

Schirm Anita

(E)lgondolkodtató anyanyelvtanítás

A tanulmány a grice-i maximák középiskolai tanításához feladatötleteket adva az (el)gondolkodtató, ám mégis élményszerű és szórakoztatva informáló anyanyelvtanítás szükségessége és a változatos, a diákokhoz közeli szövegtípusok alkalmazása mellett érvel. Grice elmélete a tananyag voltán kívül azért alkalmas e szemléletmód illusztrálására, mert a maximák betartása, illetve szándékos megsértése, valamint a sugallt tartalmak felismerése és felismertetése a mindennapi kommunikációban is a diákok segítségére lehet, egyúttal rámutathat az anyanyelvi ismeretek hétköznapiságára és hasznosságára is.

Bevezetés – az anyanyelvtanítás múltja, jelene és jövője

Az 1970-es évektől napjainkig végzett tantárgyi attitűdvizsgálatok (Ballér 1973; Kocsis 2000; Takács 2001; Csapó 2000, 2002; Csíkos 2012; Istók–Istók 2020) helyszíntől, évfolyamtól, a kérdésfeltevés módjától függetlenül azt mutatják, hogy a magyar nyelv nem tartozik a diákok kedvenc tantárgyai közé. Az anyanyelvi órákat a tanulók többnyire fárasztónak, nehéznek, fölöslegesnek és unalmasnak találják. Az életkor és az iskolában töltött idő előrehaladtával sem válik pozitívabbá a diákok attitűdje (Korom 2002: 324). A nyelvészetet még a magyar szakos egyetemisták zöme sem kedveli igazán, ők is elvonnak és száraznak találják a nyelvészeti tárgyakat (Schirm 2013: 50): a grammatikai elemzéseket öncélúnak és haszontalannak érzik, a nyelvtörténetet pedig biztos leíró ismeretek híján nehéznek és fölöslegesnek tartják. A felmérések arra is rámutattak, hogy időközben hiába változtak és cserélődtek a tankönyvek, a követelmények és a tanítási módszerek, a magyar nyelv negatív megítélése mit sem változott. Az anyanyelvtanítás mai helyzete tehát legalábbis elgondolkodtató.

A kialakult helyzet több okra vezethető vissza. Az egyik ok az lehet, hogy maguk a tanárok sem lelkesednek az anyanyelvi órákért, sokan közülük egyszerűbb és biztonságosabb terepnek érzik az irodalom tanítását. Az anyanyelvi órák csekély heti óraszám, ezek olykor irodalomórára cserélése, az érettségire való trenírozás, azaz a nyelvi-nyelvtani jelenségeknek a felfedeztetés helyetti tételszerű bemutatási és visszakérdezési módja sem kedvez a tantárgy népszerűségének. A diákok így tankönyvi fejezeteket, tételeket tanulnak meg, illetve magolnak be, ám nem rendelkeznek biztos alapismeretekkel, nem látják át a teljes nyelvi rendszert és működést, nem veszik észre az összefüggéseket. A magyar nyelvi ismeretek szabályalapú tanítása, a tanári előíró intelmek, a tankönyvi „szabályok” és a valós nyelvhasználat közti különbség, a szépirodalmi példák túlsúlya is a tantárgy kedveltsége ellen hat, a tananyag elidegenedik a diákoktól, mintegy „elefántcsonttoronyba” kerül (Schirm 2018). Az anyaggal való kényszerű haladás miatt nincs idő és mód a diákok által gyűjtött nyelvhasználati jelenségek, illetve problémás esetek megbeszélésére. Vagyis az anyanyelvi órákból többnyire hiányzik a gondolkodtatás.

Elgondolkodtató az is, hogy a mai tanulók már másként tekintenek a lexikális tudásra: a Wikipédia, a ChatGPT, az online alkalmazások korában néhány kattintással bármit megtalálnak, így nem érzik a nyelvi ismeretek súlyát, nem látják az értelmüket. A C (= connection 'kapcsolat', illetve content 'tartalom'), illetve D (= digital 'digitális') generáció (Pais 2013) tagjaiként idejük nagy részét a digitális térben töltik, más típusú szövegeket és másként fogyasztanak, valamint mások az olvasási és szövegértési stratégiáik is (Gonda 2015). Kevesebb ideig képesek koncentrálni, gyakran megosztott figyelemmel, multitasking módban tanulnak, és blogposztokból, online cikkekből, tweetekből, TikTok- és YouTube-videókból, Facebook-bejegyzésekből is tájékozódnak. Érdeemes tehát a tanulók tartalomfogyasztási szokásait is figyelembe venni a tanórai anyag összeállításakor, a szemléltető példák kiválasztásakor.

A „nyelvtan életre keltését” (Kugler 2018), a „szerethető grammatikaoktatást” (Minya 2018), az élményközpontú anyanyelvtanítás fontosságát, az élőnyelvből származó, valós példaanyag, illetve a digitális eszközök, platformok és programok hasznát egyre többen hangoztatják (például Szerdi 2017; Minya 2018; Constantinovits et al. 2022; Horváth 2022). Ez a tanulmány is ehhez az irányvonalhoz kíván csatlakozni. Az (el)gondolkodtató, ám mégis élményszerű, szórakoztatva informáló anyanyelvtanítás szükségessége és a változatos szövegtípusok alkalmazása mellett érvel; mindezt a grice-i maximák tanításán keresztül mutatja be. Grice elméletével 11. osztályban ismerkednek meg a tanulók. Ez a témakör azért is alkalmas e szemléletmód illusztrálására, mert a maximák betartása, illetve szándékos megsértése, valamint a sugallt tartalmak felismerése és felismertetése a mindennapi kommunikációban is a diákok segítségére lehet, egyúttal rámutathat a nyelvi-nyelvtani ismeretek hétköznapiságára és hasznosságára is. A tanulmány példáinak egy kis része *A nyelvleírás elméletei az oktatás gyakorlatában* című szeminárium hallgatóitól származik, nagyobb része pedig saját gyűjtésű anyag.

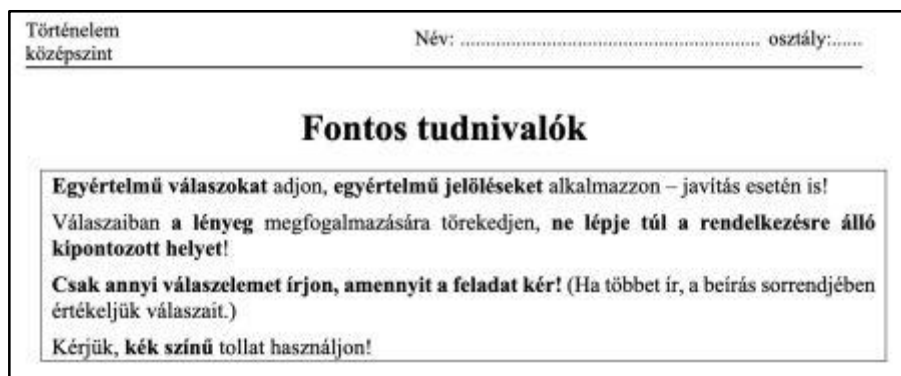
Grice elmélete – elméletben, középiskolás fokon

