

## Tanulmány

Kovácsné Dudás Andrea

### **A beszélői beállítottság kontrasztív jellemzésének lehetősége pragmatikai modell alapján**

#### **Abstract**

The topic of the article is pragmatic analysis of original and translated texts, in terms of interpersonal relations. The research is of inductive type: it has been built on the phenomenon of "strangeness" in translated tourism texts. I analyse original Hungarian, original and translated German texts belonging to the same contextual background and the same text type. A comparable text corpora analysis will show the lexical, grammatical text structure properties of the original source tourism texts. The theoretical background is developed by Juliane House's pragmatic approach, Translation Quality Assessment (House 1997). The results of the analysis are: the German translated tourism texts are similar to the Hungarian source texts (descriptive, distant speaker's stance is shown, declarative mode, predominantly 3. person verb forms, and address with nouns). The results of the present study suggest that we should implement changes in the tenor of discourse in the translations of tourism texts to save the communicative function in the target text.

*Keywords:* pragmatic analysis, comparable text corpora, interpersonal relations, strangeness in translated texts

#### **0 Bevezetés**

A bemutatandó elemzés több tudományterület keresztmetszetében áll: pragmatikai szemlélet és funkcionális nyelvtani szempontok, fordításelemzés, valamint számítógépes eszközöket felhasználó korpusznyelvészet. A kutatási cél annak felderítése, milyen szempontból lehetne egy turisztikai szövegfajta német fordításain javítani. Szövegek idegen nyelvre való átültetése során számos kérdés merül fel a fordítóban: miként és milyen mértékben őrizze meg a forráskultúra és a forrásnyelv jellegzetességeit, mennyiben változtasson a forrásnyelvi szövegen, illetve közelítsen a célnyelvi adottságokhoz.

Ezek a gondolatok már Schleiermacher fordításról alkotott elméletében is olvashatók, mely szerint kétféle fordítási mód létezik: a „befogadó”, (einbürgernd) és az elidegenítő (verfremdend) fordítás. Az előbbi szerint a fordító közelebb viszi a szerzőt az olvasóhoz, tehát a forrásnyelvi elemeket közelíti a célnyelvhez. A második esetében az olvasót kell „odavinni” a szerzőhöz, tehát a lehető legnagyobb mértékben a forrásnyelvhez kell igazodni. Schleiermacher a mai felfogással ellentétben az utóbbit tartotta ideálisnak (Schleiermacher 1813, idézi Böhme, Rapp & Rösler 2007: X)

Ma inkább a fordított szöveget próbáljuk meg a célnyelvhez közelíteni. Ehhez nem csak a nyelvi elemek fordítására van szükség, hanem a nyelven kívüli tényezőket, a szituációtól és

kontextustól függő nyelvhasználati szokásokat is figyelembe kell venni. A kontrasztív pragmatikai elemzés segítséget nyújthat ezekben az esetekben, mivel az elemzés során feltárt, felszín alatti érzelmi-kognitív tartalmak, mint például a beszélői beállítottság vagy a hallgatóhoz való viszony, konkrét nyelvtani kategóriákhoz kötve tudatosabbá teszik a nyelvi-kulturális ismeretekre támaszkodó, de javarészt ösztönös fordítói megoldásokat. A fordításkutatásban kulturális szűrőnek nevezik azt a pragmatikai eljárást, amellyel a fordító interkulturális és nyelvi ismeretei alapján „kiegyenlíti” az adott kultúrára jellemző különbségeket. Ehhez a fordítóknak mindkét kultúrában jól kell ismernie az olvasó elvárásait (House 1997: 70). A megfelelő megoldás különösen abban az esetben nehéz, amikor az interperszonális viszony jelentősen eltér a forrásnyelvi és a célnyelvi szövegben (House 1997: 75).

## 1 Az idegenszerűség

A probléma megfogalmazását olyan tapasztalatok indították el, amikor elfogadható minőségű fordított szövegek bizonyos mértékben nem feleltek meg a célnyelvi normáknak, és a célnyelvben némi idegenszerűség érződött rajtuk. Az idegenszerűség számos szempontból kutatott téma a nyelvészetben, mivel a nyelvnek minden szintjén megjelenhet, mint interferenciális jelenség: a fonetikában éppúgy, mint a lexikai elemek használatában. Grétsy így ír az idegenszerűségről:

„[...] a barbarizmusok fogalmába tágabban értelmezve minden olyan kifejezőeszköz beletartozik, amely nem az adott nyelv sajátos törvényei szerint, hanem más idegen nyelv hatására keletkezett. Szűkebb értelemben idegenszerűség minden olyan kifejezés, amely magyar elemekből áll ugyan, de idegen mintára, idegen gondolkodásmódot követve jött létre. Ilyenek lehetnek különböző tükörjelenségek és szerkezetátváltások” (Grétsy & Kemény 2005: 251).

Papp Ferenc kvázi helyesnek nevezte azokat a szövegeket, melyek

„minden mondata az adott nyelv grammatikai szabályai szerint van megszerkesztve, az adott nyelv beszélői a szöveg minden mondatát helyesnek tartják és elfogadják, de az egész szöveget mégis elutasítják, mert az nem felel meg a szerkesztett szövegről alkotott intuitív elképzeléseiknek” (Papp 1984).

A fordítástudományba Klaudy vezette be a kvázi helyesség fogalmát:

„[...] a forrásnyelv közvetett interferenciájának hatására a fordítás eredményeképpen keletkezett célnyelvi szövegek enyhén eltérnek az autentikus célnyelvi szövegektől. Olyan, gyakran szabad szemmel nem látható különbségekről van szó, melyek nem mondat szinten jelentkeznek, hanem a szöveg egészét teszik fordításízűvé” (Klaudy 2002: 161).

