

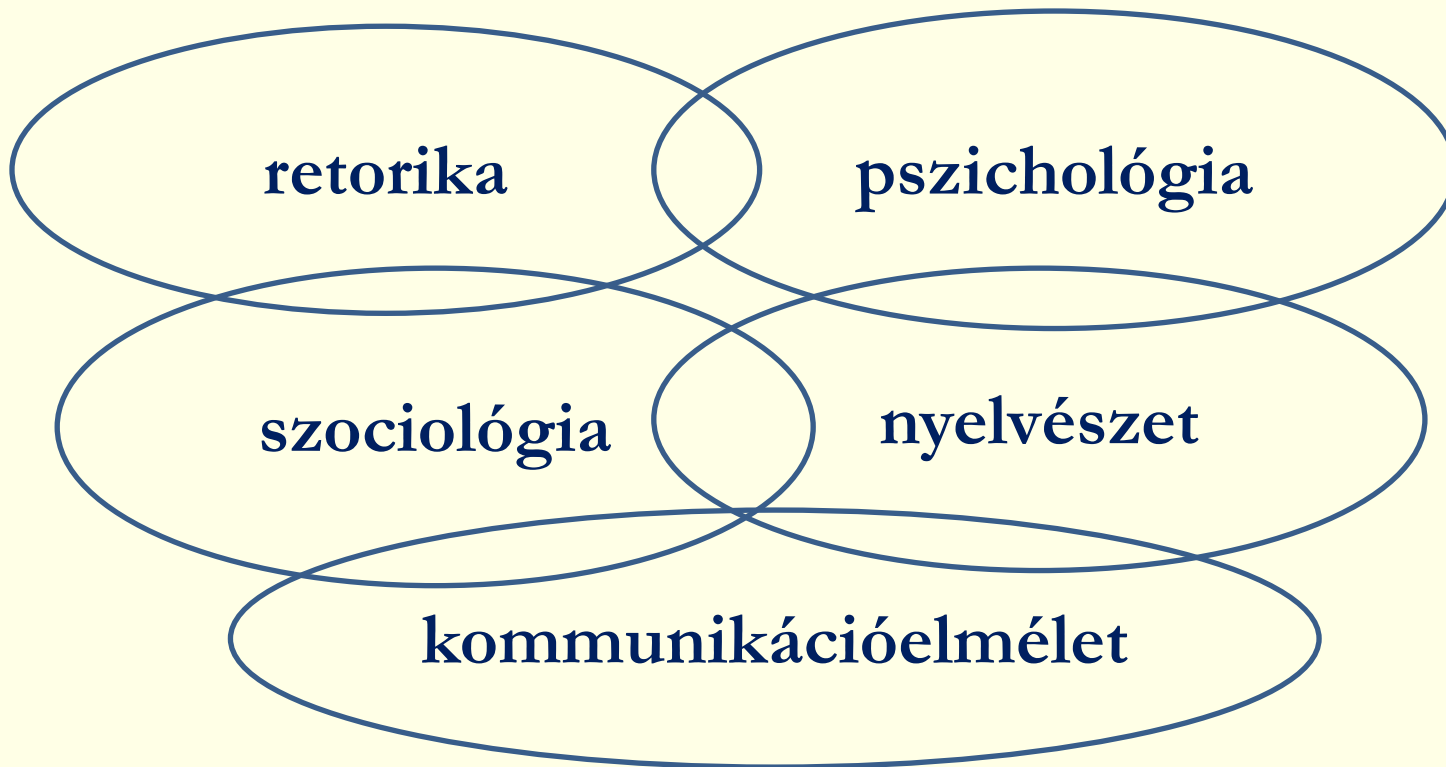
A meggyőzés pragmatikai modellje

Kuna Ágnes
(MTA TKI–PPKE ITK; KRE BTK)

Újdonságok a szemantikai és pragmatikai
kutatásokban 2016.04.22.

Szeged

Mi a meggyőzés?



- elmúlt 50 évben több szakirodalom született a témában, mint az elmúlt 2 500 évben (Perloff 2003: 25)

Mi a meggyőzés?