A 2012-es, illetve 2020-as NAT-ra épülő új generációs magyar nyelv tankönyvek 11. osztályban foglalkoznak Grice maximáival. A diákok a tankönyvekből és a Nemzeti Köznevelési Portálon elérhető, hozzájuk készült okosfeladatokból megismerhetik az együttműködési alapelvet (= „a beszélgetőpartnerek észrevétlenül is figyelnek egymásra”), valamint a négy maximát (Oktatási Hivatal Tankönyvfejlesztési Osztálya 2021: 45). A maximákat a diákok számára a 2012-es NAT-ot követő tankönyv a következő definíciókkal mutatja be: „A minőség maximája: Ne mondj olyat, ami hamis!, a mennyiség maximája: A megnyilatkozásban legyen éppen elegendő információ!, a mód (modor) maximája: A megnyilatkozás legyen világos és pontos!, a kapcsolódás maximája: A megnyilatkozás kapcsolódjon a beszédhelyzethez!” (i. m. 45). A 2020-as NAT szerinti tankönyv pedig így magyarázza az irányelveket: mennyiség: „annyi információ megosztása, amennyi a helyzetben szükséges”, minőség: „hitelesség”, relevancia: „a tárgyhoz tartozás, odaillőség”, mód: „világos és érthető megfogalmazás” (i. m. 34). Arról is szó esik a maximák kapcsán, hogy ezek nem mindig érvényesülnek maradéktalanul, a beszélő tudatosan is megsértheti, illetve mellőzheti őket, és ilyenkor a kimondott jelentéstől eltérő jelentés is létrejöhet (Baranyai 2017: 47). A tankönyvi keretek nem teszik lehetővé

annak bemutatását, hogy mi lehet a beszélő célja, ha a társalgás során nem követi az együttműködés elvét és az ahhoz kapcsolódó maximákat. Középszintű szinten nem is kell kitérni a megsértés (violate), a kibújás (opt out), a maximák ütközése (clash) és a megszegés (flout) típusainak a különbségeire. Viszont jó, ha a tanár az okosfeladatokon túl is igyekszik a hétköznapi életből példákat hozni a nem mindig szabályos társalgás szabálytalanságaira és a szabályoktól való eltérés lehetséges okaira. Az alábbiakban – egy kicsit a diákok fejével is gondolkodva – a tanulmány a gyakorlatban mutatja be az elméletet.

Grice elmélete – a gyakorlatban

Grice az együttműködési alapelvet és a maximákat ugyan a szóbeli társalgás zökkenőmentessé tétele érdekében fogalmazta meg, ám ezek a szabályok bizonyos írott szövegeknél is segítségként szolgálhatnak. Ha csak az iskolai dolgozatokra vagy éppen az érettségi feladatlapokra gondolunk: egyértelmű válaszokat, egyértelmű jelölésekkel, a lényegét szabatosan megfogalmazva, a rendelkezésre álló helyet nem túllépve és a feladat által kért válaszok számát nem meghaladva kell a diákoknak fogalmazniuk (1. kép).



1. kép

A középszintű történelemérettségi instrukcióinak egy részlete (1)

Iskolai környezetben a maximáktól való eltérés a diákok esetében ráadásul következményekkel jár(hat), és a maximák megsértésekor a tanár általában korrigálja vagy javításra szólítja fel a tanulókat. A társalgási maximák megsértése az aszimmetrikus kommunikációból adódóan főként a tanárnak áll módjában, ám a látszólag következményekkel nem járó maximasértések is kihatnak az oktatás minőségére, hatékonyságára (Herbszt 2008).

A grice-i maximákkal kapcsolatban ki kell arra is térni, hogy maga a médium is befolyásolja a követendő szabályokat, ahogy arra Marshall McLuhan már 1964-ben rávilágított: *A médium maga az üzenet.* A klasszikus McLuhan-i aforizma azonban még tovább pontosítható, hiszen nem csupán a médium határozza meg a szövegalkotási normákat, a szabályoktól való eltérés lehetőségét, hanem a szövegtípus is befolyásolja őket (Schirm 2021: 27–28). Például egy generátorral (2) a szerző által készített mém esetében (2. kép) a szövegtípus azonnal nyilvánvalóvá teszi, hogy a kép és a szöveg

együttese humoros véleményt fejez ki. A mémeknél a szövegtípus jellegéből adódóan egyenesen elvárás a grice-i maximák megsértése, és éppen ebből ered ezeknek az alkotásoknak a humoros volta.



2. kép

Egy mém a grice-i maximákról

A hétköznapi társalgásokra kialakított grice-i maximákat tehát nem lehet változtatás nélkül átvinni bármilyen szövegtípusra, hanem minden egyes szövegtípusnál a szövegek célját, funkcióját, fizikai korlátait, célcsoportját is figyelembe véve újra kell értelmezni őket: hogy mi az igaz, mennyi az elég, mi a releváns, és mi az érthető. A maximák betartását vagy éppen a szándékos megsértését, a sugallni kívánt jelentést, azaz az üzenet tartalmát és formáját ugyanis a médium, illetve a szövegtípus határozza meg.

Grice a McDonald'sban

A hétköznapi életből vett analógiákkal is rávilágíthatunk a grice-i maximák fontosságára. Például a McDonald'sban ha két menüt rendeltünk, akkor a mennyiség előírásának megfelelően pontosan 2 menüt várunk el, se többet, se kevesebbet. A minőség maximájának értelmében, ha cukormentes kólát kértünk, akkor azt szeretnénk kapni, és nem cukros üdítőt vagy jeges teát. A relevancia maximájának megfelelően a gyorsétteremben nem rendelünk, illetve nem is fogadunk el könyvet

a megrendelt étel helyett, míg a mód a kiszolgálás gyorsaságára és udvariasságára vonatkozik. De az analógián túl az eredeti társalgási szabályok betartása is kívánatos lenne a gyorséttermi szituációban.

Az elvárás és a valóság azonban nem mindig vág egybe. Maradva a Mcdonald's-os kontextusnál, ezt valós példákkal is lehet illusztrálni. Az alábbi (1a–c) beszélgetésrészletek az egyetem mellett diákmunkavállalóként gyorsétteremben dolgozó magyar szakos hallgatótól származnak. A dialógusok jól mutatják, hogy a vevő olykor félreérti vagy nem érti az eladó kérdését (1a, 1b), máskor pedig nem érzi a szituációhoz tartozó beszélői szerepek kimondatlan normáit (1c).

(1a) Eladó: Itt fogyasztod el a rendelésed?

Vevő: Nem, az asztalnál.

(1b) Eladó: Szeretnéd a szendvicset menüben kérni?

Vevő: Igen.

Eladó: És mit szeretnél hozzá inni?

Vevő: Igen.

(1c) Eladó: Jó napot. Sikerült választani?

Vevő: Még nem tudom, mit válasszak, mert az apukámnak viszem, aki szereti a csirkés meg a marhás szendvicset is, de a múlt héten ment a hasa a paradicsomtól, szóval valami olyan kellene, ami egy kicsit diétásabb.