Klaudy társadalomtudományi szövegek grammatikai és aktuális tagolásában mutatott rá a fordított szövegek és a magyar szövegek közötti eltérésre (Klaudy 2007: 120). Cs. Jónás a funkcionális stilisztika szemszögéből úgy véli, hogy az idegenszerűségek kutatásában fontos szerepet játszik az extralingvális rendszer – célnyelvi valóság, kulturális emlékezet – vagyis az a terület, amely az átváltási műveleteken túl megkerülhetetlenül jelenlévő vizsgálati szféra a fordításkutatásban (Cs. Jónás 2010: 6). E felfogáshoz kapcsolódva a következőkben bemutatandó pragmatikai elemzés is a nyelven kívüli tényezők befolyását tekinti meghatározónak. Eszerint idegenszerűségnek számítanak azok az anyanyelvi hallgató számára szokatlan nyelvhasználati jelenségek, melyek a beszédpartnerek közötti, kulturálisan meghatározott érzelmi-tudati viszonyon alapulnak.

## 2 House: fordításértékelési modell (Translation Quality Assessment, TQA)

A fordításkutatásban Juliane House elsőként hívta fel a figyelmet arra, hogy a fordítások és a fordítói stratégiák értékelésekor mindenekelőtt pragmatikai szempontokat kell figyelembe venni. A House-féle fordítás-értékelési modell (1997) Halliday rendszeres–funkcionális nyelvtanán alapul (Halliday 1994), de megjelennek benne a prágai funkionalista stilisztika koncepciói is, ezen kívül fontos része még a diskurzus-elmélet és a diskurzus-elemzés. Kiindulópont a nyelv, mint szociokulturális jelenség. Központi szerepet játszik az interakcióban létrejövő jelentés és a szituatív kontextus. A fordítás értékelésénél mértékadó a forrásnyelvi kommunikációs szövegfunkció megtartása a célnyelvben, amely két komponensből áll: interperszonális, érzelmi-tudati (social-affective) és tartalmi (ideational), kognitív referenciális kifejezési funkciókból. A fordítás során az egyik legfontosabb szempont, hogy ezek a komponensek ekvivalensek maradjanak, ezért House e tényezők feltárására állította össze az ún. fordítás-értékelési modellt (Quality Assessment Model 1997: 7).

House Halliday hármasszoros regiszter-rendszerét veszi át, aki a nyelvnek három metafunkciót tulajdonít: tartalmi-tematikus, interperszonális és textuális (Halliday 1994). Az első az információcserét jelenti a kommunikáló felek között, az interperszonális a köztük lévő viszonyt, a textuális a szöveg textúráját és a szövegszerveződést szolgálja. Ezekből a funkciókból szemantikai rendszereket és kontextuális korrelációkat lehet levezetni. A tartalmi-tematikus funkciót a diskurzusmező (field of discourse) mint szemantikai rendszer, az interperszonális a diskurzushangvétel (tenor) és a textuális funkciót a mód (mode) mint szemantikai dimenzió fejezi ki.

A diskurzusmező (field) fogalma a diskurzusban megfogalmazódó vagy megvalósuló tárgyi környezetre, társas cselekvésre vonatkozik. Ezen szinten azt vizsgáljuk, miként ábrázolja a nyelv a valóságot, és egyáltalán milyen nyelvi eszközökkel lehetséges a valóság nyelvi megjelenítése. A lexikai elemekből megtudhatjuk, milyen témáról van szó, a szintaktikai elemek, az igei kifejezések arról árulkodnak, hogy az ábrázolt folyamat, cselekvés milyen típusával állunk szemben.

A második dimenzió a diskurzushangvétel (tenor of discourse) a kommunikációban résztvevőkre és a köztük lévő viszonyra, a beszélő kognitív és affektív beállítottságára vonatkozik, és utal a beszélő és a befogadó közötti társadalmi-szociális kapcsolatra. Ezen a szinten fejeződik ki különböző stíluselemekkel a köztük lévő szociális távolság is. A diskurzushangvétel szemantikai dimenzió lexikai és grammatikai elemeiből azt is megtudjuk, hogy a befogadó milyen mértékben és milyen módon vesz részt a diskurzusban. A diskurzushangvétel ennek megfelelően több alkategóriára osztható, amelyekről a későbbiekben még szó lesz, mivel ezek a kategóriák alkotják az elemzés elméleti alapját (House 1997: 107).

A regiszter harmadik komponense a diskurzusmód (mode of discourse), amely a szövegalkotásra, a téma-réma felosztásra, a kohézióra, a koherenciára és az írásbeli vagy a szóbeli formára vonatkozik. Az írás- és szóbeliségre tipikusan jellemzők bizonyos nyelvi elemek: pl. emocionális lexika, indulatszavak, felkiáltás, a kijelentő mondatból váltás kérdő-, illetve felszólító módra, kontaktusépítő szerkezetek, interaktív nyelvi eszközök. Idetartozik az ellipszis és a redundancia is, melyek a beszélő részéről a befogadó háttértudását feltételezik, továbbá az expresszív hatást célzó nyelvi elemek, mint a szójátékok, alliterációk. Ezek mellett az érzelmi és informatív tartalmat kifejező szempontok mellett figyelembe kell venni a mód dimenziójában az explicit vagy szituációfüggő szövegjelleg is, amelyet a mutató névmások, az idő- és helyhatározók hordoznak. További szempont a szövegmód jellegének felderítésénél az absztrakt információközlés, amelyre a szövegben előforduló főnevek általános (lexikális)

vagy konkrét (szituatív) jelentéstartalma utal (House 1997: 110). A diskurzusmódhoz nem csak a közvetítő csatorna milyensége, az írásbeli és a szóbeli jelleg tartozik, hanem azok az eszközök is, amelyek a kohéziót és a koherenciát megteremtik a szövegben. A kapcsoló elemek biztosítják és irányítják a szövegben a tudás átadásának, közvetítésének menetét.