– Tágabb értelmezés –

- az emberi kommunikáció maga (?)
- az alapja és célja, hogy a kommunikáló felek egymás mentális állapotait (gondolatait, érzelmeit, vágyait) befolyásolják
- minden nyelvi tevékenység bír valamilyen szintű meggyőző erővel
- Üressé válik-e a meggyőzés ebben a felfogásban?
- Nem. (Östman 2005; Miller 1980)

Östman (2005: 191–192)

nyelvi befolyásolás



propaganda – manipuláció – meggyőzés – interakció – fatikus komm.

Mi a meggyőzés?

– Szűkebb meghatározás –

- skaláris jelleg
- meggyőzés olyan nyelvi(-fogalmi) választás, amelynek célja, hogy megváltoztassa a befogadó(k) attitűdjét, viselkedését, vagy megerősítse meglévő hitét, szemléletét egy adott jelenséggel kapcsolatban.

(Andersen 1971: 6; Kinneavy 1971: 211; Simons 1976: 21; Smith 1982: 7; Bettinghaus–Cody 1987: 3; Petty–Cacioppo 1986; Jucker: 1997: 122; Virtanen–Halmari 2005: 5)

A meggyőzés alapvető jellemzői

- a meggyőzés dinamikus folyamat
- megközelíthető a szándék és a hatás felől (ezek összjátéka)
- 3 alappillére: megnyilatkozó, befogadó, (+ viszonyuk) nyelvi tevékenység (közös figyelmi jelenet)
- nem eleve és önmagáért létező jelenség
- fogalmi-nyelvi megalkotása függ: a kortól, kontextustól, szövegtípustól

Kérdések

- Hogyan értelmezhető a meggyőzés kognitív pragmatikai keretben?
- Milyen stratégiái vannak a meggyőzésnek az elméleti kerettel összhangban, azaz az emberi megismeréssel, a nyelvi feldolgozással és a társas viselkedéssel kapcsolatban?
- példák, empirikus kutatás
- (Milyen viszonyban van a beszédaktusokkal?)
- (Értelmezhető-e a meggyőzés beszédaktusként?)

Attitűd és érték a meggyőzésben

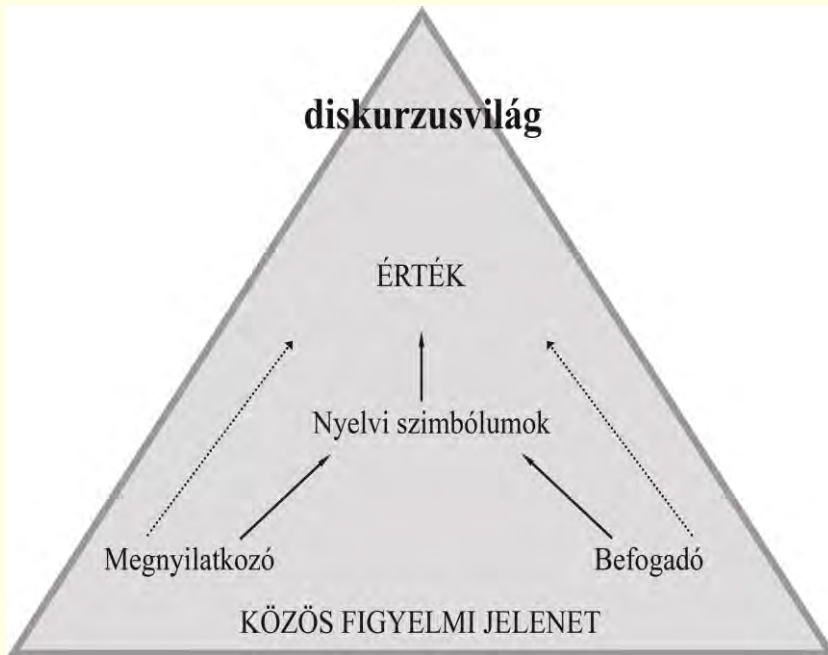
- Az **attitűd** előzetes tudás, séma vagy mentális állapot, amely bizonyos jelenségekhez, entitásokhoz való beállítódásainkat pozitív vagy negatív irányban befolyásolja.

