

Sólyom Réka¹

„EZ KIRÁLY! LÁJKOLD!“. NEOLOGIZMUSOK KÜLFÖLDIEK MAGYARNYELV-TANULÁSÁBAN²

Abstract

The paper focuses on the results of a survey conducted among foreign students of Hungarian in Balassi Institute in autumn, 2013. The questionnaire, which contained two types of neologisms (neologisms born via conversion from noun to adjective, and neologisms with *-(V)l* suffix) was filled by university students during a Stylistics seminar. There were more aims of the questionnaire: with its help comparison between meaning construal and style attribution of Hungarian native speakers and of foreign students can be examined and the need for an on-line, refreshable dictionary of neologisms can be emphasized. The mental processes that occurred among foreign students' understanding processes could also be represented with the help of the Conceptual Integration Theory.

Keywords: *neologism, Hungarian as a foreign language, conversation, -(V)l suffix, conceptual integration, style attribution*

Kulcsszavak: *neologizmus, magyar mint idegen nyelv, szófajváltás, -(V)l képző, fogalmi integráció, stílustulajdonítás*

1. Bevezetés

A magyarnyelv-használatban nap mint nap megjelenő neologizmusok megértése sok esetben a magyar anyanyelvű nyelvhasználók számára sem problémamentes, belátható tehát, hogy magyarul évek óta tanuló, magyar szakos külföldi hallgatók számára is kérdéses lehet egy-egy új keletű nyelvi jelenség megértése. A jelen írás – mely a Károli Gáspár Református Egyetem Bölcsészettudományi Karán a Magyar Nyelvtudományi Tanszék szervezésében 2013. december 14-én rendezett „A magyar mint idegen nyelv napja” szakmai konferencián elhangzott előadás alapján íródott – egy 2013 novemberében külföldi magyar szakos hallgatók körében napjaink néhány magyar neologizmusával kapcsolatban végzett vizsgálódásnak az eredményeit mutatja be.

¹ Sólyom Réka PhD, egyetemi tanársegéd, Károli Gáspár Református Egyetem, Magyar Nyelvtudományi Tanszék; e-mail: solyom.reka@kre.hu

² A dolgozat az OTKA K 81315 számú, Kognitív stilisztikai kutatás című pályázat keretében készült.

2. A neologizmus fogalmának értelmezéséhez

A neologizmus jelenségének sok meghatározása és csoportosítása létezik a magyar és nemzetközi szakirodalomban (vö. pl. *Stilisztikai lexikon, Alakzatlexikon*, Minya 2003; *A dictionary of stylistics, Dictionnaire des Termes Littéraires*, Kramer 2003). A vonatkozó leírások megegyeznek abban, hogy kiemelik: a neologizmus olyan jelenség, amely újdonságként jelenik meg a nyelvben.

A jelen vizsgálódás a neologizmusok használatával kapcsolatos jellemzőket igyekszik feltárni az említett adatközlők válaszaiból kirajzolódó jelentéstulajdonítási, megértési (esetenként félreértési) stratégiák vizsgálatával, funkcionális-kognitív keretben. A felmérés körülményeiből és céljaiból fakadóan ugyanakkor lehetőséget adhat arra is, hogy bemutassa, milyen jelentősége, fontossága van a neologizmusok tanításának, tanulásának a magyart idegen nyelvként tanuló nyelvhasználók esetében.

A vizsgálat neologizmus értelmezése a fentiek értelmében a következő: a neologizmus olyan, gyakran újszerű szemantikai szerkezetű nyelvi forma, melynek egy adott közlő és egy adott befogadó adott szituációban előzetes tapasztalataihoz, ismereteihez és ebből fakadó elvárásaihoz viszonyítva, dinamikus módon újszerű jelentést és/vagy újszerű stílust tulajdonít (Sólyom 2012a: 268).

3. Neologizmusok megjelenése a magyar mint idegen nyelv tanításában

Neologizmusok, illetve a neologizmus-használattal kapcsolatos kérdések a magyar mint idegen nyelv tanítása során sok esetben megjelenhetnek. A nyelvtanulók gyakran találkoznak olyan új nyelvi formákkal (például új szavakkal vagy kifejezésekkel), melyek jelentésének megadásában nem nyújtanak segítséget a rendelkezésre álló, papír alapú szótárak, hiszen a neologizmusok általában nem találhatók meg sem az egy-, sem a kétnyelvű szótárakban.

Tény ugyanakkor, hogy a magyarul tanulók egy bizonyos nyelvi szint elérése után változatos területeken és sokféle kommunikációs csatorna közvetítésével találkoznak neologizmusokkal, gondoljunk az írott, a beszélt és a napjaink kommunikációjában nagymértékben jelen lévő „írott beszélt” (Bódi 2004: 287) nyelvre. A modern kommunikációs csatornáknak (internet, skype) köszönhetően tehát nemcsak a célnyelvi környezetben magyarul tanulók találkozhatnak neologizmusokkal.