A House-féle fordításelemzési modell szerint e három diskurzus-dimenzió alapján végzett elemzéssel láthatóvá válik egy bizonyos szövegjelleg és retorikai struktúra, amely hordozza a szövegfunkciót. A kontrasztív vizsgálat során kiderülnek a hasonlóságok és különbségek a forrásnyelvi és a célnyelvi szövegek jellege és a kommunikációban betöltött szerepe között. Először a forrásnyelvi szöveget elemezzük a diskurzusmező, diskurzushangvétel és a diskurzusmód dimenziói szerint. Az elemzés eredménye alapján felvázoljuk azt a retorikai szövegstruktúrát, amely a szövegfunkciót jellemzi. Második lépésként a célnyelvi szöveget elemezzük és megállapítjuk, hogy vannak-e hasonlóságok vagy különbségek. A szövegstruktúra felvázolása világossá teszi a szöveg diskurzusban betöltendő funkcióját, és az is megállapítható, hogy szükség van-e ennek megőrzése érdekében kulturális szűrő alkalmazására (House 1997: 7).

SZÖVEGFUNKCIÓ			
↑REGISZTER			↑ MŰFAJ ↑ ↑
↑DISKURZUSMEZŐ	↑DISKURZUSHANGVÉTEL	↑DISKURZUSMÓD	
↑ A KOMMUNIKÁCIÓ TÁRGYA: TÉMA, CSELEKVÉS	↑ A KOMMUNIKÁLÓ FELEK KÖZÖTTI VISZONY, SZOCIÁLIS TÁVOLSÁG, TÁRSADALMI SZEREPEK	↑ SZÖVEGSZERŰSÉG KRITÉRIUMAI, ÍRÁSBELI ÉS SZÓBELI FORMÁK	
↑NYELVI FORMÁK ÉS SZÖVEGMINTÁK↑			

1. táblázat: Modell fordított és eredeti szövegek elemzésére és összehasonlítására (House 1997: 108)

### 3 A diskurzushangvétel regiszter alkategóriái

Jelen kutatásban a diskurzushangvétel dimenzióját elemezzük részletesen, mivel a beszélői beállítottságot és a beszédpartnerek közötti kapcsolatot szeretnénk jellemezni. A diskurzushangvétel négy alkategóriából áll, ezek a diskurzushangvétel szemantikai dimenziójának szerzői, befogadói és interszónális szempontjait jelölik ki (House 1997: 107). Halliday rendszeres-funkcionális nyelvtana szerint a diskurzusban kifejeződő funkciókhoz konkrét lexikai és grammatikai elemek rendelhetők. Ennek alapján House a következő szempontrendszert alkotta meg:

Kovácsné Dudás Andrea:  
*A beszélői beállítottság kontrasztív jellemzésének lehetősége pragmatikai modell alapján*  
*Argumentum 8 (2012), 53-66*  
 Debreceni Egyetemi Kiadó

Diskurzushangvétel (Tenor of discourse)		Lexikai, grammatikai kategóriák
beállítottság (stance)	kognitív és affektív attitúd	ige, segédige, mondat-modalitás, modális partikulák, pozitív vagy negatív töltésű lexikai elemek, stiláris eszközök, rétegnyelvi, szaknyelvi lexika
társas szerep-viszony (social role relationship)	a kommunikáló felek közötti társas viszony	megszólítás, tegezés, magázás, önözés, stiláris elemek, téma-réma eloszlás
szociális távolság (social attitude)	a kommunikáló felek közötti szociális távolság	szimmetrikus-aszimmetrikus viszony a megszólításban, az igei formákban, a modális eszközökben
részvétel (participation)	a hallgató részvétele, bevonása a társalgásba	igei modalitás, mondat-modalitás, dilalogikus-monologikus szövegforma, retorikai eszközök (az címzetre utalás)

2. táblázat: A diskurzushangvétel alkategóriái (House 1997: 108)

A 2. táblázat tehát a diskurzushangvétel alkategóriáit és az ezeket kifejező nyelvi elemeket mutatja be. A „beállítottság” (stance) kategória arra utal, hogy milyen a beszélő személyes kognitív és affektív beállítottsága a nyelvileg megragadott valósággrészllettel kapcsolatban. Ezen túl rámutat a kommunikációban részt vevők között fennálló viszonyra, illetve a beszélőnek a címzethez fűződő viszonyulására (House 1997: 108). Ezen a ponton szinte elválaszthatatlan a kapcsolat a diskurzuszmező dimenziójával, mivel az információ, a valóság egy szeletének ábrázolási módja már utal a beszélő személyes álláspontjára. A lexikai elemek kiválasztása sokat elárul a szöveg alkotójáról: pl. a negatív vagy pozitív beállítottságáról, vagy a témával kapcsolatos érzelmi érintettségéről is. A második kategória, a társas szerep-viszony (social role relationship) a kommunikálók közötti, nyelvi eszközökkel megvalósuló kapcsolatra vonatkozik. A leírásában olyan szociolingvisztikai, pszicholingvisztikai változók játszanak szerepet, mint a tekintély, a szociális távolság vagy az érzelmi állapot. Itt például az jelenik meg, hogy a beszélő milyen szerepet ad önmagának és a befogadónak (House 1997: 109). A harmadik kategória a szociális távolság (social attitude), amely a kommunikáló felek közötti társadalmi-kulturális viszonyt fejezi ki. Például aszimmetrikus viszonyra utal, ha az egyik fél magázza, a másik pedig tegezi a beszédpartnert. A szociális távolságot fejezi ki a tiszteletteljes megszólítás. A negyedik kategória a „részvétel” (participation) részben a diskurzuszmod (mode) dimenzióhoz is tartozik, mert a címzett nyelvi eszközökkel való részvételét vagy részvételi szándékát fejezi ki a diskurzuszban (interaktív, monológ vagy dialógus). A „részvétel” kategóriája mégis a diskurzushangvételhez sorolandó, mert ebben a dimenzióban nagyon fontos a befogadónak a diskurzuszban betöltött szerepe (House 1997: 109). Ide azok a nyelvi elemek tartoznak, amelyek segítségével a címzettet a beszélő bevonja a diskurzuszba, pl. igemód, modális partikulák, személyes névmások, mutató névmások.