(Murphy–Murphy–Newcomb 1937: 889; Allport 1954: 45; English–English 1958: 50; Krech–Crutchfield–Ballachey 1962: 177; Simon 1976: 80)

- **Érték, polaritás:** az értékelésben a két végső pont közötti viszony leírása. Erre jellemző a két szembenálló érték jelenléte, valamint a fokozatiság.

(Osgood 1980; Péter 1991; Szilágyi N. 1996; Andor 2011)

Meggyőzés a közös figyelmi jelenetben



- M, B, V
- M azt gondolja V
- B azt gondolja, hogy nem V; vagy V^* (véleménykülönbség, divergencia)
- a V értéktulajdonítást tartalmaz
- A megnyilatkozó azzal a céllal teszi hozzáférhetővé egy adott entitásra vonatkozó **értékviszonyulását**, hogy azzal a befogadó beállítódását az adott entitással kapcsolatban a sajátjához közelítse, azonosítsa.

Cél → **KONVERGENCIA**

Explicittség – implicittség Stratégia

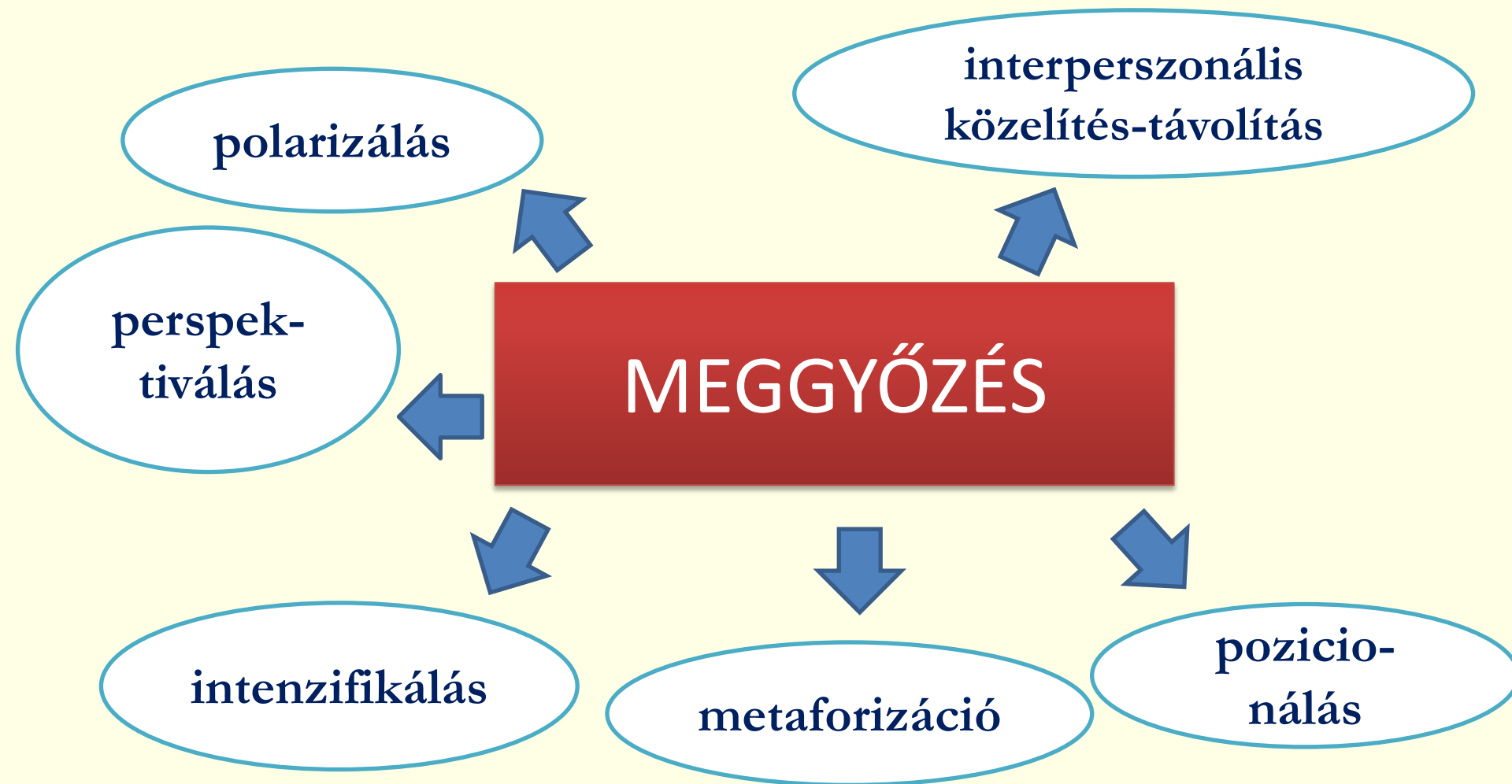
A nyelvhasználatban a **stratégiák** azok az utak, illetve módok, amelyeket a jelentés létrehozásban az explicittség és implicittség összjátékában kiaknázunk.