Mivel a kommunikatív nyelvtanítás folyamatában fontos „a hiteles nyelvi anyag, a természetes helyzetek minél pontosabb imitálása” (Szili 2006: 148), a magyarnyelv-órakon és a magyar nyelven folyó előadásokon, szemináriumokon a külföldi hallgatók oktatásában is megjelennek neologizmusok: „A nyelvtanár általában arra törekszik, hogy az adott szavakat tipikus szövegkörnyezetben, tipikus helyzetben mutassa be. Akár társalgásból, akár írott szövegből indul ki, a tipikus szöveghelyzetben való szerepeltetés didaktikai kívánalma jelen van” (Bárdos 2000: 79). Egyrészt tehát a tanárnak is törekednie kell arra, hogy az „élő” nyelvhasználattal ismertesse meg a nyelvtanulókat,

másrészt maguk a hallgatók is gyakran kérdeznek, kérnek segítséget egy-egy frissen hallott neologizmus jelentésével kapcsolatban. Ezt a helyzetet mindenképpen érdemes kihasználni, hiszen a neologizmusok jelentésének, használatának tisztázásával a nyelvtanulóknak nemcsak a szókincse és kommunikatív kompetenciája bővíülhet, hanem bepillantást nyerhetnek a nyelvi változási folyamatok egy-egy szinkrón pillanatába is, melyet nyelvhasználatuknak köszönhetően saját maguk is megélnék.

4. A 2013-ban felvett kérdőíves felmérésről

A vizsgált neologizmusokkal kapcsolatos kérdőíves felmérésben adatközlőként a Balassi Intézetben tanuló, C1 nyelvi szintű hungarológus csoport, 22–26 éves lengyel és szerb nemzetiségű egyetemi hallgatók, összesen 7 fő vett részt 2013 novemberében. Az adatfelvételre az általam tartott stilisztika szemináriumon került sor, egy olyan óra alkalmával, amikor a téma a nyelvi változási folyamatok, a szleng és a neologizmusok megjelenése a magyar nyelvben volt. Ennek megfelelően a hallgatókkal előzetesen megbeszéltük a nyelvi változási folyamatok legfontosabb jellemzőit, illetve az általuk ismert és neologizmusnak tartott magyar nyelvi jelenségekkel kapcsolatban (jelentés-tani, stilisztikai kérdések) is megkérdeztem őket. A 2013-as adatfelvétel ilyen módon egy korábbi, 2012-ben szintén a Balassi Intézet diákjai körében két neologizmussal kapcsolatban végzett kutatás (vö. Sólyom 2012b) folytatásának, továbbgondolásának is tekinthető.

5. A felmérésben vizsgált neologizmusok

A külföldi hallgatók által kitöltött kérdőív a neologizmusoknak két, grammatikai és szemantikai szempontból jól elkülönülő csoportját tartalmazta:

1. Főnév → melléknév szófajváltással létrejött, főként a szleng stílusrétegbe tartozó szavak: *alap, állat, csúcs, gáz, gerilla, király, sirály, zsír* (vö. Kiefer 2005: 190).
2. Magyar vagy idegen eredetű (angol) szótöböl -(V)I képzővel létrejött igék: (*net*) *bankol, vidámparkol, chippeltet, tetszikel* ('like-ol, lájkol' jelentésben), *lájkol*.

Az adatközlők a kérdéses neologizmusokat szöveggörnyezetben megadva, internetről származó példamondatokban (reklámok, hirdetések, fórumszövegek, blogszövegek részei) olvashatták.

6. A vizsgálat céljai, hipotézisek

A kérdőíves felmérés célja kettős volt: egyik cél volt megfigyelni azokat az értelmezési stratégiákat, attitűdöket, stílustulajdonításra utaló jellemzőket, amelyek a nem magyar

anyanyelvű nyelvhasználók válaszaiból rajzolódnak ki. Másik cél pedig az volt, hogy lehetővé váljon a kapott eredmények összevetése hasonló kérdőíves felmérésekben részt vevő magyar anyanyelvű adatközlők válaszaival (vö. pl. Sólyom 2012a).

A vizsgálat hipotézise a következő volt: valószínűleg több ponton különbség fog mutatkozni a magyar és nem magyar anyanyelvű adatközlők válaszai között a szavak szemantikai és/vagy szociokulturális (Tolcsvai Nagy 2005: 85–105) jellemzőinek tekintetében.

