

## A HUMOR SZEREPE A NYELVÉSZET OKTATÁSÁBAN

### 1. Bevezetés

Köztudott tény, hogy a nyelvtan nem tartozik a diákok kedvelt tantárgyai közé: elvontnak és száraznak találják, s a nyelvészetet még a magyar szakra kerülők többsége sem szereti igazán. Ennek egyik oka, hogy a középiskolában a magyarórák nagy részét az irodalom teszi ki, így egyáltalán nem rendelkeznek a tanulók biztos nyelvészeti tudással. Másik okként pedig a tananyag száraz és unalmas, tankönyvszerű átadása jelölhető meg. Tanulmányomban azt mutatom be, hogy a humor tanórai alkalmazásával hogyan hozhatjuk közelebb a hallgatókhoz a nyelvészetet, azon belül is a stilsztikát. A különféle elméleteket, jelenségeket és terminusokat ugyanis úgy a legkönnyebb megtanítani a diákoknak, ha hozzájuk közel álló, a hétköznapi életből vett kommunikációs módokkal szemléltetjük azokat. S ha a példákban még a nyelvi humor is szerepet kap, garantáltan sikeresebb lesz a tanulási folyamat, hiszen az oldott légkör kedvez az új információk befogadásának, s az ismeretszerzés egyúttal szórakoztató játékká is válik. Séra Lászlót (1980: 16) idézve: „a humor a lehetőségek kiaknázásának útján éppen az alkotóbb és produktívabb megoldások irányába vivő gyakorlás és fejlesztés eszköze”.

Tanulmányomban először a humor oktatásban betöltött hasznosságát mutatom be (2.), majd a magyar szakos képzésben a felsőoktatásban használt stilsztika tankönyvek példamanyagának a felvillantása (3.) után megmutatom, hogy hogyan lehet viccek, dalszövegek, óriásplakátok, címlapok és tévéreklámok humoros nyelvi adatainak a felhasználásával megtanítani a stilsztikai jelenségeket úgy, hogy életszerűbb és tartósabb legyen a megszerzett tudás (4.).

### 2. A humor hasznossága az oktatásban

A humor tudatos tanítási stratégiaként jól használható, hiszen alkalmas a figyelem felkeltésére és fenntartására, fegyelmezésre, motiválásra és stresszoldásra is. Emellett egyedi színezetet ad a mondanivalónak, növeli a tanár hitelességét, javítja a tanár-diák viszonyt, egyéb készségek és képességek mellett pedig fejleszti a kompetenciát, a problémamegoldást és a kreativitást, emeli a tantárgy presztízsét, érdekessé tudja tenni a tananyagot, továbbá a humor rendkívül jó mnemotechnikai eszköz is, hiszen könnyebben és sikeresebben emlékezünk a humoros információkra (Józsa – Nagy – Zsolnai 2001; Gyenge 2008; Séra 2008; Szabó 2010; Háhn 2012).

De mi számít humorosnak az oktatásban? Hogyan definiálható a humor a pedagógia szemszögéből? Szabó Veronika (2010: 209) választát idézve: a humor nem más, mint „az oktatás show-ja”. A tanítás esetében a humor percepciók jellemzője lesz mérvadó (Deiter 2000: 22), vagyis humoros mindaz, amit a diákok annak tartanak. Fontos azonban kiemelni, hogy nem a komolytalan hangvételtől válik valami humorossá, hanem attól,

hogy inkongruenciát találunk a mondanivalóban. Ahogy azt már Kant is leírta (idézi Cseresnyési 2006): a „nevetés oka az, hogy a dolgok szokványos rendjébe a várakozástól eltérő, a helyzetbe nem illő dolog kerül”. Az össze nem illésen kívül pedig még a váratlanság is fontos jellemvonása a humornak.

A váratlanság és az inkongruencia a tanítás során többféleképpen is megjelenhet. Ha a tananyag elmagyarázásakor nem a kanonizált szövegtípusokból választunk, akkor a használt példa meghökkentő volta miatt működik humorforrásként. Szintén humoros hatást kelt a szokásostól eltérő nyelvhasználat az órán. A kreatív szóalkotások, a neologizmusok, a szlengszavak, az antiproverbiumok, a szavak komplex jelentésének a kihasználása és egyéb nyelvi játékok alkalmazása az egyéni stíluson túl a figyelem felkeltését és fenntartását szolgálják. Nem szabad azonban a tanórán minden példának humorosnak és meghökkentőnek lennie, hisz nem jó, ha a humor öncélúvá válik. Mindig tartsuk szem előtt, hogy a humor önmagában még nem helyettesíti a tanítási folyamatot, ez csak egy segédeszköz, s a cél ezen eszköz felhasználásával az élvezetes és érdekes tanítás, nem pedig a pusztá szórakoztatás.