A hétköznapi társalgások elemzésével a diákok megfigyelhetik a sikeres és a sikertelen kommunikáció stratégiáit, valamint a maximáktól való eltéréseknél felfedezhetik a sugallt jelentéseket, illetve az esetleges következményeket is.

Maradva az éttermi analógiánál, a társalgás olyan, mint egy jól elkészített fogás: minden a hozzávalókon, ezek frissességén és arányán, valamint az elkészítési módon múlik. Grice elméletének bemutatása után feladatként adható a diákoknak, hogy fogalmazzák meg a tökéletes társalgás grice-i receptjét a következő „hozzávalók” felhasználásával: információ, helyzet, igazság, bizonyíték, rendezettség, relevancia, rövideg, hosszúság, érthetőség, cél, tömörség.

Öntsünk tiszta vizet a pohárba a grice-i maximák kapcsán!

A társalgás alapelvei a népi bölcsességekben, a szólásokban és közmondásokban is tetten érhetők. A szó, beszéd, pletyka, igazság, rágalom fogalmi körökbe tartozó frazémák egy része lényegében ugyanazt fogalmazza meg, mint Grice, csak épp a nép nyelvén. A minőség kívánalmát mutatja *A hazug embert hamarabb utoléri, mint a sánta kutyát*. A *Száz szónak is egy a vége* a mód és a mennyiség maximájának a fontosságára utal, a *Ha hallgattál volna, bölcs maradtál volna*, illetve a *Hallgatni arany* a mennyiségre és a relevanciára is vonatkozhat, míg a *Se füle, se farka* a relevanciát és a módot jeleníti meg.

A szótárhasználati kompetenciát is fejlesztheti, egyúttal a grice-i maximákat is hatékonyan gyakoroltathatja az olyan feladat, amikor a diákoknak nyomtatott, illetve elektronikus szótárakból kell adott időre minél több, a társalgási maximákhoz kapcsolódó frazémát gyűjteniük. Szókincsbővítésre, valamint a társalgási elvek felismerésére pedig szólások és közmondások jelentésének a megkeresése,

illetve a maximák alá való besorolása lehet alkalmas. Ehhez felhasználhatók többek közt az alábbi, kevésbé ismert frazémák is: *Közmondás nem hazug szólás; Nevén kell nevezni a gyermeket!; Az ígélet szép szó, ha megtartják úgy jó; Aki mást rágalmaz, magát jól megnézzze; Ki sokat beszél, van ideje; A gonosz nyelv nagy tüzet gyújthat; A beszédnek egyenesese jó, a mankónak horgosa; Első az igazság; Igaz embernek minden út egyenes; Sok beszédből hámlik ki az igazság; Aki sárral hajigál, magát piszkálja be; Sokat hallj, de keveset szólj; Ha valaki megcsúszik, már másnap azt mondják, elesett; Kérdés nélkül szégyen a felelet; Rövid beszéd, hosszú kolbász, az a jó; Cifra beszéd, hegedűszó; Könnyű rossz hírbe keverni, de nehéz belőle kigázolni.*

A közmondások definíció szerint: „rögzített formájú mondatok, amelyek életvezetési tanácsot vagy egyéb bölcsességet rövid, velős formában fogalmazznak meg” (Forgács 2007: 101), ám a pontos jelentéstartalmuk mindig egy adott „kommunikációs helyzetben jut kifejezésre” (Ujváry 2001: 11). A kontextus fontossága érzékeltethető, ha a grice-i maximákhoz kapcsolódó frazémákhoz a diákokkal olyan rövid híreket, illetve párbeszédet íratunk általuk ismert hírességek (zenészek, színészek, vloggerek, kritikusok, bemondók, riporterek, sportolók, tudósok, írók) stílusában, amelyek a jelentések különbségeire, a közmondások tanács voltára vagy épp ezek parodizálására, ironikus használatára világítanak rá.

Nem mindig célravezető azonban ragaszkodni a maximákhoz, ugyanis ha minden helyzetben mereven követnénk őket, akkor rendkívül művi, modoros, csak szó szerint értelmezhető, kínos, életszerűtlen társalgások születnének, amelyek nélkülöznék az indirekt jelentéseket, a nyelvi játékosságot, az ugratást és a humort.

Grice tényleg nem viccelt? – A humor és a maximák

A társalgási maximák humoros célzattal is jól használhatók. A legtöbb vicc arra épül, hogy valaki mást mond, mint amit gondol, ám ezt nem félrevezető céllal teszi. A viccelőnek az a szándéka, hogy rájöjjenek, a kijelentése nem csupán szó szerint értelmezhető, hanem rejtett, sugallt értelme is van a mondanivalójának (Szigetvári–Nemesi 2006). Minden olyan típus, amikor a maximák nem teljesülnek, előidézhethet komikumhelyzetet: a maximák humoros megszegése, humoros figyelmen kívül hagyása, a maximák alóli humoros kibújás, a maximák humoros ütközése, valamint humoros kihasználása is (Nemesi 2022: 131–142). A diákok a különféle közösségimédia-felületeken (Facebookon, Twitteren, Pinteresten) legtöbbször a kétértelműségen alapuló szóviccekkel (Koncz-Kovács 2012), illetve mémekkel találkoznak, ahogy azt az alábbi példák is mutatják. A 3. képen látható viccben a mód maximája sérül, a *lehúzni a héját* kifejezés ugyanis vonatkozhat egyrészt a banán meghámozására, másrészt a szlengben a héjamatártól való pénzkérésre is.



3. kép

Kétértelműségen alapuló vicc (3)

Szintén a mód maximájának a Kerüld a kétértelműséget! része nem teljesül az alábbi viccben, ahol a *marhára* szó két lehetséges értelmezésének, azaz a 'páros ujjú, kérődző állat' jelentésű főnév toldalékolt formájának, illetve a szlengbeli 'nagyon' fokozó partikulának az egybeesése adja a humor forrását.

(2a) – Mi a hasonlóság a marhapásztor és a hegymászó között?

– Mindkettő marhára vigyáz a hegyen.

A viccek egy típusának, az úgynevezett favicceknek vagy antiszóvicceknek (Koncz-Kovács 2012: 107) pedig éppen az a lényege, hogy hiányzik belőlük a klasszikus csattanó, tehát mintha a kérdés-válasz forma válaszrészene nem lenne releváns. Például:

(2b) – Hány szürrealista kell egy villanykörte kicseréléséhez?

– Három. Egy kitekeri a körtét, egy hozza a zsiráfot, és egy, aki dobálja a körtétet a kádba.