#### 4 A vizsgált szövegek

A szöveggyűjtemény elemeinek összeállításához Christiane Nord (1991) szövegelemzéshez javasolt kérdéseit vettem alapul. Ennek a szempontrendszernek a célja a fordítandó szöveg kommunikációban betöltött rendeltetésének pontos meghatározása. Ez segíti a fordítót abban, hogy megvizsgálja, milyen körülmények között jött létre az üzenet a forrásnyelvi kultúrában, és ennek megfelelően miként illeszthető a célszöveg a célnyelvi kultúrába. Nord szerint a szövegen kívüli tényezőket (textexterne Faktoren) a következő kérdések alapján vehetjük számba: Ki a közvetítő személy? Mi a célja? Kinek és miről ír? Milyen médiumot használ? Hol? Mikor? Mi a szöveg rendeltetése? (Nord 1991: 41) E szempontok szerint válogattam a szövegeket, melyek magasabb kategóriájú, tóparti üdülőhelyen működő szállodák honlapjáról valók. A beszélők (a szálloda, mint cég, a vezetés vagy a tulajdonosok) tájékoztatást nyújtanak az érdeklődőknek, és egyben vonzó képet szeretnének festeni a szállodáról, ezért a szövegek funkciója egyrészt a vendégek tényszerű informálása, de egyben felhívás és reklám is. Mindhárom szövegcsoport azonos kontextuális háttérrel rendelkezik: azonos témájú és kommunikációs funkciójú, interneten megjelenő szállodai reklámszövegek.

A vizsgálandó korpusz 3 alkorpuszból áll:

- (1) MK = Eredeti magyar korpusz: 28 magyar szállodaismertető, 6713 szó, 44594 karakter
- (2) NK = Eredeti német korpusz: 51 német szállodaismertető; 7198 szó, 44730 karakter
- (3) FNK = Fordított német korpusz: 28 fordított német szállodaismertető, 7006 szó, 45824 (a magyar szövegek fordítása).

Az adatelemzés statisztikai szempontból értékelhető, mivel minden balatoni négy csillagos szálloda weblapját beillesztettem a korpuszba. A fordított német szövegek a magyar nyelvű honlapok fordításai, tehát a magyar szövegekkel együtt párhuzamos korpuszt alkotnak. A harmadik alkorpuszt eredeti német szövegek alkotják, melyek kiválasztásánál az vezérelt, hogy a kontextuális háttér a másik két alkorpuszéhoz hasonló legyen. Úgy tűnik, hogy a Bódeni tó melletti szállodák honlapja megfelel a fent megadott kritériumoknak. Az eredeti német szállodaismertetőket a magyarról németre fordított szállodaismertetőkkel együtt összehasonlítható (comparable) korpuszt alkotnak.



1. ábra: A korpuszok terjedelme

A 1. ábra a három alkorpusz kiegyensúlyozott méretarányát ábrázolja: annak ellenére, hogy a szövegek száma eltérő, a korpusz közel azonos számú karaktert és szót tartalmaz. Ez azért

Kovácsné Dudás Andrea:  
*A beszélői beállítottság kontrasztív jellemzésének lehetősége pragmatikai modell alapján*  
*Argumentum 8 (2012), 53-66*  
 Debreceni Egyetemi Kiadó

fontos, mert a statisztikai eredmények alapján csak kiegyenlített feltételek mellett vonhatunk le érvényes következtetéseket. Íme, három rövid részlet a három szövegcsoporthból:

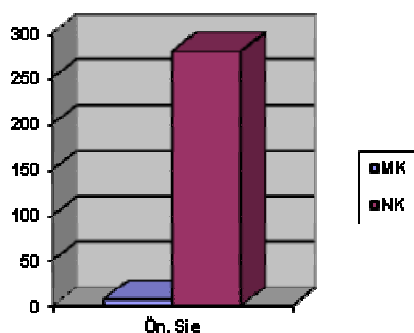
MK. 19. szöveg	<i>A Siófok központjában található Vértes Konferencia és Wellness Hotel teljes felújítás után 2003. május 30-án nyitotta meg újra kapuit. A korábbi, csak a nyári üdültetési szezonban üzemelő két csillagos épület a jövőben négy csillagos színvonalon, egész évben várja az ide látogató vendégeket. <a href="http://www.hotelvertes.hu">www.hotelvertes.hu</a></i>
NK. 19. szöveg	<i>Im Zentrum von Siófok befindet sich das Vértes Konferenz und Wellness Hotel. Nach einer Renovierung wurde das Haus am 30. Mai 2003 wieder eröffnet. Das ehemalige 2Sterne Haus war nur im Sommer in Betrieb, aber und in Zukunft erwarten wir unsere Gäste mit 4Sterne-Niveau im ganzen Jahr. <a href="http://www.hotelvertes.hu">www.hotelvertes.hu</a></i>
FNK. 1. szöveg	<i>Herzlich Willkommen im Hotel Hoeri am Bodensee. Warum sollten Sie sich für ein Privathotel mit der Tradition vieler Generationen entscheiden? Weil wir hier eine große Familie sind und möchten, dass Sie zu uns gehören. Die traumhafte Landschaft und die familiäre Atmosphäre unseres Hauses sorgen dafür, dass das "Tagen" nicht zum "Ertragen" wird. Wir freuen uns auf Ihren Besuch. <a href="http://www.hoeri-am-bodensee.de">www.hoeri-am-bodensee.de</a></i>