Nézzük meg tehát a gyakorlatban, hogy hogyan segítheti az egyetemi stilisztikai oktatást a humoros példák alkalmazása. A nyelvészeti területek közül két ok miatt választottam éppen a stilisztikát. Egyrészt azért, mert a humor jellegéből adódóan ez az a tárgy, ahol a leginkább helye van a humor alkalmazásának. Pap János (2006: 30) szavaival élve: „a humor stílus. A tanár habitusának, műveltségének, intelligenciájának, okosságának és érzékenységének esszenciája”. S a stílus mindig választás kérdése is egyben, s ezzel a választással folyamatosan információkat küldünk magunkról mások felé, és különböző benyomásokat is keltünk. Nem haszontalan ezért magának a humornak a segítségével épp a humor hatásmechanizmusát és működését bemutatni az órákon.

Másrészt viszont azért esett a választásom a stilisztikára, mert egy, a naiv nyelvhasználók széles körében elterjedt tévhitet is el szeretnék oszlatni a humoros példák bemutatásával, azt, hogy a stilisztikai eszközök kizárólagosan az irodalmi művekre jellemzőek. Ugyanis a tapasztalat azt mutatja, hogy a szóképeket és az alakzatokat a középiskolából kikerülő diákok többsége csupán a szépirodalmi szövegek sajátosságainak tartja, és úgy véli, hogy ezek csak az írók és a költők jellemző eszközei. Nem véletlenül gondolkodnak így, hiszen tanulmányaik során általában szépirodalmi szövegeken keresztül ismerkednek meg a stilisztikai jelenségekkel. Ez önmagában még nem is lenne gond, ha a tudásuk nem merülne ki csupán néhány irodalmi idézet ismételtetésében, amelyeket nem megértettek, csupán megtanultak, azonban más helyzetben, a hétköznapi kommunikációban már nem ismerik fel ugyanezeket a stilisztikai eszközöket, s ők maguk nem képesek tudatosan alkalmazni őket a sikeresebb kommunikáció érdekében. A megoldás nem a szépirodalmi szövegek mellőzése, hiszen a klasszikus idézeteknek is megvan a helyük a tanításban, ugyanis fontos szerepet töltenek be a kultúra áthagyományozásában, továbbá nevelő célzatuk is van a tartalmi gazdagságuk mellett. Azonban az irodalmi példákat érdemes kiegészíteni a hétköznapi nyelvhasználatból vett adatokkal, vagyis célszerű a diákokhoz közelebb álló és ismertebb szövegfajtákból is válogatni.

A felsőoktatásban számos tankönyv és kézikönyv foglalkozik a stilisztikával, nézzük, milyen ezekben a szépirodalmi és a köznyelvi példák aránya, valamint vizsgáljuk meg azt is, használják-e a humort szemléltetésként a szóképek és az alakzatok tárgyalásakor. Humoros nyelvi adatnak Gyenge Hajnalka 2008-as vizsgálatához hasonlóan a nyelvi játékokat, a vicceket, a humoros példamondatokat és illusztrációkat tekintetem.

### 3. A stilisztikakönyvek példaanyaga

Az először 1958-ban megjelent, ám azóta több kiadást is megért Fábíán Pál – Szathmári István – Terestyéni Ferenc (1981) szerkesztette *A magyar stilisztika vázlata* című tankönyv teljesen mellőzi a nyelvi humort a jelenségek tárgyalásánál, s a költői és a köznyelvi szóképeket a stílushatás ereje és változatossága tekintetében még élesen elkülöníti egymástól (1981: 79), a köznyelvi példák közül pedig igen keveset közöl.

Szikszaíné Nagy Irma *Stilisztika* című munkájában a képi szint bemutatásánál (1994: 110–128) egy-két köznyelvi adat (pl. *jéghideg, villámgyors, olajra lép*) kivételével zömében irodalmi példákat talál az olvasó, ám ezek nem tartalmaznak nyelvi humort. A szerző másik kötete, a *Magyar stilisztika* című könyv (Szikszaíné 2007) már nyit a köznyelvi példák felé, ugyanis reklámszövegeket is találunk az adatok közt (pl. *Opel Corsa az Év autója, Az áfa fele: királyság!*), de még mindig az irodalmi szemelvények vannak túlsúlyban, viszont az eddigi munkáktól eltérően elvéve már a nyelvi humor is megjelenik az adatválogatásban, hiszen nyelvi adatokként például vicceket és közmondásferdítéseket is közöl a kötet.