(Verscheuren 1999: 156)

A meggyőzés stratégiái

- számos megközelítési lehetőség
- különböző eredmények a szempontrendszer és a hangsúlyoktól függően
- **jellemző kulcsszavak:** hitelesség, relevancia, feltűnő szavak, szuggesztivitás, vonzóság, érvelés stb.
(Sornig 1982; Mulholland 1994; Hoffmann 1998; Árvay 2003, 2007; Ortak 2004)
- **a hatás felől:** a kölcsönösség elve (vizonzási szabály); elkötelezettség és következetesség elve; társadalmi bizonyíték elve; vonzalom és rokonszenv elve; a tekintély elve; a hiány elve
(Cialdini 1984; 2009)

A meggyőzés stratégiai kognitív keretben



Stratégiák

pozicionálás

polarizálás

intenzifikálás

perspektiválás

metaforizáció

interperszonális
közelítés-távolítás

A stratégiák bemutatása

- rövid általános jellemzés
- példák; empirikus kutatás
- 5 receptgyűjtemény (16–17. sz.); 2 475 recept
- 2 912 meggyőzéshez kötődő idézetet, és 4 170 kódjelölést
- Atlas.ti 7 szoftver
- a fogalmi-nyelvi kódok (10 fő kód, további alkódok) és stratégiák együttállása
- részletesebben lásd Kuna 2015



Polarizálás

- meggyőzés – értéktulajdonítás, érték
- alap: pozitív beállítódás (észlelés; társas viselkedés)
(Osgood 1980; Szilágyi N. 1996)
- **polarizálás stratégiája:** a megnyilatkozó az értékskála valamelyik pólusát (vagy a skála valamelyik részét) egy adott entitásra vonatkozóan nyelvileg kidolgozza, és hozzáférhetővé teszi a kommunikatív céljai mentén
- az értékelés tényezői: megnyilatkozó, az értékelés jellege (milyen?), viszonyítási alapja (norma), objektuma; a megnyilatkozó és a befogadó kapcsolata

Receptbeli példa

- ÁLTALÁNOS POZITÍV ÉRTÉK: JÓSÁG, HASZNOSSÁG, CSODÁLATOSSÁG, OKOSSÁG, FONTOSSÁG, HÍRESSÉG

(1) Főszédelgésről igen jó, jó. (MBM 33)

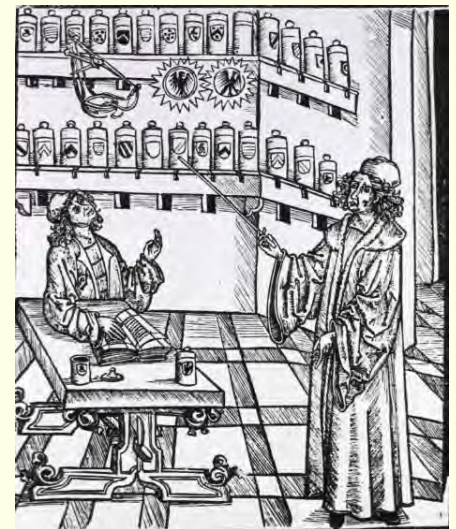
(2) Hurut ellen legjobb. (MBM 1224)

