Robert Felson – Jerry M. Suls (szerk.) *Psychological Perspectives on Self and Identity*. Washington DC: American Psychological Association, 199–232.

Schneider, David J. 1981. Tactital self-presentations: toward a broader conception. In: Tedeschi, James T. (szerk.) *Impression management theory and social psychological research*. New York: Academic Press, 23–40.

Spencer-Oatey, Helen 2000. Rapport management: a framework for analysis. In: Spencer-Oatey, Helen (szerk.) *Culturally Speaking. Managing rapport through Talk across Cultures*. London: Continuum, 11–46.

Spencer-Oatey, Helen 2002. Managing rapport in talk: Using rapport sensitive incidents to explore the motivational concerns underlying the management of relations. *Journal of Pragmatics* **34**: 529–545.

Verschueren, Jef 1999. *Understanding Pragmatics*. London: Arnold Publishers.

Az értekezés témakörében megjelent publikációk:

Szabó Éva 2018. Benyomáskeltési stratégiák politikai vitaműsorokban: pragmatikai elemzés. *Jelentés és Nyelvhasználat* **5**: 37–63.

Szabó Éva 2020. A nyelvi agresszió megjelenése politikai vitaműsorokban. *Argumentum* **20**: 31–43.

Szabó Éva 2021. Benyomáskeltési stratégiák osztályozása a grice-i interakcióelmélet szerint. In: Hrenek, Éva; Jani-Demetriou, Bernadett; Korompay, Eszter; Pomázi, Bence (szerk.) *Nyelvi rendszer, diskurzus, oktatás: Tanulmányok a 14. Félúton konferenciáról*. Budapest, Magyarország: ELTE BTK Nyelvtudományi Doktori Iskola (2021) 69–78.

Szabó Éva 2021. Énmegjelenítési stratégiák egyetemisták körében. Egy pilot kutatás eredményeiről. *Jelentés és Nyelvhasználat* **8**: (1) 1–21.

Szabó Éva 2021. Az egyidejű beszéd pragmatikai funkciója politikai vitaműsorokban. *Magyar Nyelvőr* **145**: 81–99.

Szabó Éva 2021. A hiperbola és a litotész megjelenése magyar nyelvű egyetemisták diskurzuskiegészítései tesztjeinek eredményeiben I. A hiperbola és a litotész meghatározásairól és a vizsgálat módszertanáról. *Magyar Nyelv* **115**: (3) 298–308.

Szabó Éva 2021. A hiperbola és a litotész megjelenése magyar nyelvű egyetemisták

diskurzuskiegészítései tesztjeinek eredményeiben II. A hiperbola és a litotézis funkciói a tesztteredmények alapján. *Magyar Nyelv* **115: (4)** 431–445.

Szabó Éva 2022. Benyomáskeltési taktikák magyar nyelvű egyetemisták diskurzuskiegészítései tesztteredményeiben. *Argumentum* **18:** 70–103.

Társszerzős publikációk:

Szabó Éva– Béres Tamara–Guba Csenge 2020. A beszélgetőműsorokban megjelenő kézi gesztusok leírásának egy lehetséges módja. *Jelentés és Nyelvhasználat* **7: (1)** 51-74.

Németh T. Enikő – Szabó Éva – Császár Dorina – Gera Renáta – Béres Tamara 2022. Esettanulmány a vizuális modalitású nem verbális viselkedés multimodális kommunikációban betöltött szerepéről. *Jelentés és Nyelvhasználat* **9: (1)** 59–87.