A Szathmári István (2004) szerkesztette *Stilisztikai lexikon* pedig már alcímével is jelzi az olvasóval a megközelítésmódját: *stilisztikai fogalmak magyarázata szépirodalmi példákkal szemléltetve*. Vagyis a kötetben túlnyomórészt irodalmi példákat találunk, nyelvi humor nélkül. Ráadásul a metafora szócikkében (Szathmári 2004: 143) a szerző ugyanúgy megkülönbözteti egymástól a köznyelvi és a költői, művészi metaforákat, mint azt a régi, klasszikus stilisztika tankönyv (Fábíán et al. 1981) is tette. Tehát mintha nem történt volna semmi elmozdulás a példaanyagot és a tárgyalásmódot tekintve az elmúlt évtizedek során.

Az eddig bemutatott könyvek logikusak és világosak, a bennük szereplő információk pontosak, azaz a stilisztikai alapismeretek sikerrel elsajátíthatók csupán ezekből is. Viszont a humornak és a hétköznapi példáknak híján vannak, így nehezen keltik fel a nyelvészet iránt kevésbé érdeklődő hallgatók figyelmét.

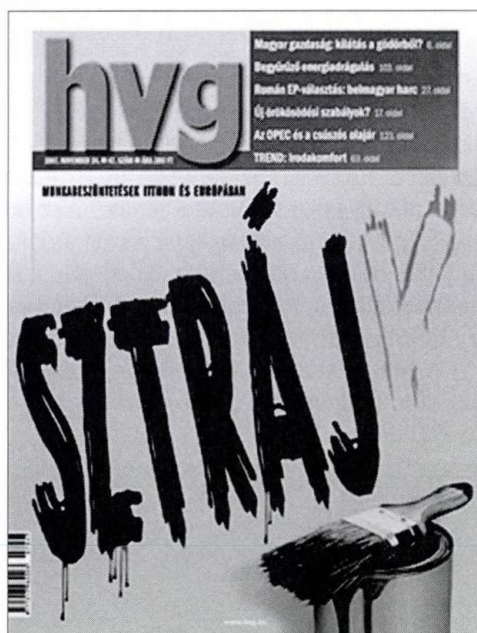
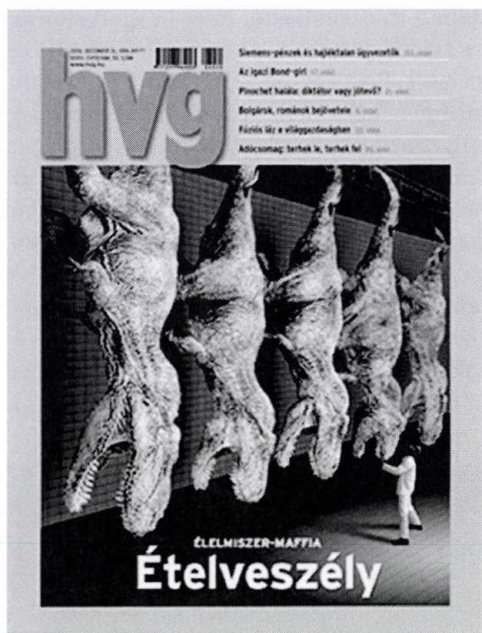
Az elmúlt években az alakzatok témakörében azonban két olyan szakkönyv is megjelent, amelyek kiválóan hasznosíthatók a felsőoktatásban a fentebbi kötetek kiegészítéseként, mivel megközelítésmódjukból adódóan nem a szépirodalmi, hanem a hétköznapi példák dominálnak bennük. Az egyik ilyen munka Nemesi Attila László (2009) *Az alakzatok kérdése a pragmatikában* című könyve, a másik pedig Pethő József (2011) *Alakzat és jelentés. Az alakzatok stílus- és jelentésképző szerepe a szövegben* című műve. Nemesi Attila László például már a könyve bevezetőjében (2009: 8) is ismert dalszövegekből hoz adatokat az egyes alakzatfajtákra (pl. metafora: *A szerelemvonatból nincs kiszállás; ironia: Trabanton szállni élvezet, gyorsabban száll, mint a képzelet; litotézis: Sárka egy kicsikét butácska*), a későbbiekben pedig sportközvetítésből, tudományos-ismeretterjesztő előadásból, kerekasztal-beszélgetésből és játékfilmekből származó példák segítségével ismerteti meg az olvasókkal az egyes alakzatok működését. Pethő József pedig a mai szónoklattal szövegein túl sajtónyelvből, reklámokból, tudományos szövegből és hétköznapi diskurzusból meríti példáit. Mindkét munka jól mutatja a kognitív és a pragmatikai megközelítésű szókép- és alakzatértelmezések alapvető tételét, miszerint a figuratív beszédmód nem csupán a költői szövegekhez és a szónoki előadásmódhoz köthető, hanem szerves és fontos része a hétköznapi, a tudományos és a tömegkommunikációnak is (Pethő 2011: 48). Vagyis a stilisztikai eszközökre vonatkozó tévhit könnyen eloszlatható, ha a diákok megismerik e köteteket. Már csak a humort kell belecsempészni a tananyagba. A következőkben ehhez adok néhány ötletet. A stilisztikán belül jelen tanulmány terje-