A vicceknél elvárás is, hogy ne teljesülnek a grice-i maximák, ugyanis a humoros szöveg „tulajdonképpen parodizálja a konvencionális társalgást” (Lendvai 2008: 238). Érdekes a diákok figyelmét felhívni arra, hogy a komikus műfajokban teljesen más szabályok működnek, mint a hétköznapi beszélgetésekben. Ezeket az eltérő szabályokat ők maguk is meg tudják fogalmazni, majd

a megfigyeléseik összevethetők Lendvai Endre alábbi, kilenc viccmaximájával. A nyelvi deviancia maximája arra buzdít, hogy sértsük meg a konvencionális közlés normáit. Az ambivalencia maximája szerint kétértelműségekre kell törekedni. Az ellipszis maximája a közlés hiányosságára csábít. A hiperbola maximája szerint a viccban túlzást kell alkalmazni. Az összeegyeztethetetlen forgatókönyvek maximája szerint két összeférhetetlen szituáció összekapcsolása humoros hatást kelt. Az együttállás maximája azt javasolja, hogy a szóban forgó két szituáció a poén előtt álljon együtt, de ne érintkezzenek. A szituációk egyesítésének váratlanságát a poén maximája kívánja meg. Az implicit lezárás maximájának kívánalma szerint a humoreffektusnak úgy kell létrejönnie, hogy az a hallgató következtetéssorozatának eredménye legyen. Végül pedig a diszkretáció maximája a létező világ kigúnyolására szólít fel (Lendvai 2008: 238–239). A humoros szövegekre felállított viccmaximák kapcsán órai vitatéma lehet, hogy az inherensen komikusnak szánt műfajokon, azaz a kabarékon, stand-up comedyken, karikatúrákon, mémeken kívül más, a humort is felhasználó, a diákok által ismert szövegtípusokban, például vlogokban, játékközvetítésekben, képregényekben mennyire és mikor van létjogosultságuk ezeknek a szabályoknak.

A képregények egy része, például a Garfield-képsorok gyakran a társalgási maximák be nem tartásától, illetve kihasználásától lesznek humorosak. Képregények szövegét törölve üres szövegbuborékokat tartalmazó képsoroknál feladatként adható a diákoknak, hogy írjanak implikaturát tartalmazó, humoros párbeszédet.

(Film)sorozatos maximaszegések

A filmsorozatokban is nagyon gyakran a grice-i maximák be nem tartásából ered a humor. Ezt láthatjuk a *Csengetett, Mylord?* (az eredetiben *You Rang, M'Lord?*) sorozat alábbi párbeszédében is, ahol Wilson kapitány félreérti Mabelnek *Az érsek lesz ebédre* megnyilatkozását:

(3a) Wilson kapitány: Hello, Mabel, maga mit keres itt vasárnap?

Mabel: Iderendelték mára is. Az érsek lesz ebédre.

Wilson kapitány: Azt hittem, csak a kannibálok esznek érseket.

A társalgás alapelvei tehát szórakoztató módon, filmrészletekkel is illusztrálhatók. A sorozatok sikerének a témán és a karaktereken túl a szereplők kommunikációs stílusa is az oka. Minden szereplő ugyanis jellegzetes, csak rá jellemző kommunikációs modorral rendelkezik. Az örökös maximasértő, Dr. House például nyíltan kimondja, hogy mindenki hazudik, legtöbbször persze ő nem mond igazat, és előszeretettel használ túl kevés, homályos, elsőre nem feltétlenül releváns információkat, ám a szándékos maximaszegései és a sugallt jelentései éppen a gondolkodásának a zsenialitását tükrözik. Az *Agymenők* (az eredetiben: *The Big Bang Theory*) sorozat egyik főszereplője, Sheldon Cooper pedig éppen Dr. House ellentéte: ugyanis nehezebbre esik hazudni. Ha mégis muszáj neki, azonnal lelepleződik a hangsúlya, a hanglejtése és a gesztusai által. Az *Agymenők* párbeszédeiben gyakran sérül a mennyiség maximája, ennek az az oka, hogy a fizikus főszereplők a feltett kérdésekre minél pontosabb és kimerítőbb válaszokat próbálnak adni. Nem veszik észre, hogy a hétköznapi társalgásokban nem a lexikális tudásukra kíváncsiak a beszélgetőpartnereik. Azt sem ismerik fel, hogy a kérdéseket sokszor nem információszerző céllal, hanem csupán udvariassági szándékkal vagy

kapcsolatfenntartó jelleggel teszik fel nekik. A grice-i maximák és az *Agymenők* kapcsán érdemes megnézni a *Nyelvészet mindenkinek* csatornán található *Szabályos társalgás?! – A társalgás szabályai* című ötperces felvételt is (4), amelyben épp az *Agymenők* sorozat egyik szereplőjének, Leonardnak a magyar hangjával, Csőre Gáborral hallható egy beszélgetés a témáról.

A különféle szappanoperák párbeszédei a pletyka működését és jellegzetes kifejezéseit (például *azt beszélük, mindenki beszél*) mutatják. A *Drága örökösök* filmsorozatból származó részlet Ökörapáti pletykafészkeinek mindennapjaiba, egyúttal a minőség második maximájának sérülésébe enged betekintést:

(3b) Erzsike: Jaj, milyen romantikus ez! Évekig elszakítva éltek, leveleztek, aztán felbukkan ez a férfi, és kitör közöttük a szerelem.

Zsóka: Kiről beszélsz, Erzsike?

Erzsike: Hát a Krisztián levelezett Anikóval, nem?

Zsóka: De, volt pár levél.

Erzsike: Na, hát most együtt vannak.

Zsóka: Hogyhogy együtt vannak?

Erzsike: Hát azt beszélük, hogy összejöttök.

Zsóka: Kik beszélük?

Erzsike: Hát mindenki. Márpedig amit mindenki beszél, az igaz, nem?

Zsóka: De hát Anikó Sándorral van, nem?

Erzsike: Nem! Már szakítottak?

Zsóka: Sándor meg Anikó szakítottak?

Erzsike: Azt beszélük, igen. Sándor nagyon nehezen viselte. Anikó pedig kerek-perec kijelentette, hogy ő most már a Krisztiánba szerelmes.

Zsóka: Hát, ha ez igaz...

Erzsike: Hát persze, hogy igaz. Hát mondom neked, hogy ezt beszél mindenki.

A filmsorozatok szereplőinek a jelleme a megnyilatkozásaikból is kiviláglik. Az *élet csajos oldala* (az eredetiben: *2 Broke Girls*) szituációs komédia két butácska pincérnőjének, Maxnak és Caroline-nak az észbeli képességeit az általuk adott nem releváns válaszokkal igyekeznek kidomborítani a forgatókönyvírók:

(3c) Vendég: Öö, rég jártam itt, változott valami?

Max: Hogy van-e valami újdonság? Lássuk csak! A Facebook felfutott, Edward Snowden pedig lebukott. Megszületett Kim és Kanye gyereke, így eggyel több Kardashiant nem kell követnünk. [...] Justin Bieber gázolt, Chris Brown gázolt, Rihanna elég régi, de még mindig nem gázos. Oprah kétmilliót adott Lindseynek. [...] Egyiptomban és Amanda Bynes fejében nagy a gáz, a kormány meg úgy kémkedik utánunk, mint egy exbarátnő. Texas utálja a nőket, Florida a feketéket, és mindenki utál mindent, kivéve Angelina Jolie-t, aki totál csúcs.

Vendég: Én az étlapra gondoltam. Hogy megváltozott-e az étlap?

Max: Fogalmam sincs, megkérdezem. Hé, Caroline, van valami újdonság?

Caroline: Vilmosék gyereke rámosolygott a királynőre.

Az éttermi szituáció egyértelműsíti, hogy a vendég az új ételek felől tudakozódik. Ehelyett Max is és Caroline is általánosságban érti a kérdést. Emellett az idézett részletben Max a kissé sem tömör válaszmológójával még a mód maximáját sem tartja be.