## 5 Statisztikai eredmények a kétnyelvű korpusz elemzése alapján

A szövegek statisztikai adatelemzése számítógépes módszerrel készült. A korpuszban 107 szöveg szerepel, kb. 20 000 szó, melyek feldolgozása átolvasással, hagyományos elemzési módszerrel nem lenne lehetséges. A magyar korpuszannotációt a Magyar Nemzeti Szövegtár egyértelműsítő eszközkészletével Oravecz Csaba készítette (Oravecz és Dienes 2002). A német annotáció, a TreeTagger nyelvtől független egyértelműsítő programmal készült a Stuttgarteri Egyetem Korpusznyelvészeti Intézetében, Cyril Belica segítségével.

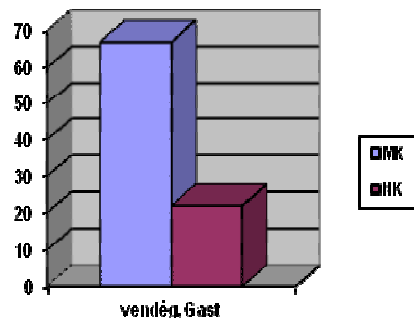
A statisztikai eredmények közül helyszűke miatt csak három lényeges adatösszevetést mutatok be. Ezek a következők:

- *Ön* és *Sie* személyes névmások
- A *vendég* és *Gast* címzetre vonatkozó főnevek
- A felszólító mód gyakorisága mint az interperszonális viszony egyik fő jellemzője



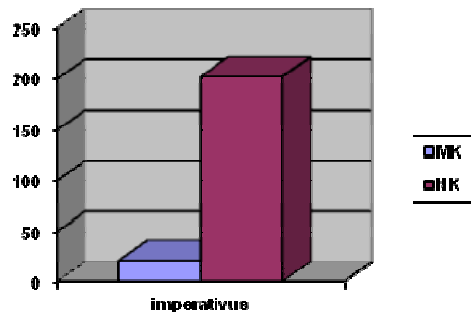
2. ábra: A megszólítás önöző formában a magyar és a német eredeti korpuszban

A diagram a címzettel való kapcsolatfelvétel, az önöző megszólítás gyakoriságát ábrázolja a magyar és az eredeti német szövegekben. Az adatok nagy eltérést mutatnak: a magyar mondatokban az *Ön* udvarias megszólítás előfordulása gyakorlatilag elhanyagolható. Ezzel szemben a német szövegekben a *Sie* névmással csaknem 280 alkalommal találkozunk.



3. ábra: A vendég és Gast főnév előfordulása

Mivel a szemantikai kohézió egyik alapeleme a *vendég* szó volt, ezért megvizsgáltam, milyen arányban fordul elő ez a főnév a magyar és az eredeti német szövegekben. Statisztikai módszerrel nem lehet kideríteni, hogy az egyes szövegekben főneves, magázó megszólításról van-e szó, vagy csak alanyként szerepel a mondatban a *vendég* szó. A *vendég* és a *Gast* szavak előfordulási gyakorisága jelentősen eltér: a magyar szövegekben 4-szer több alkalommal fordul elő, mint az eredeti német szövegekben.



4. ábra: A felszólító mód gyakorisága a magyar és a német eredeti szövegekben

A diagram azt mutatja, milyen a magyar és a német eredeti szövegekben a felszólító módú igék aránya. Az adatok szignifikáns eltérést mutatnak a két adatállomány között. A magyar eredeti szövegekben 21 felszólítás szerepel, míg a német eredetiben 202 imperatívusz található.

## 6 A kétnyelvű korpusz elemzésének értékelése

A lexikai és grammatikai elemek statisztikai értékelése azt mutatta, hogy a diskurzushangvétele kifejezésében eltérő nyelvi elemek játszanak szerepet. A diskurzushangvétele kategóriáit összefoglalóan a következőképpen lehet jellemezni:



A beszélő személyes kognitív és affektív „beállítottságát” (stance) a magyar és a német szállodaismertetőkből az határozta meg, miként viszonyulnak az adott valóságreszlethez, azaz a potenciális vendéghez és a szállodához. A lexikai elemek kiválasztása már árulkodik erről a viszonyról, ezért ezen a ponton szoros kapcsolat áll fenn a diskurzusmező dimenziójával. Közös vonása a magyar és a német nyelvű szövegeknek a pozitív szemantikájú lexika: a főnevek, jelzők, határozószók jelentéstartalma örömteli életérzést közvetít. (Például: *pihenés, gyógyítás, élvezet, kikapcsolódás, szép, kellemes, gyönyörű, jól, mindig, együtt*) A szintaktikai szerkezetek is felértékelő értelműek, pl. a fokozott melléknevek és a jelzős szerkezetek. (Pl. *legszebb, legkülönlegesebb, kényelmes napozóágyak, hideg italok, kellemes strand*) Az igei szerkezetek azonban eltérést mutattak a két korpuszban: a magyar szövegekben több kijelentő módú ige szerepel, és a mondatmodalitás is jellemzően kijelentő. A német szövegekben ezzel ellentétben gyakoriak a felszólító módú igei szerkezetek, és a mondatmodalitás is változatosabb, mivel a kijelentő mondatok mellett megjelennek a kérdő, felkiáltó és legnagyobb számban a felszólító mondatok. Ez az eltérés arra utal, hogy a szerzői beállítottság az adott valóságreszletre vonatkozóan a magyarban statikus, leíró, míg a németben dinamikus, felhívó jellegű.