(3) oly foganatos dolog és próbált orvosság ez (KP 136)

- TERÁPIA EREDMÉNYE

(4) csodálatos igen meggyógyítja

(AM VI.31b)





Perspektiválás

- meggyőzés – azonosulás/eltávolodás (Aczél 2004; Griffin 2001; Németh 1997)
- nézőpont, szubjektívizáció, perspektívizáció (Langacker 1987, 1999, 2006; Sanders – Spooren 1997; Traugott 1995, 2010; Tátrai 2005, 2011)
- **perspektiválás stratégiája:** a perspektívizáció és a szubjektívizáció összjátéka.
- a megnyilatkozó személyén keresztüli feldolgozás, mások tapasztalataink a bevonása
- evidencialitás („bizonyítékok”), episztemikus-inferenciális modalitás (következtetések, bizonyosság)(Kugler 2012)
- **meggyőzés:** hitelesség, autoritás, szemléltetés, érvelés, bizonyíték

Receptbeli példa

(5) Azt az bölcs Aristoteles így írja. (AMI.277b)

(6) Plinus mondja. (MBM 393)

(7) Ez Mizold Antal doktor könyvéből való orvosság.
(MBM 384)

(8) Ez próbát én Törek János gyakorta próbáltam,
bizonynak találván. (OLO 810)



Intenzifikálás

- feltűnőség, szaliencia
- A konstruálást, a nyelvi tevékenységet alapvetően jellemzi (észlelés, figyelem, emlékezet)
- **intenzifikálás/kiemelés stratégiája:** olyan entitások, személyek, nyelvi kifejezések használata, amelyekre nagyobb figyelem esik
- alapvetően jellemzi a meggyőző kommunikációt

	feltűnőbb	kevésbé feltűnő
A		
	humán	nem humán
	élő	élettelen
	tulajdonnév	köznév
	egyes szám	többes szám
	konkrét	elvont
	határozott	határozatlan
	referenciális	nem referenciális
	1.,2. személy	3. személy
	megszámolható	megszámlálhatatlan
B	perfektív	nem perfektív
	jelen, azonnali	nem jelen, távoli
	eseményszerű	nem eseményszerű
C	tranzitív	intranszítív
	cselekvő ige	állapotige
	szándékos cselekvés	esetleges cselekvés
D	főmondat	mellékmondat
	előtér	háttér

Intenzifikálás a meggyőzésben

- a meggyőző kommunikáció **kidolgozásának a közege** (vizuális, auditív)
- a **skálák végpontjainak** kidolgozása
- **stílus** (stílusminták – megvalósulás)
- **terjedelem** (a kidolgozás ideje, tere; a meggyőzés sűrűsége)
- **narratíva**

Receptbeli példa

- skálák végpontjai (minden – semmi; jó – rossz; soha – mindig; soha – azonnal)
- terjedelem; túlzás; fok és mérték; fokozás

(9) mindenféle nyavalyáról használ (AM I.59b)

(10) soha oly erős fájdalom nem lehet, kit harmadnapig meg nem gyógyít (AM I.2b)

(11) Ez penig nem egyen, kettőn próbált, kivált az nagy renden valókon. (MBM 807)

(12) Es ottan megindítja, ha még vas avagy acél erejű gyomor volna is. (KP 73)



Metaforizáció

- a metaforikus kifejezések meggyőzőbbek, mint a nem metaforikusak (?)
- Sopory–Dillard (2002): metafora – attitűd
- valóban, DE: a kevesebb több; kiterjesztett metaforák, egyedibb, kreatívabb metaforák stb.
- **metaforizáció stratégiája:** metaforahasználat a meggyőzés céljából

- A TERÁPIA EREDMÉNYE, POZITÍV KIMENETE
- a **GYÓGYULÁS A BETEGSÉG VÉGE, ELPUSZTULÁSA**

(13) elhagyja a hideglelés (TOK 65)