delmi korlátai miatt csak a hangalakzatokra, a hangszimbolikára és a szavak komplex jelentésére térek ki, de minden anyagrészhöz lehet hasonló példákat találni.

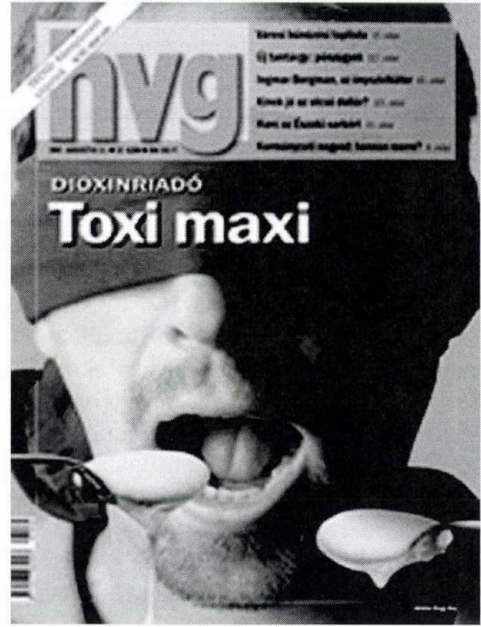
#### 4. Humoros példák a hangok és a szavak szintjén működő stilisztikai eszközök tanításához

A hangalakzatokat, azaz amikor egy hangot hozzáadunk egy szóhoz (*ti – tik*), elveszünk egy szóból (*azért – azér’*), amikor hangátvetés történik, azaz felcserélünk hangokat (*kanál – kalán*) vagy egy hangot egy másikkal helyettesítünk (*rafinéria – rafanéria*), a klasszikus grammatika a világos hangzás elleni vétségnek tekintette, stílushibának, amely a költői szándék nyomán válhat stílusereppé (Szikszainé 2007). A funkcionális megközelítések azonban a hangalakzatok köznyelvi használatát is stílusértékkel bírónak tartják, hiszen a normától való eltérésnek figyelemfelhívó szerepe van, amit előszeretettel aknáznak ki a címekben, a reklámokban, a dalszövegekben és a viccekben is. Bőven van tehát miből válogatnunk a hangalakzatok tanításakor.

Rendkívül jó példaanyagot jelentenek a HVG újság címlapjai, amelyek azért különlegesek, mert a borítón szereplő kép és szöveg együttesen mindig többféle olvasatot ad. E címlapok egy része a kép és a szöveg játékán túl a hangokkal végzett műveletekre épít, ahogy azt az alábbi példákban (1–4. kép) is láthatjuk<sup>1</sup>.

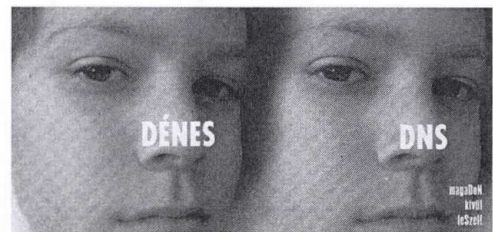


<sup>1</sup> Az 1. (*Ételvesztély*) borító a HVG 2006 50-es száma, a 2. (*Sztráj*) a 2007 47-es szám, a 3. (*Mi az eendő?*) a 2008 17-es szám, a 4. (*Toxi maxi*) pedig a 2007 32-es szám címlapja. A képek a <http://hvg.hu/hetilap/archive> oldalról származnak.



