

TAKÁCS JUDIT

A SAJTÓNYELV EGYIK EXPRESSZÍV ELEMÉRŐL

„Nem az a hír, ha a kutya megharapja a postást, hanem ha a postás harapja meg a kutyát”. Ez az újságírótanoncoknak gyakran emlegetett közhely rávilágít arra, hogy a sajtóban a hírérték és a meglepetés, az újdonság egyet jelent, azaz a közönség számára az a hír, ami érdekessége és újszerűsége miatt felkelti az érdeklődését.

A sajtóban egyformán hangsúlyos két dolog: lényeges egyrészt, hogy mi jelenik meg hírként, másrészt viszont az is, hogy miként jelenik meg (milyen szavakkal közvetítik, milyen képi és nyomdatechnikai megoldásokat alkalmaznak, milyen más hírek közé kerül stb.). Említsünk csupán egy-két példát ezekre a talán nem mindenki számára nyilvánvaló hatáskeltési és befolyásolási technikákra! Bár nem érinti ugyan a tényeket, de egyáltalán nem mindegy, hogy valakiről az jelenik meg a médiában, hogy „kirúgták a munkahelyéről” vagy „elbocsátották”. Ugyanígy bár tényszerű, de befolyásol(hat)ja a közvéleményt, ha azt hallja egy 500 főből álló tömegről, hogy „félezer ember”. Fontos azonban az első szempont is, hiszen tudjuk, hogy ami a rádióban, televízióban, nyomtatott és elektronikus sajtóban megjelenik, eleve válogatás, súlyozás eredményeképp kerül elénk, és már maga ez is tekinthető egyfajta befolyásolásnak.

Írásomban azt a figyelemfelkeltésre (és némileg a befolyásolásra is) alkalmas egyik eszközt vizsgálom meg, mely nyelvészeti módszerekkel legjobban megragadható: a tulajdonnevek közszoói használatát. Ez a jelenség talán a sajtónyelvben sem tekinthető tipikusnak, de ahogy az alábbi példák is mutatják, meglehetősen gyakori, és mivel igen kifejező elemek, meglepőek, sajtónyelvi szempontból nagy a hírértékük, azaz „hasznosak”.

Az elmúlt néhány évben igyekeztem a lehető legtöbb forrásból (ideértve a nyomtatott sajtót is) gyűjteni olyan közszavakat (közneveket és igéket), amelyek tulajdonnévből (általában keresztnévből, családnévből) jöttek létre, és a szöveggörnyezetből kiderül, hogy nem valamely konkrét személynek a neveként, hanem metaforikus értelemben vagy típusnévként használták őket. Igen nagy névanyagról van szó, és jelentős a média nyelvében megjelenő ilyen alakulású szóalakok köre is.

1. Vizsgáljuk meg először azt, mi a stilisztika véleménye a jelentés és az expresszivitás összefüggéséről!

A szó jelentésének három összetevője van: a fogalmi tartalom (denotatív jelentés), a hangulati érték vagy érzelmi színezet (konnotatív jelentés) és az ezektől (is) függő használati kötöttség. A szó stílusértékét, más néven expresszivitását a jelentés összetevői közül főleg az érzelmi-hangulati színezet és a használati kötöttség adja.

A szóhangulat az egyes szavak érzelmi velejárója, az általuk felkeltett hangulat. Ez a fogalmi tartalomtól a szó jelentésének szerves része, és sok tekintetben megszabja a szavak stílushatását és felhasználásának körét is. hiszen például bár a *haza* és a *hon* tartalmilag megegyezik egymással, a *haza* általánosan használt, gyakori szó, a *hon* viszont ritka, ünnepélyes hatást kelt, nem használhatjuk minden esetben a *haza* helyett.

Nagyon lényeges az is, hogy egy adott szövegben milyen gyakorisággal fordul elő egy szó: minél kisebb egy jel (egy szó) előfordulásának valószínűsége, használata annál meglepőbb, emiatt annál nagyobb a hírértéke, entrópiája (SZIKSZAINÉ NAGY IRMA: *Stilisztika*. Budapest. 1994: 27). Az ilyen elemekben bővelkedő stílusú szöveget nagy hírértékűnek nevezzük, szemben a sok megszokott elemet tartalmazó, stilisztikailag közömbös stílusú közleményekkel.