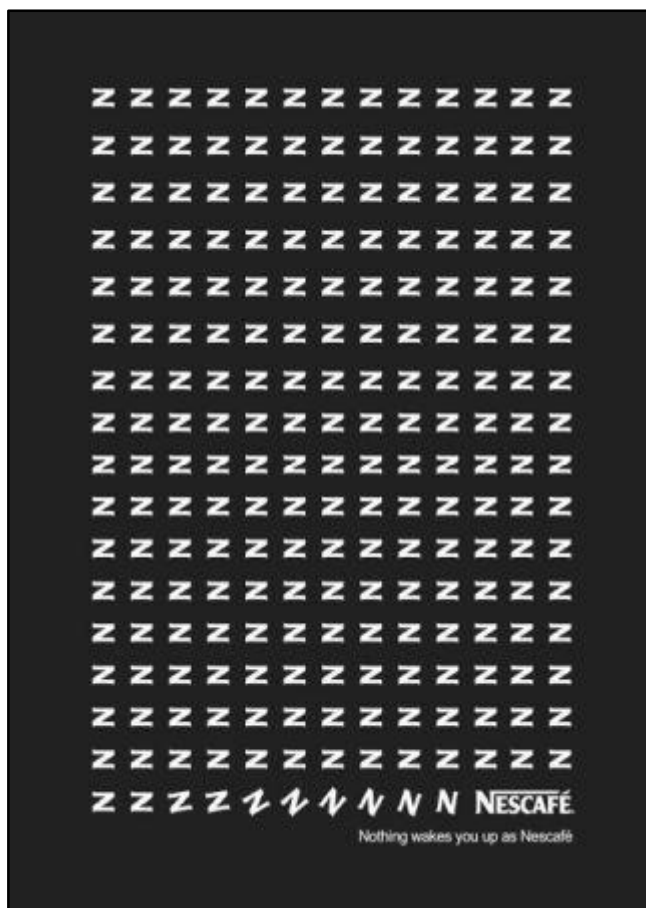
A filmekhez kapcsolódva a diákok a kedvenc sorozatuk szereplőivel is írhatnak olyan párbeszédet, amelyek az adott karakter jellegzetes beszédmódját példázzák, a többieknek pedig azt kell meghatározniuk, hogy a dialógusokban mely maximák sérülnek, illetve milyen sugallt jelentések ismerhetők fel.

Manipulatív maximák

A grice-i maximák témaköre összeköthető a manipuláció tanításával is. A definíció szerint a manipuláció olyan interakció, ahol a kommunikátor célja egy adott információ (tényállás vagy vélemény) elfogadtatása, ám az elfogadtatás céljából alkalmazott stratégia nem felel meg az együttműködő kommunikáció elveinek (Árvay 2003: 19). A manipuláció és a maximák kapcsán megvizsgálható, hogy a laikus nyelvhasználók, a filmsorozatok szereplői és a politikusok hogyan és miért sért(het)ik meg a társalgás elveit, és milyen implikaturákat ismertet(het)nek fel a megnyilatkozásaikkal.

Propaganda-, illetve reklámplakátokkal nap mint nap akaratlanul is találkozunk a diákjaink, hiszen az óriásplakátokat nem tudják kikerülni, ezért érdemes általuk gyűjtött plakátkorpuszon is megnézni a maximák működését. A hirdetések előszeretettel élnek a túl kevés, nem releváns, homályos vagy éppen nem teljesen igaz információval. Ám sokszor kiderül, hogy az elsőre értelmetlennek tűnő reklámok valójában egy kis csavart, valamilyen feladványt tartalmaznak, elgondolkodtatásra buzdítanak. Ha a befogadók megfejtik a sugallt üzenetet, a bennük lévő képi vagy nyelvi humor, illetve az aha-élmény miatt máris nem tartják annyira tovakodónak a hirdetést.

Gondolkodtató reklámokat látunk a 4. és az 5. képen is. Első pillantásra úgy tűnhet, mintha a Nescafé hirdetése túl sokat vagy nem relevánsat közölne, nem érthető, hogy mit keres a plakáton a sok Z betű. Ám a teljes kép megszemlélése után kiderül, hogy egy nyelvi játék, sugallt üzenet található rajta. Amint eljutunk az alsó sorig, a Z-ből átalakó N betűkig, aztán a Nescafé logójáig és a *Semmi sem ébreszt fel úgy, mint a Nescafé* szlogenig, világossá válik, hogy a sok Z az alvó ember horkolását imitálta, aki a Nescafé-től felébredt.



4. kép

A Nescafé hirdetése (5)

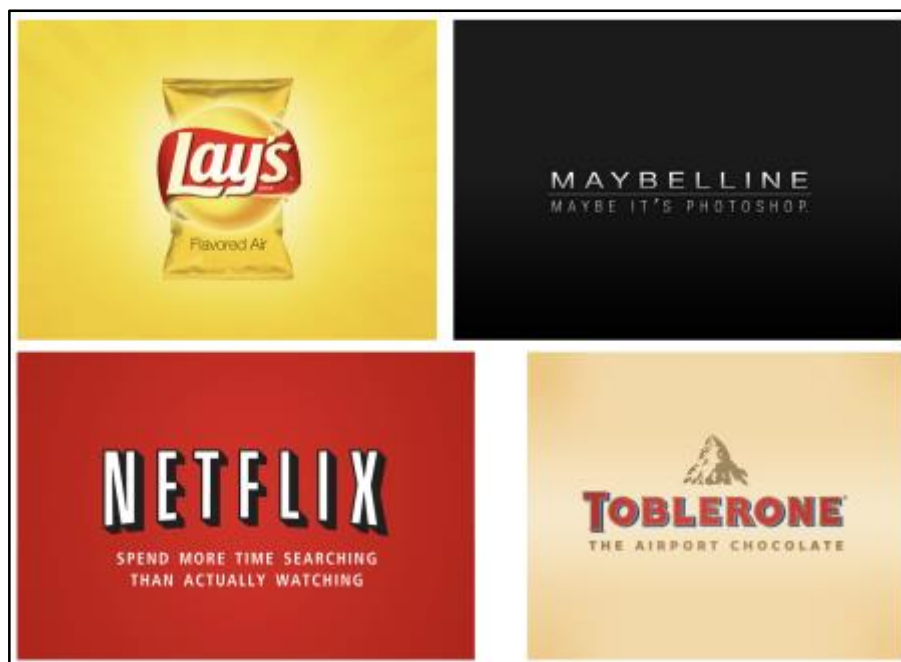
Az 5. képen lévő hirdetésen pedig mintha túl kevés lenne az információ, hiszen a plakát közepén csak egy citromhéjból formázott C betű szerepel. A jobb alsó sarokban lévő *Coca-Cola light Lemon* feliratú kólásüveg azonban rögtön teljessé teszi az elsőre hiányosnak tűnő üzenetet.