Az 1. címlapon olvasható *Ételveszély* feliratban transzmutáció, azaz hangátvetés található, az *ételveszély* szó két hangja, az *l* és a *t* cserélődött fel, s a kép is alátámasztja az értelmezést. A 2. címlap *Sztráj* példája szóvégi hangelhagyást, azaz apokopét tartalmaz, hiszen a *k* lemaradt a *sztrájk* szó végéről. A 3. borítón látható *Mi az eendő?* kérdés *eendő*-je az elvárt *teendő* szóból szó eleji hangelhagyással, azaz aferézissel jött létre, a 4. címlapon szereplő *Toxi maxi* példánál pedig az ismert *Foxi Maxi* név volt a minta, s a címlap szövege ahhoz képest immutációnak, azaz hanghelyettesítésnek tekinthető. A HVG borítói segítségével nem csupán ezek a kategóriák, hanem az összes hangalakzat gyakorolható, ugyanis minden altípusra (a szó elején, a közepén és a végén levő hangelhagyásra, illetve hangbetoldásra, továbbá a hangátvetésre és a hanghelyettesítésre is) számos példát tudunk gyűjteni az internetes archívum (<http://hvg.hu/hetilap/archive>) segítségével.

A hangalakzatok megtanítására az óriásplakátok is kiválóan alkalmasak, különösen az ARC plakátpályázat alkotásai (Schirm 2012), ahogy azt a következő néhány példa is mutatja.<sup>2</sup>



<sup>2</sup> A képek a <http://www.arcmagazin.hu/galeria> oldalról származnak. A plakátok szerzői és címei sorrendben: 1. Wolcsánszky Krisztián: *Nufati*; 2. Remete Pál: *Dénes – DNS*; 3. Wolcsánszky K., Szöllős E., Lindauer A: *Yoda*; 4. Kájel Judit, Tari Zsófi, Vanek Ákos: *Apum*.



Az *Én és a málnás Magnóm* plakát immutációt tartalmaz, ugyanis a képileg elvárt *Magnum* szó van itt *magnómra* lecserélve, a *Dénes – DNS* példában pedig szinkópát, azaz a szó belsejében lévő hangok elhagyását láthatjuk. A *Yoda vagyok magáért* feliratú alkotás a régi, *Oda vagyok magáért* kezdetű dalhoz képest protézisnek tekinthető, míg az *Apum* márkanév a *Puma* szó átalakításával, a benne lévő hangok átvetésével jött létre.

A HVG címlapokhoz hasonlóan ez a korpusz is számos humoros és szemléletes példával szolgál a hangalakzatokra, s mivel nem csupán nyelvi kategóriákban gondolkodunk, ezért a képek segítségével még hatásosabb lehet az ismeretszerzés folyamata. A kép ugyanis gyorsabb megértést eredményez, a felidézése is egyszerűbb, mint a nyelvi jeleké, valamint mélyebb benyomásokat és érzelmeket képes kelteni, amellet, hogy hosszabban is megmarad az emlékezetben (Móricz – Téglássy 1999: 159–160). Tehát a humoros példák hatékonyságát tovább növeli, ha képet is tartalmazó szövegtípust vonunk be az oktatásba.

A hangalakzatok tanításánál a példák közül természetesen a viccek sem maradhatnak ki, legalábbis azok, amelyek nem a témájuk miatt humorosak, hanem a bennük lévő nyelvi játék miatt (Szabó 2010: 210). A különböző internetes viccportálokon vagy a nyomtatott vicclapokban pillanatok alatt hatalmas anyagot találhatunk szinte minden stilisztikai jelenséghez. Ízelítőül következzen néhány hangalakzatot tartalmazó példa. Aferézis figyelhető meg a *–Hogy köszönti a pincér az embereket Oroszországban? – Jó napot Ivának* viccben, protézis található a *–Hogy hívják a kubai úrhajóst? – Castronauta* példában. A *–Hogy hívják az instant baglyot? – Neszkuvik* pedig az epentézisre jó példa, míg immutációt, azaz hangcserét mutat a *–Kik szoktak jajongani? – Fajkasházi Tivadaj jajongói* vicc. Vicceket nem csupán elemezhetünk, hanem alkottathatunk is a hallgatókkal egy-egy hangalakzatra, s a rögzülés szempontjából a saját maguk által létrehozott példák még hatásosabbak és tartósabbak lesznek.