„A társas szerep-viszony” (social role relationship) a szövegalkotó és a címzett között fennálló kapcsolatot jellemzi. A „beállítottság” alkategória értékelésénél már felmerült az igei szintaktikai szerkezetek közötti különbség: a magyar szállodai ismertetőkből a kijelentő mód, a német szövegekben pedig a felszólító mód dominál. Ez arra utal, hogy a magyar szövegben a szerző informál, a németben inkább cselekvésre ösztönöz. A kommunikáló felek közötti kapcsolatáról a legtöbbet a megszólítás árul el, ebben olyan szociolingvisztikai változók játszanak szerepet, mint a tekintély vagy szociális státusz. A megszólítás módja arról árulkodik, hogy a beszélő milyen szerepet ad önmagának és a befogadónak (House 1997: 109). A német és a magyar szövegekben ezen a ponton volt a legnagyobb különbség. A magyar szállodai és idegenforgalmi szakzsargon a hagyományos „kedves vendég” megszólítást használja, amely nagyon udvarias, alázatos és a tranzakciós társas szerep-viszonyt jeleníti meg, ahol a kommunikáló felek hagyományos vendéglátó-vendég „szerepet játszanak”, és ez meghatározza a viselkedésüket. A német szövegekben a közvetlen önöző megszólítás jellemző, amely kevésbé kötődik a tranzakciós szerep-viszonyokhoz.

A szociális távolság (social attitude) szorosan kapcsolódik az előző kategóriához, mivel a kommunikáló felek közötti társadalmilag meghatározott viszonyt fejezi ki. Mivel a magyar szövegekben a hagyományos vendéglátói magatartás jelenik meg, ahol a vendéglátó a háttérbe húzódva igyekszik a vendég minden kívánságát teljesíteni, ezért a kommunikáló felek közötti távolság nagyinak mondható. A németben a közvetlen felszólításoknak, retorikai kérdéseknek köszönhetően, amelyek olykor szinte baráti meghívásként érthetők, kisebb szociális távolság áll fenn a beszélő és a címzett között.

A „részvétel” (participation) az a kategória, amely a címzett részvételére vonatkozik a diskurzusban. Ez azokkal a nyelvi elemekkel fejezhető ki, amelyek segítségével a címzettet a beszélő bevonja a diskurzusba, pl. igemód vagy személyes névmások. Mivel a magyar szövegekben az E/3. személyű főneves megszólítás és kijelentő mód a jellemző, ezért a címzett csak passzív módon lesz részese a weblapokon felkínált szolgáltatásoknak, tevékenységeknek. A német szállodai reklám ezzel szemben közvetlen felszólítással egyben az „akció” főszereplőjévé teszi a vendéget. A címzett részvétele ezért sokkal aktívabb a német szövegekben.

## 7 Kommunikatív preferenciák magyar és német turisztikai diskurzusban

A diskurzushangvétel elemzéséből következtethetünk arra, mely kommunikatív preferenciák érvényesülnek a magyar és a német vendéglátói diskurzusban. House német-angol pragmatikai szempontú szövegelemzések alapján összeállított egy rendszert, mely a nyelvre és a kultúrára jellemző beszélői beállítottságot jellemzi (House 1997: 84). Ebbe illesztettem be az elemzés eredményeit, és vázoltam fel magyar és német vendéglátói diskurzust meghatározó kommunikatív preferenciákat.

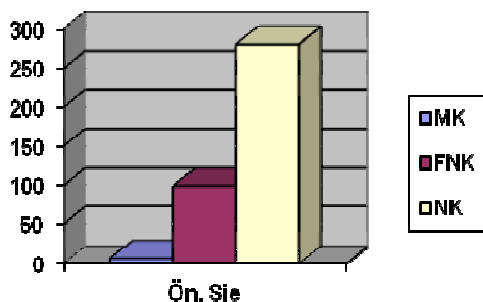
Magyar	Német
közvetett kapcsolatteremtés, távolságtartás	közvetlen kapcsolatteremtés
irányultság: a leírás tárgya felé	irányultság: a címzett felé
tartalom-központú	partner-központú
implicit	explicit
nyelvi sémák	nyelvi sémák

3. táblázat: A magyar és német szövegalkotói beállítottság a korpuszelemzések alapján (House nyomán 1997: 84)

A magyar szállodaismertetőben tehát a szövegalkotói beállítottság jellemzően implicit, mivel a hotel és a szolgáltatások leírása és pozitív képe rejtve tartalmazza a meggyőző funkciót. A címzettel való kapcsolat közvetett hangvételű, a szövegjelleg tartalomközpontú, és a szöveg építőelemei, a „kedves vendég”-hez szóló vendégváró kifejezések a nyelvi sémák sorába tartoznak. A német szövegek ezzel szemben közvetlenek, a címzettel megszólítják, és felszólítják a szálloda meglátogatására és a szolgáltatások igénybe vételére. Éppen ezért a beszédpartner áll a középpontban, a felhívó funkció explicit módon jelenik meg a weblapokon, és itt is a vendéglátáshoz kapcsolódó sémák érvényesülnek.