5. kép

A Coca-Cola hirdetése (6)

Ám a reklámok kapcsán arra is érdemes rámutatni, hogy esetükben minden grice-i maximát egész egyszerűen lehetetlen betartani. Ha ugyanis mindig a „szabályoknak” megfelelően kommunikálnának, akkor unalmasak és hatástalanok lennének. A termékek, illetve a szolgáltatások kapcsán a befogadók nem is szeretnék szembesülni az igazsággal, hiszen ők valójában vágyakat, álmokat, identitásokat kívánnak megvásárolni. Erre mutatnak rá rendkívül kreatívan Clif Dickens grafikus dizájner *Őszinte szlogen* című alkotásai (6), amelyekből az alábbi, saját készítésű montázon egy kis ízelítő látható:



6. kép

Őszinte szlogenek (7)

Ha a reklámok maradéktalanul betartanák a grice-i maximákat, akkor például a Lay's chips *ízesített levegő*ként hirdetné magát, a Maybelline szépségápolási brand a *Talán Photoshop* jelmondatot használná, a Netflix streamingszolgáltatónak a *Tölts több időt kereséssel, mint tényleges filmnézéssel!* lenne a szlogenje, a Toblerone pedig *reptéri csokoládé*ként határozná meg magát. Ez a néhány példa is jól mutatja, hogy az őszinte hirdetések a valóságban nem működnének. A reklám mint szövegtípus ugyanis a figyelem felkeltése és az emlékezetbe vésés, valamint a sikeres visszaidézés érdekében sajátos szabályokat követ.

A gondolkodtató anyanyelvtanításhoz hozzátartozik a kritikai diskurzus elemzés módszereinek a bemutatása is. A grice-i maximák nem teljesülése illusztrálható a közelmúlt történései kapcsán többek között a COVID–19-cel kapcsolatos álhíreken, kattintás vadász címeken és csodagyógyszerek hirdetésein keresztül is. A híradásokban is gyakori, hogy valótlant vagy (szándékosan) kétértelműt állítanak, ahogy azt az alábbi (4a–e), híradókból származó címek is mutatják (8):

- (4a) Nem vette észre, hogy leszúrták.
- (4b) Pezsgővel töltötték a kolbászt.
- (4c) Messzebb lett Kaposvár Pesttől.
- (4d) Kikapcsolták a gravitációt Győrben.
- (4e) Iskolásokat fenyegetett a kémény.

A manipuláció kapcsán érdemes szót ejteni a közösségimédia-platformokról: a Facebookról, a TikTokról, a YouTube-ról, az Instagramról és a Twitterről is. Az ezekre kikerülő tartalmak gyakran nem a valóságot mutatják be. Ehhez kapcsolódva kreatív gondolatkísérletes feladat lehet, hogy ha Grice-nak lenne most Instagram- vagy Facebook-profilja, akkor a maximái szellemében kiket követne, illetve kiket tiltana le, és miért. Mesebeli hősök (Pinokkió, az igazmondó juhász, Münchhausen báró), filmszereplők (Shrek, Szamár, Locsi-Fecsi Márta) és valós személyek egyaránt szóba jöhetnek ennél a feladatnál.

Szóképes képtelenségek, avagy mire (nem) képes a képes beszéd?

A grice-i maximák és a képes beszéd közti kapcsolat feltérképezése szintén gondolkodtatásra ösztönözheti a diákokat. A *társalgás logikájának* magyar fordítása (Grice 1997) egybemossa a megsértés/megszegés, azaz a valódi maximasértés és a maxima látványos semmibevétele közti különbséget (Zvolenszky 2006: 12–13). A figuratív nyelvhasználattal a beszélő valójában nem sért meg maximát, hanem csak látványosan úgy tesz, mintha a maximát semmibe venné. A képes beszéd révén ugyanis létrehoz „egy igaz implikaturát, amely nem félrevezető és amely összhangban van a társalgási szabályokkal” (i. m. 12). Középszintű fokozaton természetesen nem kell részletesen belemenni a grice-i terminológia fordításának a problémáiba, ám az elméletnek a képes beszédre való alkalmazhatósága érdekes lehet a diákok számára is. A grice-i *Te vagy a hab a kávémon* példa elemzésén kívül klasszikus filmbeli idézetekkel is illusztrálható, hogy a szóképek szó szerinti értelemben igazak (például A tanú: *Az élet nem habostorta, Pelikán*) vagy akár hamisak is lehetnek (például Forest Gump: *Az élet olyan, mint egy doboz bonbon: az ember nem tudhatja, mit vesz belőle*), a lényeg, hogy a beszélő a kimondásukkal valamilyen többletet kommunikál. A szóképeket a tömörségük és a jelentések átvitele teszi rendkívül kifejezővé, emlékezetessé, meghökkentővé, magyarázó erejűvé, olykor manipulatívává is. A szóképek tanítását a tankönyvi, zömében szépirodalmi idézetek mellett hétköznapi szövegtípusokból, azaz hírekből, reklámokból, dalszövegekből, filmekből származó olyan példákkal is érdemes kiegészíteni, amelyek megértéséhez a diákoknak is gondolkodniuk kell. Lássunk néhány nem konvencionális metaforát! Az (5a) egy blogbejegyzésből (9) származik, az (5b) a *Jóbarátok* (az eredetiben: *Friends*) szituációs komédia 1. évadának 1. részében hangzott el, az (5c) a *Konyha* együttes *Szerelem* című dalának egy részlete, az (5d) alatti példák pedig Coca-Cola-reklámokból valók.

(5a) A koronavírus nem egy tipikus fekete hattyú, sokkal inkább egy szürke orrszarvú.

(5b) Rachel: Ugyan Apu, figyelj rám, ez olyan, mintha eddig mindenki azt mondta volna nekem, hogy hogy te egy cipő vagy, cipő vagy, cipő vagy, cipő vagy. És én egyszer megállok, és azt mondom: és ha én nem akarok cipő lenni? Mi van, ha táska akarok lenni? Vagy vagy egy egy sapka. Nem akarom, hogy sapkát vegyél nekem, azt mondom, hogy sapka vagyok, ez egy metafora, Apu.

Ross: Én értem, hogy miért nem érti.

(5c) A szerelem vándor, ki nem fél az úttól, vasbeton házban biedermeier bútor. A szerelem palló, min lépkedünk sután, fák lehelete zivatar után. A szerelem vers, tétova óda, a szerelem egyház, templom, zsinagóga. A szerelem óra, mindig delet mutat, város, ahol sosem jártál,

és mégis tudod az utat. Mégis tudod az utat. Kávéban a cukor, mázas teáskanna, álmunkra lekvár, hangunknak mantra. A szerelem képeslap, nincs rajta bélyeg, könnyű körete a rozéra sült kéjnek.

(5d) Nyiss a boldogságra!

Life tastes good.