Egy felmérés szerint az Európai Unióban a diákok átlagosan 140 000 tv-reklámmal találkozhatnak tizennyolc éves korukig (Sas 2007: 140), ami óriási szám, tehát a reklámok nyelvezete akarva-akaratlanul is hat rájuk. Sokan közülük kívülről fűjják a szlogeneket, s a reklámszövegek közül jobbnál jobb példákat tudnak hozni az egyes stilisztikai jelenségekre. Különösen a hangcsere gyakori a reklámokban, ahol az alakzatokat a terméknev vagy az árucsoport szlogenbe csempészése miatt, illetve nyelvi humorforrásként használják (Forgács 2007: 50–51). Hangcserével került be a márkanév a Szerencsi csokoládét hirdető *Az élethez kell egy kis Szerencsi* jelmondatba, illetve a Crepto márkájú egészségügyi papírt reklámozó *Creptománia* szlogenbe, előbbi az *Élethez kell egy kis szerencse*, utóbbi pedig a *kleptománia* átalakításával keletkezett, de hasonlóan hatásos a Tropicana üdítőital *Frissítő ízesés* hangalakzata, amelyhez mintaként a *frissítő vizesés* szókapcsolat szolgált. A Kőbányai sör óriásplakátján szereplő *Sörökbe fogadom* jelmondat pedig az *örökbe fogadom* szószerkezetből jött létre, s annak kibővítésével a reklámozott termék nem csupán

képileg, hanem nyelvileg is bekerült a hirdetésbe, míg a Terbisil gombaellenes kenőcs a *Gombabiztos megoldás* szlogennel reklámozza magát, s a *bombabiztos* szó első hangjának a kicserélésével a termék profilja is a hirdetés részévé vált. Hangalakzatokat tartalmazó reklámok bemutatásán és elemzésén túl hálás feladat még létező vagy kitalált termékekhez és márkákhoz új szlogeneket készíttetni megadott hangalakzatok mintájára.

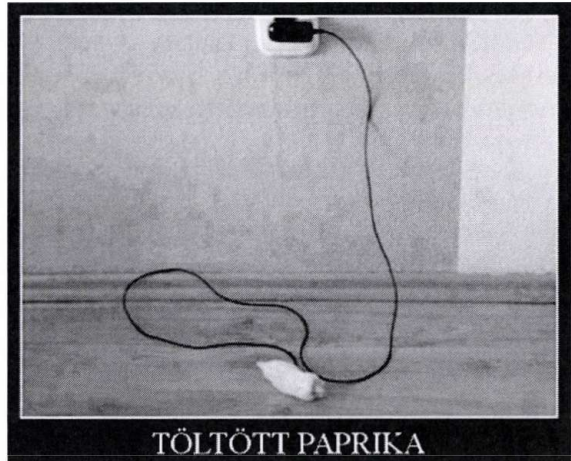
A hangok szintjén maradva, de a hangszimbolika tematikájára áttérve a kötelező irodalmi példák, azaz Verlaine *Őszi chanson*-jának vagy Rimbaud *A magánhangzók szonettje* című versének eredetije és különféle fordításai után bátran hozhatunk dalszövegekből vagy épp reklámszlogenekből nyelvi anyagokat, megmutatván, hogy milyen stílusértéke van egy olyan szósornak, amiben bizonyos hangok dominálnak. Az *a* és az *e* hang viszonylag megterhelt a magyarban, hiszen 100 magánhangzóra átlagosan 26 *e* és 24 *a* hang jut (Szikszainé 2007: 361), ezért nem tűnnek annyira szokatlannak a csupa *a* vagy *e* hangot tartalmazó könnyűzenei dalszövegek, ahogy azt a következő példák is mutatják: *Szavam a szavadba szalad, a gazda szabad / Nevem egy akta, ad acta rakta, csak fabatka adatka marad* (Jazz+Az: Csináld rosszul), illetve: *Magyar ember e-vel reppel / szeretned kell engemet, mert / nem keresek meg ezer ezrest / veled egyetemben / testem ereje, s eszem veleje / egy eszperente repbe keveredett bele* (Vad Fruttik: Sárga Zsiguli). Azonban ha a többi magánhangzó kerül túlsúlyba, azt már furcsábbnak érzik a befogadók. Ennek igazolására elég például a Kárpátia zenekar *Nyakas a parasztgazda* című számát bevinni az órára, amelynek az első versszakában a magánhangzók közül csupán az *a*, a második strófájában csak az *e* hangok jelennek meg, ám a harmadik szakaszban az *i* és az *í*, a negyedik versszakban pedig az *o* és az *ó* hangok dominanciája figyelhető meg: *Iszik kicsit, s így indít biciklizni mindig. / Biz kicsipik, s viszik is nyírpilisi sittig. Sír-ri, nincs kis rigli, nincs bilincs, mit civil ki bír nyitni, / Illik ily piciny csinyt így rittig sittig vinni?*, illetve *Folyton torkos drótos tót kosropogóst kóstol. / Potyog most sok olcsó gomb, oly komor gyomortól. / Ó-hóó, ódon hordóból csobogó jó bort mohón kortyol, / No most gondoskodjon doktor módos koporsóról.* Ezeknél a példáknál az órára bekerülő szövegtípus, azaz a dalszöveg már önmagában is képes felkelteni a figyelmet, a választott adatok tartalmi humora pedig még tovább segítheti a rögzülést.