7. A külföldi hallgatók által kitöltött kérdőív kérdéstípusai

A kérdőív olyan kérdéseket tartalmazott, melyek egyrészt az adatközlők értelmezési, megértési (és esetleg félreértési) stratégiáira, másrészt pedig a kérdéses neologizmusok stílusával, illetve használatával kapcsolatban megadott attitűdjére, stílusulajdonítására utaltak.

A jelen dolgozat szempontjából releváns kérdések a következők voltak:

1. Mit jelent a szó?
2. A főnév → melléknév típusú szófajváltás esetében: mi lehet a jelenség oka (metaforikus, metonimikus összefüggések keresése)?
3. Milyen a megadott neologizmus hangulata, stílusa?
4. Kivel folytatott kommunikációban használná a szót?

A nem magyar anyanyelvű adatközlők által adott válaszok azon túl, hogy a jelen felmérés keretében tanulmányozzuk őket, arra is alkalmasak lehetnek, hogy összevessük a kapott adatokat az előző évek hasonló – neologizmusokkal kapcsolatos – felméréseinek magyar anyanyelvű adatközlők által adott válaszaival.

Összességében elmondható, hogy a felmérés eredményei alkalmasak lehetnek arra, hogy bemutassák a neologizmus-jelenség szerepét a kommunikáció és a szókincstanítás folyamatában.

8. A külföldi hallgatók válaszaiból levonható következtetések I. – A szófajváltással létrejött neologizmusok

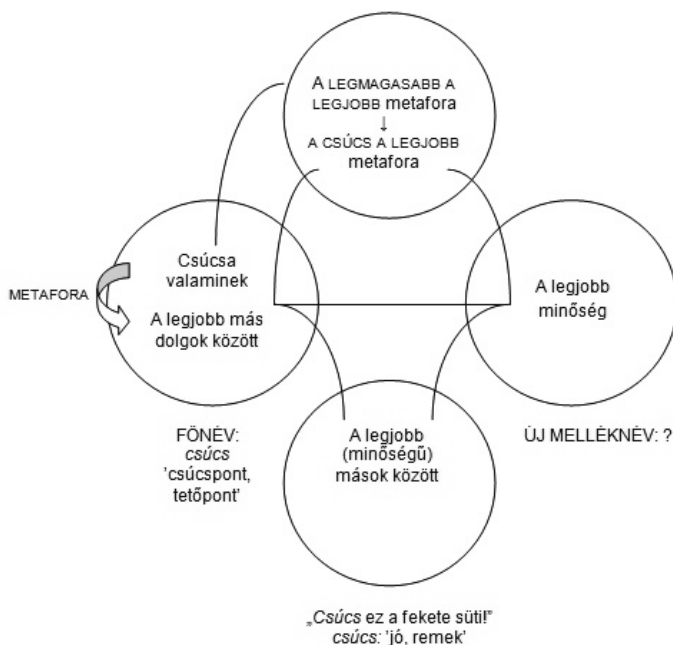
A kérdőívet kitöltő külföldi hallgatók válaszaiból több olyan folyamat is kirajzolódott, mely a szófajváltással létrejött neologizmusok szemantikai felépítésére, észlelésére vonatkozott. A magyar anyanyelvű adatközlők megfelelő válaszaikhoz hasonlóan a jelen felmérés adatközlői is kiemelték a vizsgált neologizmusok szemantikai szerkezetében megfigyelhető metaforikusságot és/vagy metonimikusságot.

A kapott eredmények alapján elmondható, hogy a vizsgált neologizmusok szemantikai felépítése mind a fogalmi metafora (vö. pl. Lakoff–Johnson 1980), mind pedig a fogalmi integráció (blending) elmélete (Fauconnier–Turner 1998) keretében eredmé-

nyesen vizsgálható. Utóbbi azért is lehet különösen alkalmas e neologizmusok jelentés-szervező elvek leképezésére, mert létrejöttében rugalmas mentális terek játszanak szerepet. Az emberi megértést reprezentáló fogalmi integráció során általában három mentális tér: a bemeneti terek, a fakultatív generikus tartomány, valamint az integrált tér (blend) emelkednek ki. Ahhoz, hogy a fogalmi integráció sikeresen létrejöjjön, öt úgynevezett optimalitási feltételnek (integráció, topológia, háló, kicsomagolhatóság, jó ok) kell teljesülnie (Fauconnier–Turner 1998: 162–163, Tolcsvai Nagy 2013: 230). Vagyis a blend jól integrált jelenetet kell, hogy leképezzen, a bemeneti terek elemei közötti viszonyoknak meg kell felelniük a blend elemei közötti viszonyoknak, megfelelő hálózatnak kell kiépülnie az elemek között, a blendnek könnyen megérthetőnek kell lennie, illetve a megjelenő elemeknek megjelenítésre érdemesnek kell lenniük (Tolcsvai Nagy 2013: 230). A neologizmusok témakörére vonatkoztatva a fenti elméletet elmondható, hogy alkalmas lehet egy-egy új szó, kifejezés vagy nyelvi forma szemantikai szerkezetének leképezésére.