A fenti metaforák mind alkalmasak arra, hogy a diákokat elgondolkodásra készítsék. A szóképek nagy része azonban nem is a nyelv segítségével fogalmazódik meg, hanem képekkel. Az iskolai anyanyelvtanításból szinte teljesen hiányzik annak a bemutatása, hogy a szóképek nem csupán nyelvi, hanem képi síkon is megjelenhetnek. A képeket könnyebb felidézni, mélyebb benyomásokat keltenek, és hosszabb ideig megmaradnak az emlékezetben (Móricz–Téglássy 1999: 159–160). A vizuális szóképek magyarázó erejét felhasználva általuk látványosabban és tömörebben lehet kifejezni a dolgok közti kapcsolatot. Emiatt nem csupán a marketingkommunikációban, hanem (főként a külföldi) társadalmi célú hirdetésekben is előszeretettel használják őket, ahogy azt az alábbi, a COVID–19-járvány alatt készült alkotások (7. és 8. kép) is mutatják. A WHO, az ENSZ és a Talenhouse *Use It* ('Használd!') kampánya az agy és a szappan alaki hasonlóságára épített a képi üzenet megformálásakor. A *Használd!* (tudniillik a szappant, illetve az agyadat) elliptikus jelmondat így egyszerre fejezi ki a kézmosás, valamint a gondolkodás fontosságát: az előbbi a kórokozók terjedését szorítja vissza, az utóbbi pedig a pánikkeltő és hamis információk terjesztését gátolja meg.



7. kép

Vizuális metafora (10)

Szintén az (el)gondolkod(tat)ásra apellált a 8. képen lévő brazíliai hirdetés is, amely az ok-okozati metonímia használatával és a *Hol lenne szívesebben?* kérdés feltevésével sokkoló módon figyelmeztetett arra, hogy ha a koronavírusjárvány alatt az emberek nem maradnak otthon, akkor akár meg is halhatnak.



8. kép

Vizuális metonímia (11)

Vizuális szóképek keresésére a Pinterest közösségi képmegosztó platform (12) kiváló hely.

Összegzés, kitekintés

A magyar nyelvi tankönyvek bizonyos tekintetben hasonlítanak a reklámokhoz: nem mindig a teljes valóságot mutatják. De amíg a reklám általában felnagyítja és eltúlozza a valóságot, addig a tankönyvek éppen ellenkezőleg: leegyszerűsítik a nyelvet. Szabályokat fogalmaznak meg, kategóriákba sorolják az elemeket, de a nyelv nem teljesen úgy működik, ahogy azt a tankönyvi leírások sugallják. Az elgondolkodtató anyanyelvtanításhoz hozzátartozik az is, hogy ezt a túlzott leegyszerűsítést is a diákok elé tárjuk, egyúttal arra buzdítsuk őket, hogy ők maguk is hozzanak olyan példákat, amelyek kivételnek vagy furcsaságnak számítanak. Régóta hangoztatott kijelentés, hogy az anyanyelvtanításban paradigmaváltásra volna szükség (Antalné Szabó 2015). A diákok igényeit is figyelembe vevő, az informálásra, a szórakoztatásra és a gondolkodtatásra irányuló funkcionális és kognitív szemléletű anyanyelvtanításban a grice-i maximákból kiindulva számos témakör feldolgozható. Egyúttal az is hangsúlyozandó, hogy minden szövegtípusra sajátos normák és maximák vonatkoznak, amelyeket jó, ha megismerünk.

Irodalom

- Antalné Szabó Ágnes 2015. Paradigmaváltás az anyanyelvi nevelésben és a magyartanárképzésben. In: Antalné Szabó Ágnes – Major Éva (szerk.) *Szakpedagógiai körkép I. Anyanyelv- és irodalompedagógiai tanulmányok*. Bölcsész- és Művészetpedagógiai Kiadványok 2. Eötvös Loránd Tudományegyetem. Budapest. 9–27. <https://doi.org/10.21030/anyp.2016.2.6>
- Árvay Anett 2003. A manipuláció és a meggyőzés pragmatikája a magyar reklámszövegekben. In: Németh T. Enikő – Bibok Károly (szerk.) *Tanulmányok a pragmatika köréből*. Akadémiai Kiadó. Budapest. 11–35.
- Ballér Endre 1973. Tanulói attitűdök vizsgálata. *Pedagógiai Szemle* 7–8: 644–657.
- Baranyai Katalin (szerk.) 2017. *Magyar nyelv 11*. Eszterházy Károly Egyetem Oktatókutatató és Fejlesztő Intézet. Eger. https://www.tankonyvkatalogus.hu/pdf/FI-501011101_1__teljes.pdf (2023. szeptember 1.)
- Constantinovits Milán – Istók Béla – Ludányi Zsófia – Schirm Anita 2022. Digitális tartalmak az anyanyelvi nevelésben. In: Jánk István – H. Tomes Tímea – Domonkosi Ágnes (szerk.) *A digitális oktatás nyelvi dimenziói*. Eszterházy Károly Katolikus Egyetem. Líceum Kiadó. Eger. 105–135. <https://doi.org/10.17048/PeLiKon2020.2022.105>
- Csapó Benő 2000. A tantárgyakkal kapcsolatos attitűdök összefüggései. *Magyar Pedagógia* 3: 343–366.
- Csapó Benő 2002. Az iskolai tudás vizsgálatának elméleti keretei és módszerei. In: Uő (szerk.) *Az iskolai tudás*. Második, javított kiadás. Osiris Kiadó. Budapest. 15–43.
- Csíkó Csaba 2012. Melyik a kedvenc tantárgyad? Tantárgyi attitűdök vizsgálata a nyíltvégű írásbeli kikérdezés módszerével. *Iskolakultúra* 1: 3–13.
- Forgács Tamás 2007. *Bevezetés a frazeológiába. A szólás- és közmondáskutatás alapjai*. Tinta Könyvkiadó. Budapest.
- Gonda Zsuzsa 2015. *Digitális szövegek olvasásának típusai és stratégiái*. Bölcsész- és Művészetpedagógiai Kiadványok 7. ELTE. Budapest. https://metodika.btk.elte.hu/dstore/document/5814/7-TAMOP_BTK_BMK_7-Digit%C3%A1lis_sz%C3%B6vegek.pdf (2023. szeptember 1.)
- Grice, H. Paul 1997. A társalgás logikája. In: Pléh Csaba – Terestyéni Tamás – Síklaki István (szerk.) *Nyelv – kommunikáció – cselekvés*. Osiris Kiadó. Budapest. 213–227.
- Herbst Mária 2008. Grice társalgási maximáinak érvényesülése a tantermi interakcióban. *Anyanyelv-pedagógia* 2–3. <https://www.anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=88> (2023. szeptember 1.)
- Horváth Zsófia 2022. Nyelvtanóra a kicsengetés után. Legyen élmény a grammatikatanulás! *Édes Anyanyelvünk* 2: 18–20.
- Istók Béla – Istók Ilona 2020. Unalmas magyaróra – egyhangú IKT? Nyelvtani gyakorlatok PowerPointtal. In: Lőrincz Gábor – Domonkosi Ágnes (szerk.) *Stílus – variativitás – műfordítás. Köszöntő kötet Lőrincz Julianna 70. születésnapjára*. Selye János Egyetem. Komárom. 133–150.
- Kocsis Mihály 2000. Egy Baranya megyei iskolai tudásmérés néhány vizsgálati területéről. *Iskolakultúra* 8: 3–13.