Erőteljes expresszivitásról akkor beszélünk, ha egy nyelvi elem esetében a nyelvhasználó él az alkalmi jelentés, azaz a konnotáció lehetőségével, ezáltal a kifejezés alkalmi stílusértékhez jut, jelentése az adott helyzetben, szövegben különösen hatásos, váratlan, erős hírértékű. Vizsgált anyagunkból véve a példákat azt láthatjuk, hogy egy szó konnotációja sokféle funkciót betölthet, utalhat többek között a megnevezettek körére, például: „Ilyen csúzót hord minden *macskajancsi*, minden senki, minden pitiáner ürge, aki napjait bohóság, kacagás közt tölti” (Cosmopolitan, 1999. XII: 57); „Divatlapból öltözködő, anorexiás *plasztikmacák*, akik szabad idejükben kedvenc sportjaiknak [...] szentelik minden percüket.” (ELLE magazin, 2004. VII: 36); „Helyenként már ég ki az új fű, *szörnyjankók* és *szörnyellák* heverésznek bőfögre rajta, és szétszórva sörösdobozok, nylonzacskók meg újságpapírok, nem föltétlenül rendeltetés szerint használva” (Magyar Demokrata, 2006. VIII. 17: 43); „A vendéglátós és taxis hiénák is ilyenkor szerzik be éves jövedelmük felét a betintázott külhoni és magyar *bulibéláktól*” (UFI, 2006. IX: 30). Nem ritkán a szót ismerők vagy használók jól meghatározható köre is felsejlik a szó konnotációja kapcsán, például: *jancsika*, *jocó* 'hímvesző' (Cosmopolitan, 1998. XI: 39); „a fülsiketítő *szintilajcsizás* mellett el kellett bújniom a vécébe a vőlegény barátai elől” (Joy magazin, 2001. V: 16).

2. Több kérdés is felmerülhet bennünk ezeknek az adatoknak az olvasásakor: Milyen újságok, fórumok élnek a hatáskeltésnek ezzel az eszközzel? Milyen nevek jelennek meg közszóként, és milyen jelentésekben, összefüggésekben? Milyen konnotáció kapcsolódik ezekhez az alakokhoz, és milyen többletjelentéssel magyarázható a használatuk? Vizsgáljuk meg ezeket a kérdéseket egyenként!

Vizsgálataim szerint olyan újságokban jelennek meg nagy számban köznevesült tulajdonnevek, amelyek megcélzott közönsége is nagy számban használja ezeket. Kik élnek a képszerűséggel ezzel az igen kifejező eszközzel? Megfigyelhető, hogy elsősorban fiatalok nyelvhasználatában, például a diáknyelvben gyakoriak ezek, illetve a szlengben, hiszen ezek a képszerűsége és a váratlanságra leginkább törekvő nyelvváltozatok. A legtöbb vizsgált újság a fiatalokhoz (18–35 év közöttiekhez) kíván szólni, érthető tehát, hogy ennek a korosztálynak a nyelvhasználati szokásait és elvárásait igyekeznek követni.

Azt tapasztaltam, hogy a független, fiatal nőket megcélzó újságok (Cosmopolitan, Joy, ELLE), és a magukat szókimondóként, eredeti stílusú orgánumként meghatározó közéleti, politikai hetilapok, magazinok (Magyar Narancs, Magyar Demokrata, UFI, Élet és Irodalom) előszeretettel élnek ezzel az eszközzel. Sajátos példáját találjuk ennek a jelenségnek az Élet és Irodalom egyik régebbi számának publicisztikájában: „az Antall-érában szocializálódott *médiarambók* új generációja és az állami megrendelésért lihegő vállalkozók siserehada” (Élet és Irodalom, 1999. 35. szám). Azért sajátos ez a példa, mert a *rambó* nem magyar eredetű tulajdonnév, de a jelek szerint annyira ismert és annyira telítődött konnotatív jelentéssel, hogy metaforikus használata váratlan ugyan, s ezért igen expresszív, de mindenki számára könnyen értelmezhető és nagy hatású.