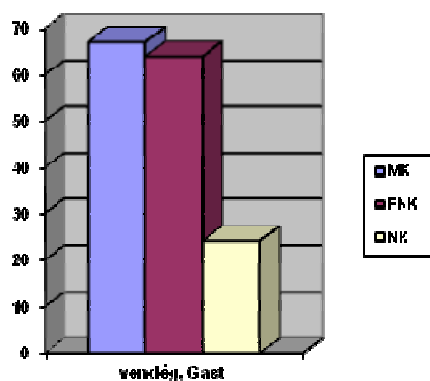
## 8 A fordításelemzés – párhuzamos korpusz elemzése

A magyar és német szállodai ismertetőkből kimutatható különbségek értékelése és rendszerbe foglalása után érdemes megvizsgálni a németre fordított szövegeket. Azonos szempontok alapján elemeztem a párhuzamos korpuszt, amely az eredeti magyar szövegeket és ezek fordított német változatát tartalmazza. Ebben az összehasonlításban is a három, már előbb bemutatott adatösszevetést ismertetem: (1) az *Ön* és *Sie*, (2) a *vendég* és *Gast* és (3) a *felszólító mód* előfordulási gyakoriságát. A forrásnyelvi szöveg és a célnyelvi fordítás egybevetését kiegészítettem a célnyelvi eredeti szövegek elemzésével is, így a grafikonokon a három alkörpusz adatainak összehasonlítása látható. Az fordított szövegekben érezhető idegenszerűség oka gyakran interferenciális jelenségekben keresendő, ezért tartottam célravezetőnek a hármas összevetést. Ezen a módon jobban láthatóvá válnak azok a jelenségek, melyek forrásnyelvi eredetűek, és grammatikailag helyesek ugyan, de használatuk mégsem felel meg a célnyelvi normáknak.



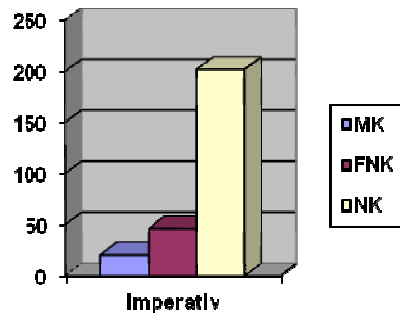
5. ábra: A 'Ön' és a 'Sie' névmás előfordulása a magyar, a fordított német és a német korpuszban

A diagram jól mutatja, hogy a magyar eredeti szövegekben elhanyagolható a közvetlen névmási megszólítás, a német eredeti szövegekben 280-szor fordul elő, míg a fordított német szövegekben valamivel a középérték alatt marad az előfordulási gyakoriság. Ez az adat bizonyítja, hogy a német eredetiben a címzettel történő kapcsolatfelvétel dinamikus, mások felé orientálódó jellegű. a magyar szállodai szövegekre nem jellemző ez az interperszonális attitűd. A fordítók részben figyelembe vették a pragmatikai-udvariassági eltéréseket, és grammatikai átváltást alkalmazva a *vendég* főnevet a német célszövegben *Sie* önöző névmássá alakították át. Mivel ez az átváltás csupán harmadrészben történt meg, ezért attitűdbeli idegenszerűség érezhető a fordított német szövegeken.



6. ábra: A *Gast* főnév előfordulása a magyar, fordított német és a német korpuszban

A fordításokban a *vendég* szó előfordulása alig marad el forrásnyelvi gyakoriságtól: a címzett megszólítása és a diskurzusba való bevonása elsősorban főneves megszólítással, E/3. személyben történik. Ezzel szemben a német eredeti szövegekben csaknem harmad annyiszor, 24-szer szerepel a *vendég* szó.



7. ábra: A felszólító mód előfordulása a magyar, a fordított német és a német korpuszban

Az ábra a felszólító módú igék előfordulási gyakoriságát mutatja a három alkorpuszban. A magyar forrásnyelvi szövegekben csak 21 felszólító módú ige szerepel. A közvetlen cselekvésre ösztönzés, a felszólítás nem jellemző ezekre a szövegekre. Ennek oka valószínűleg az, hogy a forrásnyelvi beszélő a címzettel, azaz a leendő vendéggel E/3. személyű, főneves megszólítással teremt kapcsolatot. Jól látható, hogy a fordítások is ezt a tendenciát követik: a fordított célnyelvi szövegekben 46 felszólító módot találunk, ami azt is mutatja, hogy néhány helyen a fordítók a célnyelvi normának megfelelő grammatikai szerkezetet alkalmazták. Az adatok egyértelműen arra utalnak, hogy a német nyelvhasználatban ebben a kontextusban a felszólító mód használata jóval elterjedtebb: a német eredeti szövegekben 202 imperatív igei szerkezet fordul elő.

A kérdést, hogy milyen mértékben jelennek meg a forrásnyelvi és a célnyelvi pragmatikai sajátosságok a fordításokban, megválaszolták a korpuszelemzés eredményei: a fordított szövegben leíró, távolságtartó beszélői szemlélet jelenik meg. A németre fordított célnyelvi szövegben a forrásnyelvre jellemző kijelentő módú, 3. személyű igealakok és főneves megszólítások szerepelnek. Ez a diskurzushangvételre vonatkoztatva azt jelenti, hogy a fordított német honlapokon a magyar eredeti szövegekben kifejeződő, indirekt udvariassági elemek voltak túlsúlyban. Az idegenszerű jelleg egyik forrása lehetett, hogy a célnyelvű fordítások megőrizték a forrásnyelvi beszélői attitűdöt.