- Koncz-Kovács Anna 2012. A kérdés-felelet alapú szóciccek pragmatikai vonatkozásai. In: Váradi Tamás (szerk.) *VI. Alkalmazott Nyelvészeti Doktoranduszkonferencia*. MTA Nyelvtudományi Intézet. Budapest. 102–111. <http://archive.nytud.hu/alknyelvdok12/proceedings12/koncz-kovacs2012.pdf> (2023. szeptember 1.)
- Korom Erzsébet 2002. Utószó a második kiadáshoz. Az iskolai tudás: újabb elemzések és eredmények. In: Csapó Benő (szerk.) *Az iskolai tudás*. Második, javított kiadás. Osiris Kiadó. Budapest. 321–335.
- Kugler Nóra 2018. A nyelvtan életre keltése. In: Balázs Géza – Lengyel Klára (szerk.) *Grammatika és oktatás – időszzerű kérdések, Struktúra, funkció, szemiotika, hálózat*. ELTE BTK Mai Magyar Nyelvi Tanszék – Inter (IKU) – Magyar Szemiotikai Társaság. Budapest. 37–47.
- Lendvai Endre 2008. A vicc anatómiája és élettana. In: Daczi Margit – T. Litovkina Anna – Barta Péter (szerk.) *Ezerarcú humor*. Tinta Könyvkiadó. Budapest. 231–239.
- McLuhan, Marshall 1964. *Understanding media: The extensions of man*. Signet Books. New York.
- Minya Károly 2018. Szerethető grammatikaoktatás. In: Balázs Géza – Lengyel Klára (szerk.) *Grammatika és oktatás – időszzerű kérdések, Struktúra, funkció, szemiotika, hálózat*. ELTE BTK Mai Magyar Nyelvi Tanszék – Inter (IKU) – Magyar Szemiotikai Társaság. Budapest. 257–261.
- Móricz Éva – Téglássy Tamás 1999. *Kreatív tervezés a reklámban*. Közgazdaságtudományi Egyetem. Budapest.
- Nemesi Attila László 2022. *A humor pragmatikai mechanizmusai*. Loisir Kiadó. Budapest.
- Oktatási Hivatal Tankönyvfejlesztési Osztálya (szerk.) 2021. *Magyar nyelv 11*. Oktatási Hivatal. Budapest. https://www.tankonyvkatalogus.hu/pdf/OH-MNY11TB__teljes.pdf (2023. szeptember 1.)
- Pais Ella Regina 2013. Alapvetések a Z generáció tudománykommunikációjához – tanulmány. Pécs. TÁMOP-4.2.3-12/1/KONV-2012-0016. *Tudománykommunikáció a Z generációnak*. 1–19. https://ktk.pte.hu/sites/ktk.pte.hu/files/images/szervezet/intezetek/mti/pais_alapvetesek_a_z_generacio_tudomany-kommunikaciojához_-_tanulmany_2013.pdf (2023. szeptember 1.)
- Schirm Anita 2013. A humor szerepe a nyelvészet oktatásában. In: Vargha Katalin – T. Litovkina Anna – Barta Zsuzsanna (szerk.) *Sokszínű humor*. Tinta Könyvkiadó – ELTE Bölcsészettudományi Kar – Magyar Szemiotikai Társaság. Budapest. 50–58.
- Schirm Anita 2018. (Nem) mindennapi metaforák nyomában, avagy miért nem tud kilépni a nyelvészet az elefántcsonttoronyból. In: Lőrincz Gábor – Lőrincz Julianna – Simon Szabolcs (szerk.) *A magyar mint anyanyelv, kisebbségi és idegen nyelv oktatási kérdései és oktatási segédletei*. Selye János Egyetem. Komárom. 82–100.
- Schirm Anita 2021. A digitális szövegtípusok és az online alkalmazások előnyei és hátrányai a nyelvtanításban. In: Istók Béla – Simon Szabolcs (szerk.) *Online oktatás – kontaktoktatás, Edukációs folyamatok és a Covid19*. Selye János Egyetem. Komárom. 24–38.
- Szigetvári Csilla – Nemesi Attila László 2006. Társalgási maximák és nyelvi humor. *Magyartanítás 4*: 24–31.

- Szerdi Ilona 2017. A lexikális jelentésviszonyok élményközpontú tanítása multimediális szövegekkel. *Jelentés és Nyelvhasználat* 4: 101–118. <http://www.jeny.szte.hu/jeny-2017-szerdii> (2023. szeptember 1.) <https://doi.org/10.14232/jeny.2017.1.7>
- Takács Viola 2001. Tantárgyi attitűdök struktúrája. *Magyar Pedagógia* 3: 301–318.
- Ujváry Zoltán 2001. *Szólásgyűjtemény*. Osiris Kiadó. Budapest.
- Zvolenszky Zsófia 2006. Grice metaforaelméletének védelmében. Ki mondta, hogy az élet nem habos torta? *Világosság* 8–9–10: 9–19.

- (1) A történelem középszintű érettségi instrukcióinak egy részlete. https://dload-oktatás.educatio.hu/erettségi/feladatok_2022tavasz_kozep/k_tort_22maj_fl.pdf (2023. szeptember 1.)
- (2) Egy mém a grice-i maximákról. <https://imgflip.com/memegenerator> (2023. szeptember 1.)
- (3) Kétértelműsége alapuló vicc. <https://hu.pinterest.com/pin/382594930837165022/> (2023. szeptember 1.)
- (4) Szabályos társalgás?! <https://www.youtube.com/watch?v=ne34qgeYkqc> (2023. szeptember 1.)
- (5) A Nescafé hirdetése. <https://campaignsoftheworld.com/wp-content/uploads/2018/09/nescafezzz.jpg> (2023. szeptember 1.)
- (6) A Coca-Cola hirdetése. <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/lemon-peel> (2023. szeptember 1.)
- (7) Őszinte szlogenek. <https://honestslogans.com/> (2023. szeptember 1.)
- (8) Hírcímek. <https://tinyurl.com/2p9x4tmn> (2023. szeptember 1.)
- (9) Blogbejegyzés. <https://economianiblog.hu/2020/03/19/koronavirus-fekete-hattyu-vagy-szurke-orrszarvu/> (2023. szeptember 1.)
- (10) Vizuális metafora. <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/use-it> (2023. szeptember 1.)
- (11) Vizuális metonímia. <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/stay-home-0b9ad90b-14d5-486d-bbf8-e05c1f7317c4> (2023. szeptember 1.)
- (12) Pinterest. <https://hu.pinterest.com/> (2023. szeptember 1.)

Schirm, Anita
Grammar teaching: food for thought

This study presents ideas for exercises for the teaching of Grice's maxims at secondary school. This paper argues for the type of grammar teaching which provides information, makes students think and is thought-provoking, playful and entertaining at the same time. This study also encourages the use of diverse text types that stand close to students. As part of the curriculum, Grice's theory is appropriate for the demonstration of this teaching approach because following and violating the maxims as well as recognizing the implied content and making it recognized may support students in everyday communication. In addition, it also reveals how useful grammatical knowledge might be in ordinary life.

Kulcsszók: Grice, maximák, implikátúra, maximasérülések

Keywords: Grice, maxims, implicature, violation of maxims

Az írás szerzőjéről

Dr. Schirm Anita

egyetemi docens

Szegedi Tudományegyetem

Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar

[schirmanita\[kukac\]gmail.com](mailto:schirmanita[kukac]gmail.com)

ORCID: 0000-0002-4265-4147