A Magyar Narancs (www.mancs.hu) ars poétikájaként fogalmazza meg azt, hogy a kiadvány „Nyelvezete addig soha nem használt stílust hozott a hazai újságírásba, és új újságíró és -olvasó nemzedéket nevelt föl. Számukra a Narancs egyet jelent a nyitottsággal, a szókimondással és az igazságkereséssel”, az UFI pedig ironikusnak tartja saját szerkesztőgárdájának stílusát és világszemléletét (www.ufi.hu). Nyitottság, szabadszelleme, iróniára való hajlam a megjelenő szövegek nyelvi, stilisztikai megformáltságra is kihathat a sajtóban.

Két fontos motivációja is lehet ezen kívül a sajtóban a közszói alakok ilyen használatának: a megcélzott befogadói csoport hasonló szóhasználata és ezáltal az összetartozás

érzésének kialakítása, illetve az olvasók érdekesség, nyelvi, verbális újdonság iránti fokozottabb igényének kielégítése. Természetesen egy konzervatívabb, a nyelvi normákat áthágni kevésbé szerető olvasói körrel rendelkező kiadvány megfogalmazási módjában is igyekszik megfelelni az olvasói igényeknek, azaz ezekben ritkábban találunk meglepő szófordulatokat, új értelemmel szereplő tulajdonnévi alakokat. Ritkán azonban az ilyen típusú újságokban is megjelenhetnek hasonló alakok. A Magyar Nemzetben szerepel a következő idézet: „Ő (ti. Gyurcsány Ferenc) úgy összegezte *pálfordulását*: »Azért volt baj Orbán miniszterelnök úr interjúival, mert azok nem interjúk voltak, hanem monológok«”(2007. I. 29: 4), Rácz Endre pedig a nyolcvanas évekből idéz példákat a Népszabadság egy régebbi számából (NÉ. 11: 14–8) ???, ahol a *lonci* és a *hekuslonci* (a *Lonci* az *Ilona* kissé régies hatású becézett alakja), illetve a *lindás* 'rendőrnő' értelemben szerepel (1986. VIII. 9: 12).

Ebben a funkcióban leggyakrabban azok a nevek jelennek meg a sajtóban, amelyek jelentéséhez eleve erős konnotatív jelentéselemek járulnak, és ezek jellemzően a keresztnévek, például *Béla* (*nyúlbéla*, *izombéla*, *bulibéla*), *Gyula* (*nullagyula*), *Jancsi* (*macskajancsi*, *jancsika*), *Jankó* (*szörnyjankó*), *Maca* (*szolármaca*, *plasztikmaca*), *Lonci* (*hekuslonci*), *Ella* (*szörnyella*), *Lajcsi* (*szintilajcsizás*). Nem nehéz észrevenni, hogy a felsoroltak nagy része becézett alak. Ennek az a magyarázata, hogy egy keresztnév esetén nem feltétlenül becéző céllal teszünk képzőket az alapnévre: a névváltozatok egyszerűen a mindennapi élet során a közvetlenebb érintkezést, sőt (a családon belüli névöröklés miatt alakult névhomonimia esetén) sokszor az egyértelmű megnevezést vagy azonosítást teszik lehetővé. Ebben az esetben nyilván a gyakoribb használat és a konnotatív jelentésekkel való telítődés ajánlkozik magyarázatként. Persze vannak ténylegesen becéző, kedveskedő szándékkal (*Erzsike*, *Zsóka*, *Pista*, *Pistike*) vagy gúnyból kialakított névváltozatok is (ilyen lehet például valamely körben a *Böske*, *Pityuka*, *Csicsa*, de mindezeknek a neveknek más közegben nem biztos, hogy ilyen szerepe van), melyek különleges konnotációja eleve motiválja a jelentésszerkezet arányainak megváltozását, a keresztnévi használattól való eltávolodást.