## 9 Összefoglalás: pragmatikai modell eredményes alkalmazása

Az elemzés azt mutatta, hogy a beszélőnek a címzethez való kapcsolatát a német és a magyar szállodai reklámszövegekben eltérő lexikai és grammatikai szerkezetek fejezik ki. A magyar szövegekben E/3. személyű főneves megszólítási forma jellemző. (*Szeretettel várjuk kedves vendégeinket!*) Ezzel szemben a németben nem használatos a „magázás”, tehát az E/3. személy nem megszólításként értelmezhető. A német turisztikai szövegekben az önöző névmás használata jellemző. (*Sie sind herzlich willkommen in unserem Hotel!*) A német fordítások azonban a forrásnyelvi hagyományokat követik, és szintén az E/3. személyű főneves megszólítást alkalmazzák. (*Wir erwarten herzlich unsere lieben Gäste!*) Ezek a megfogalmazások nyelvtanilag helyesek, de pragmatikai szempontból gyakran idegenszerűnek tűnnek. Az elemzés során egyértelműen azonosítani lehetett azokat a statisztikai eszközökkel is megragadható, konkrét lexikai és grammatikai elemeket, amelyekhez interperszonális attitűdöt kifejező funkciót lehetett rendelni. A fordított német szövegekben felderített pragmatikai jellemzők a

magyar szokásokhoz igazodnak, tehát a forrásnyelvi beszélői attitűdöt viszik át a fordítók a célnyelvi szövegekbe. Hasonlóan a magyar szövegekhez kevés a felszólítás, és megmarad az E/3. személyű főneves megszólítás.

## 10 Összefoglalás: egy nyelvészeti modell eredményes alkalmazása

A House-féle pragmatikai nyelvészeti modell segítségével láthatóvá váltak a beszélői beállítottság eltérései a magyar és a német turisztikai diskurzusban, illetve a fordításelemzés arra is rámutatott, hogy a német fordítások túlnyomórészt megőrizték a magyar szemléletet. Felmerül a kérdés, hogy a német nyelven megjelenő szállodaismertetőik esetében elidegenítő fordításról van-e szó vagy csupán a forrásnyelv mechanikus másolásáról. Az elidegenítő fordítás tudatos fordítói választás eredménye, melynek célja a forrásnyelvi kultúra és beszélői szemlélet megjelenítése a célnyelvben. Mivel a tiszteletteljes, távolságtartó beszélői beállítottság is jelenthet turisztikai vonzerőt, ezért nem vethetjük el azt a feltételezést, hogy a fordítások mögött tudatos, elidegenítő fordítási stratégia áll. Ugyanakkor, mivel hétköznapi, és nem irodalmi szövegek fordításáról van szó, elképzelhető ennek az ellenkezője is: magyar szállodai szövegek rutinszerű, mechanikus közvetítése német nyelvre. A fordítói munka során számtalanszor előfordul, hogy a fordító dönteni kényszerül: megőrzi-e a forrásnyelvi elemeket vagy lexikai-grammatikai átváltással a célnyelvhez közelít. Ezekben a döntésekben nyújthatnak támpontot a fordításszemponturnyelvészeti vizsgálatok. A bemutatott kutatás a hétköznapi szövegek világából és a fordítói gyakorlatból indult ki, és egy megbízhatónak ítélt elméleti háttér alapján kísérelt meg választ adni a fordítás során felmerült kérdésekre. A pragmatikai modell szerinti elemzés után rendszerezhető eredmények születtek, melyekből tartalmas következtetések vonhatók le. Ily módon feltárhatókká váltak bizonyos, a szavak mögött megbújó beszélői szándékok, és a beszélőnek a befogadóhoz való érzelmi-tudati viszonyulása. Ezek a tényezők olyan nyelvhez - kultúrához kötődő, kontextus-függő nyelvhasználati szokások, melyek ismerete támpontot adhat a fordítás során.

## Irodalom

- Böhme, Hartmut, Rösler, Wolfgang & Rapp, Christof (Hrsg.) (2007): *Übersetzung und Transformation*. Berlin: de Gruyter.
- Cs. Jónás, Erzsébet (2010): Fordításstilisztika kognitív keretben. *Fordítástudomány* XII. 1. Budapest: Scholastica, 5-15.
- Grétsy László & Kemény Gábor (szerk.) (2005): *Nyelvművelő kézisztár*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Halliday, Michael (1994): *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
- House, Juliane (1997): *Translation Quality Assessment: A Model Revisited*. Tübingen: Narr.
- Klaudy Kinga (2002): *Bevezetés a fordítás elméletébe és gyakorlatába*. Budapest: Scholastica.
- Klaudy Kinga (2007): *Nyelv és fordítás. Válogatott tanulmányok*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.

Kovácsné Dudás Andrea:  
*A beszélői beállítottság kontrasztív jellemzésének lehetősége pragmatikai modell alapján*  
*Argumentum 8 (2012), 53-66*  
*Debreceni Egyetemi Kiadó*

---

Nord, Christiane (1991): *Text Analyses in Translation*. Amsterdam: Rodopi.

Oravecz, Csaba & Dienes, Péter (2002): Large scale morphosyntactic annotation of the Hungarian National Corpus. In: Hollósi, B. & Kiss-Gulyás, J. (eds.): *Studies in Linguistics*. Volume VI., 277–298.

Papp, Ferenc (1984): The Russian of Hungarian people whose Russian is first-late. In: Papp, F. (ed.): *Contrastiv Studies Hungarian-Russian*. Budapest: Akadémiai Kiadó, 127-139.

Kovácsné Dudás Andrea  
ELTE, Fordítástudományi Tanszék  
H-1088 Budapest  
Múzeum krt. 4/F.  
kovacsandi67@gmail.com