(14) kórságtól megszabadít (AM I.112a)

(15) elrontja a kólikát (KP 17)

- **GYÓGYULÁS POZITÍV VÁLTOZÁS**

(16) megépíti gyomrát (HP 34)

(17) kitisztítja az főfájást (AM I. 2b)

(18) [köszvény ellen] megkönnyebbíti (MOR 252)

(19) az gyomornak fájása azonnal meglassúdik (AM I.47b)





Pozicionálás

- elsőség törvénye (law of primacy; Lund 1925)
- frisseségi hatás (recency effect; Hovland et al. 1957; Miller – Campbell 1959; Stone 1969)
- első, utolsó pozíció jelentősége – észlelés, figyelem, emlékezet
- a receptekben elején + végén $\approx 70\%$

(20) Torokgyíkra való orvosság. Vedd az kakukfüvet, törd meg jól erősen mind virágostul, kösd az torkára jó szorossan; igen használ. (MBM 12)



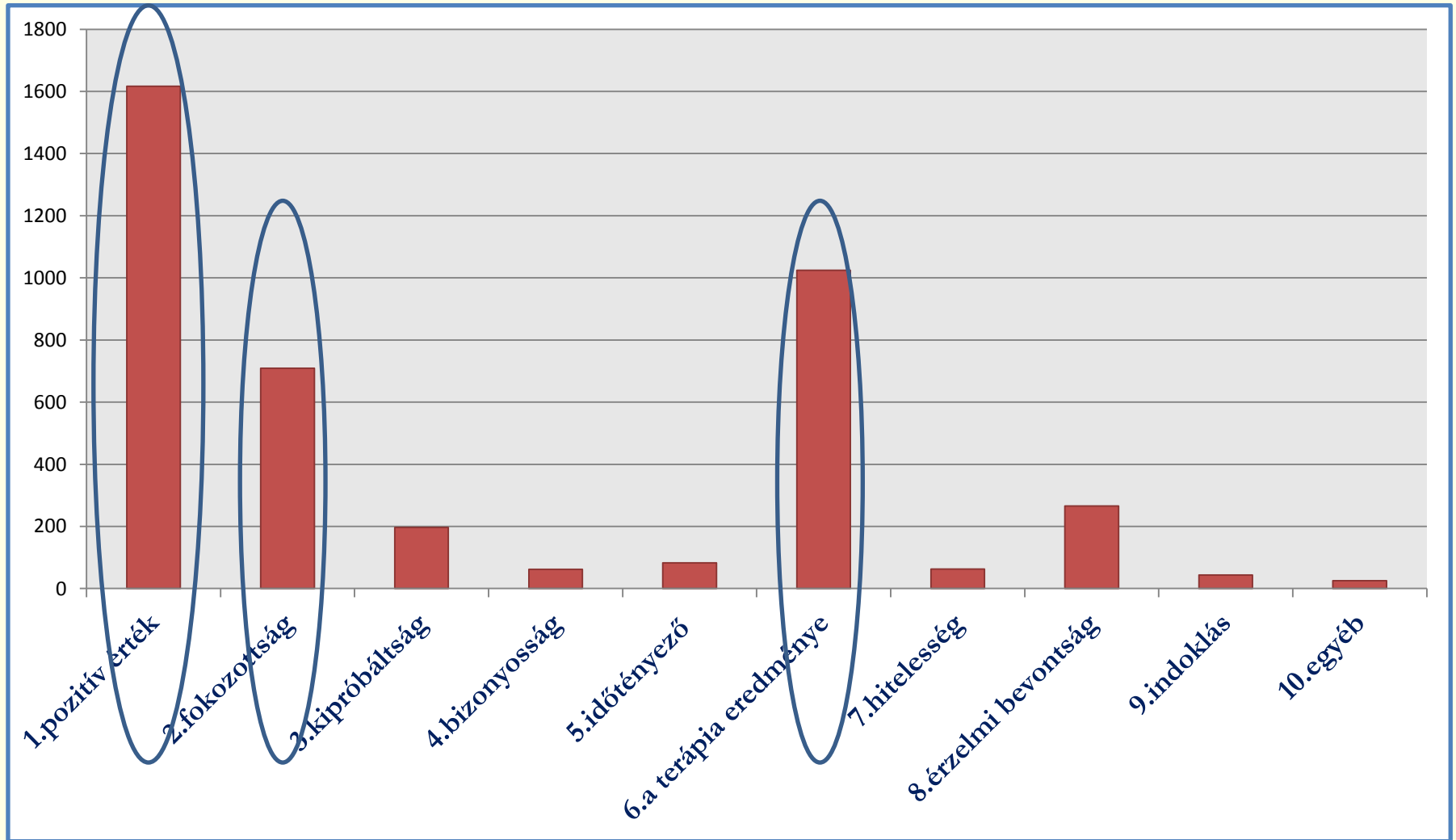
Interperszonális közelség-távolság

- a megnyilatkozó és a befogadó személyközi viszonyai és a meggyőzés kapcsolata
- szövegtípusonként eltérő (tudományos előadás; orvosi rendelő; reklám – más normák)

(21) Ugyan köszvényről. Szappant faragd meg, lágyíts meg erős égett borral, jó melegen kenjed vele; az fájós helyre száraz köpölt vethetsz. Vége az köszvényről.

Barátom, nem tréfa ez, ezt observáld bár meg. Köszvényes barátom, próbáld meg, nem hagysz hazugságban, ebben is, hidd el bár. (MBM 840)

A meggyőzés fogalmi-nyelvi kódjai a receptekben



POLARIZÁLÁS	PERSPEKTIVÁLÁS	INTENZIFIKÁLÁS	METAFORIZÁCIÓ	POZICIONÁLÁS	INTERP. K-T