Az összegyűjtött adatok között nagyon ritkán ugyan, de megjelennek a családnevek is. Ezekhez a keresztnevекnél tapasztaltaknál kisebb mértékben kapcsolhatók konnotációk, személyes asszociációk, de a példák meglepte azt mutatja, hogy ezt a névtípust is érinti a közszóvá válás mint jelentésváltozás, és a nyelvhasználók az ilyen típusú kifejezéseket is kifejezőnek, nagy hatásúnak érzik. „Ismétem: nem *csurkázni* akarok, pusztán azt kívántam jelezni, hogy mintha végletesen nem ugyanazon a nyelven beszélénk.” – idézi az újságnyelvből SEBESTYÉN ÁRPÁD (*Értsünk szót!* Debrecen, 1994: 110), „Megjósolhatjuk, hogy újból beindul a gyatra mocskáradat a köztársasági elnök ellen, készítik a bikacsököt, *hankissoznak*, *gombároznak* majd – így kisbetűvel, amúgy *csurkásan*” – a Népszabadságból (1992. VIII. 8: 3) idézi HORVÁTH LÁSZLÓ (*Fábián Emlékkönyv*. 1993: 147). További példákat is olvashatunk (*torgyánkodás*, *elcsurkásodás*, *antalltalanított*) újságok és 1994-es választási kampánykiadványok számaiból HORVÁTH LÁSZLÓ másik írásában (Nyr. 119: 4–7).???

Néha a családnev és a keresztnév együtt válik közszóvá utalva ezzel egy bizonyos személy konkrét tulajdonságára vagy abból elvonható általános sajátságára. „A cikk végén többek között azt a kérdést veti fel: vajon belül mindannyian kis *csurkapisták* és *szaddámhusszeinek* vagyunk-e” (*Egyetemi Élet*, 2001. IV: 18); „Vajon hogy lehetett belőle (ti. a viszkisből) a századvég *Rózsa Sándora*?” (*Nők Lapja*, 1999. XLVI: 24). Egy esetben igazi gyöngyszemre bukkantam, amely bár nem magyar név jelentésváltozása, de igen plasztikusan mutatja nyelvünk metaforakedvelő voltát: „A virtigli magyar *Dzsokijuing* ellenben tutira megy” (*Magyar Narancs*, 1999. XXIII: 23).

A vizsgált kifejezések csaknem mindegyike esetében megfigyelhető, hogy elmarasztaló, gúnyos, vagyis negatív konnotációjú jelentésük van. Ez nemcsak az író véleményét sugallja a témával, a megnevezettekkel kapcsolatban, hanem alkalmas arra is, hogy befolyásolja az olvasót. Egyértelműen érezhető (és egyébként gyakran ki is derül a szöveg további részeiből, annak szóhasználatából, stílusából), hogy a *bulibélákat* kissé nevetségessnek, könnyen becsaphatóknak tartja a cikk szerzője, a *szörnyjankók* és *szörnyellák* a szerző sugallata szerint a lenézés tárgyai kell, hogy legyenek, a *Cosmopolitan* nyelvhasználata pedig egyértelműen utal arra, hogy a *macskajancsik*, *nullagyulák* egy olvasójuk számára nem vehetők komolyan. Néha egy-két jelző is segítheti az olvasót abban, hogy egyértelművé váljon az ilyen alakok jelentésének a meghatározását: például „Hirtelen nem is érttem, mit is keresek én ezek között az üresfejű *szólármacák* között” (Nők Lapja 1999. XIV: 8). Bár a konnotatív jelentések mindig szubjektívek, minden nyelvhasználó felismeri ezeknek az alakoknak a jelentésében a nevetségességet, de még inkább a gúnyt, lenézést, értéktelenséget, általában tehát valamilyen negatív érzelmet, hangulatot.

3. A közszóvá vált keresztnevek használata a vizsgált cikkekben egyértelműen jól megfontolt választás eredménye: mivel alkalmazóik is ismerik az alakok többletjelentését, szándékosan élnek ezzel a hatáskeltő eszközzel. Még akkor is használják ezeket, ha a köznevesülés mögött lévő szemantikai jelenséget, a név jelentésszerkezetének megváltozását nem is ismerik fel, de annak többletjelentésével, stilisztikai hatáskiváltó erejével egyértelműen tisztában vannak. Az újságolvasót pedig szintén anyanyelvének névtani előismeretei és névkompetenciája segítik, hogy megértse az író sorok közé rejtett, keresztnevek által kódolt mondanivalóját.



Burai István: *Tisztelet Rembrandtnak*