Arra is érdemes felhívni a hallgatók figyelmét, hogy a hangok kifejező erejével a reklámok is gyakran manipulálják a befogadókat. A Kozel sörnél például a *megszereted e cseh remeket* szlogen egyrészt a hangzás által hat, másrészt pedig a csak *e* hangokat tartalmazó mekegés manipulatív fogás is, hiszen a sörnek egy kecske a jelképe. De más termékek esetén is felhasználják a hangszimbolika által nyújtott lehetőségeket a hirdetőik. Például a *Sága selyemsonka* jelmondatnál az *s* hangok susogása a lágyság és a puhaság érzetét kelti.

Nemcsak a hangok szintjén megjelenő alakzatokra és a hangszimbolika jelenségére lehet hétköznapi humoros példákat találni, hanem a szavak szintjén működő alakzatokra és a szóképekre is számtalan szemléletes adat gyűjthető. A felhasználható források közül még az ún. internetes mémeket mutatom be. Az internetes mémek olyan digitális fájlok vagy hiperhivatkozások, amelyek divatszerűen terjednek a világhálónak köszönhetően. A tartalmuk leggyakrabban egy elferdített szólásból, viccből, pletykából vagy egy módosított képes kifejezésből áll, s ezeket a felhasználók egymásnak küldözgetik, illetve posztolják a különféle közösségi oldalakon. A legjobb mémek gyűjteményében (<http://top-memes.com/hu> [2012. 10. 30.]) a szójátékot és a képzavart tartalmazó mémek külön kategóriát alkotnak. Ezek különösen a szavak komplex jelentésének a bemutatásakor használhatók fel jól, illetve magának a képzavar fogalmának az illusztrálásakor.

A mellékelt képen látható *töltött paprika* mém<sup>3</sup> például a *töltött szó* többértelműsége miatt kelt humoros hatást.

Az eddig bemutatott néhány példa azonban csak ízelítőül szolgált ahhoz, hogy milyen szövegtípusokkal érdemes kiegészíteni a szépirodalmi adatokat, ha a humor oktatásban betöltött pozitív szerepét is ki szeretnénk használni. Hosszan lehetne még sorolni az egyes stilisztikai jelenségekre a jobbnál jobb példákat. Csak említés szintjén hadd utaljak a L'art pour l'art társulat szövegeire, a stand up comedy monológjaira, rajzfilmek közül a bravúros nyelvi leleménnyel megírt Macskafogóra, vagy épp a Rapülők, a Jazz+Az és a Gringo Sztár dalszövegeire.



## 5. Összegzés

A humor fiziológiai és pszichológiai előnyeinek túl az oktatásban is sikerrel alkalmazható. Tanulmányomban a nyelvészeti területek közül a stilisztika néhány tárgykörének tanításához mutattam be hétköznapi szövegtípusokból származó humoros példákat, amelyek segítségével az ismeretszerzés folyamata szórakoztatóbb és tartósabb lehet. Az általam ismertetett példák már élesben is bizonyították, hogy a nyelvészet könnyedén megkedveltethető a hallgatókkal, ha nyitunk a klasszikustól eltérő műfajok és szövegfajták felé. S hogy miért állítom mindezt ennyire biztosan? Azért, mert a tanításban, a nyelvészetben és a humorban nem ismerek tréfát. És ez nem vicc!