<ul style="list-style-type: none"> - általános érték -bizonyosság - a terápia eredménye - hitelesség - érzelmi bevontság 	<ul style="list-style-type: none"> - kipróbáltság - bizonyosság - hitelesség 	<ul style="list-style-type: none"> - általános érték - fokozottság - bizonyosság - időtényező - a terápia eredménye - hitelesség - érzelmi bevontság - indoklás 	<ul style="list-style-type: none"> - a terápia eredménye 	<ul style="list-style-type: none"> - általános érték - fokozottság - kipróbáltság - bizonyosság - időtényező - a terápia eredménye - érzelmi bevontság 	<ul style="list-style-type: none"> - érzelmi bevontság

A kódok együttállása

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1.	58	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.	546	0	-	-	-	-	-	-	-	-
3.	18	21	0	-	-	-	-	-	-	-
4.	10	10	2	0	-	-	-	-	-	-
5.	22	41	0	0	0	-	-	-	-	-
6.	199	209	3	25	65	58	-	-	-	-
7.	33	24	13	2	0	8	8	-	-	-
8.	59	64	1	11	2	68	7	2	-	-
9.	14	12	0	0	0	9	3	29	0	0
10.	7	8	3	0	0	0	11	0	0	0

Összegzés, kitekintés

- a meggyőzés fogalmi-nyelvi megvalósulása erőteljesen függ a kortól, a kultúrától, a kontextustól és a beszédeseménytől
- alapvetően jellemzi az implicitség és az indirektség
- véleménykülönbség (divergencia); értéktulajdonítás; a konvergencia előállításának a célja
- a meggyőzés megközelíthető, leírható a funkcionális pragmatikai keret alapfogalmaival
- stratégiái megragadhatók az észleléssel, a figyelem működésével, az emlékezettel összefüggésben (polarizálás, perspektiválás, intenzifikálás, metaforizáció, pozicionálás, interperszonális K-T)
- a stratégiák nem különülnek el egymástól
- más szövegtípusok elemzése (mintázatok, stratégiai gyakoriságok)
- manipuláció
- *Elek Dóra: A reklámnyelvek terminológiája*



Köszönöm a figyelmet!

Kuna Ágnes

kunaagnes@gmail.com

(MTA TKI-PPKE ITK; KRE BTK)