## Források

ARC óriásplakátok: <http://www.arcmagazin.hu/galeria> – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.  
 HVG címlapok: <http://hvg.hu/hetilap/archive> – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.  
 Top mém – A legjobb mémek gyűjteménye: <http://top-memes.com/hu> – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.

## Irodalom

Cseresnyési László (2006): Traktátus a pesti/zsidó humorról. *2000* 18. 7–8. 61–73. [http://www.ketezer.hu/menu4/2006\\_07\\_08/cseres.html](http://www.ketezer.hu/menu4/2006_07_08/cseres.html) – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.  
 Deiter, Ron (2000): The use of humor as a teaching tool in the college classroom. *NACTA Journal* 44. 2. 20–28. <http://www.econ.iastate.edu/sites/default/files/publications/papers/p4506-2000-06-01.pdf> – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.

<sup>3</sup> <http://top-memes.com/hu/memek/szojatek-kepzavar/toltott-paprika> – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.; <http://locitrom.hu/citrom/toltott-paprika-4744.html> – utolsó letöltés: 2013. 06. 17.



- Fábián Pál – Szathmári István – Terestyéni Ferenc (1981): *A magyar stilisztika vázlata*. Ötödik kiadás. Budapest: Tankönyvkiadó.
- Forgács Erzsébet (2007): *Nyelvi játékok, Kreativitás a viccekben, a reklámyelvben, a sajtónyelvben és irodalmi szövegekben*. Szeged: SZEK Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó.
- Gyenge Hajnalka (2008): 7. és 8. osztályos anyanyelvi nyelvtankönyvek elemzése a (verbális) humor szempontjából. In Medve Anna – Szépe György (szerk.): *Anyanyelvi nevelési tanulmányok 3*. Budapest: Iskolakultúra, 42–54.
- Háhn Judit (2012): Az egyetemi oktató humora. *Modern Nyelvoktatás* 18. 3. 35–46.
- Józsa Krisztián – Nagy Lászlóné – Zsolnai Anikó (2001): Lépések egy gyakorlatorientált tanárképzés irányába. *Új Pedagógiai Szemle* 51. 6. <http://epa.oszk.hu/00000/00035/00050/2001-06-ta-Tobbek-Lepesek.html> – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.
- Móricz Éva – Téglássy Tamás (1999): *Kreatív tervezés a reklámban*. Budapest: Közgazdaságtudományi Egyetem.
- Nemesi Attila László (2009): *Az alakzatok kérdése a pragmatikában*. Budapest: Loisir Könyvkiadó.
- Pap János (2006): Puer ridens – Humor az iskolában. *Új Pedagógiai Szemle* 56. 5. 25–34. <http://epa.oszk.hu/00000/00035/00103/2006-05-ta-Pap-Puer.html> – utolsó letöltés: 2012. 10. 30.
- Pethő József (2011): *Alakzat és jelentés. Az alakzatok stílus- és jelentésképző szerepe a szövegben*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Sas István (2007): *Reklám és pszichológia*. Budapest: Kommunikációs Akadémia.
- Schirm Anita (2012): Humour in ARC billboards. In T. Litovkina, Anna – Sollosy, Judith – Medgyes, Péter – Brzozowska, Dorota (eds.): *Hungarian Humour*. Kraków: Tertium, 73–89. (Humour and Culture 3.)
- Séra László (1980): *A nevetés és a humor pszichológiája*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Séra László (2008): Humor a tanulásban. In Daczi Margit – T. Litovkina Anna – Barta Péter (szerk.): *Ezerarcú humor. Az I. Magyar Interdiszciplináris Humorkonferencia előadásai*. Budapest: Tinta Könyvkiadó, 264–272.
- Szabó Veronika (2010): A humor szerepe az anyanyelvi nevelésben. In T. Litovkina Anna – Barta Péter – Hidasi Judit (szerk.): *A humor dimenziói. A II. Magyar Interdiszciplináris Humorkonferencia előadásai*. Budapest: Tinta Könyvkiadó – BGF Külkereskedelmi Kar, 209–218.
- Szathmári István (2004): *Stilisztikai lexikon. Stilisztikai fogalmak magyarázata szépirodalmi példákkal szemléltetve*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Szikszaíne Nagy Irma (1994): *Stilisztika*. Budapest: Trezor Kiadó.
- Szikszaíne Nagy Irma (2007): *Magyar stilisztika*. Budapest: Osiris Kiadó.