Abban, hogy a blend egyes mentális tereiben milyen jellemzők, tényezők, jelentésszervező elemek jelennek meg, a kérdőívben az adatközlőktől kapott válaszok nyújthatnak segítséget. Hangsúlyozni kell ugyanakkor, hogy ezek az értelmezési stratégiák csak modellálják a lezajló folyamatokat.

A következőkben a 2013. évi felmérésben részt vevő külföldi hallgatók válaszaiból kirajzolódó értelmezési stratégiák alapján létrejövő jelentésképzési folyamatok elemzése és ábrázolása következik.



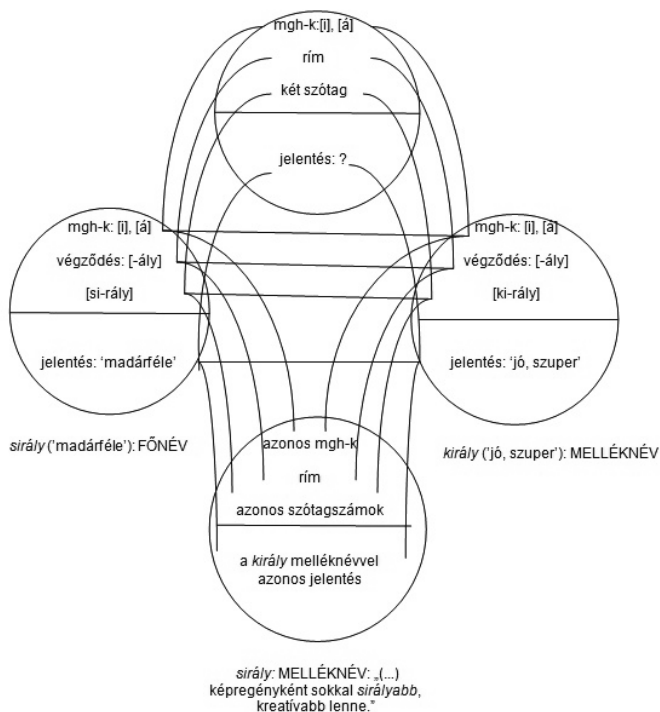
1. ábra: a *csúcs* melléknév ábrázolása blendként

8.1. Metaforikus jelentés felismerése (csúcs)

A külföldi hallgatóktól kapott válaszokról elmondható, hogy a kérdőív neologizmusaival kapcsolatban a magyar anyanyelvű adatközlők válaszaikhoz képest kevesebb esetben jelent meg utalás a szavak szerkezetében megjelenő fogalmi metaforákra, metonímiákra. Amennyiben igen, ott a metaforák között elsősorban az ún. orientációs metaforatípus (vö. Lakoff–Johnson 1980: 14–21) felismerése jellemző: a legmagasabb a legjobb metafora szerepét mind a *csúcs*, mind a *király* melléknévek esetében felismerték és megnevezték.

A *csúcs* melléknévi használata esetében (a szó a következő példamondatban szerepelt ‘nagyon jó, kiváló’ jelentésben: „*Csúcs* ez a fekete süti! Milyen íz dominál benne?”) a külföldi adatközlők válaszaikban utaltak a jelentésváltozás okára, kiemelve a hegy csúcsa valami(nek a) legjobb (része) metaforát. Ez a válasz egybevág a magyar anyanyelvű adatközlők 2013 tavaszán megadott magyarázatával.

A fenti jelentéskonstruálási folyamatot figyelembe véve a *csúcs* melléknév szemantikája a fogalmi integrációs modell keretében egyszerű fogalmi metaforaként, ún. egyoldalú hálózatként (vö. Kövecses–Benczes 2010: 182–183) ábrázolható a következő módon:

2. ábra: a *sirály* melléknév ábrázolása blendként

8.2. Metonimikus és metaforikus jelentések, illetve fonológiai jellemzők felismerése (*sirály*)

A külföldi hallgatók a *király* melléknévvvel kapcsolatban (mely a következő példamondatban szerepelt: „Sziasztok megjöttem a táborból (,) nagyon *király* volt.”) a magyar anyanyelvű adatközlőkhöz hasonlóan (akiknek 81,48%-a utalt a felsőbbrendűség fogalmára) felismerték és kiemelték a szó pozitív jelentését.

A *sirály* melléknév a kérdőívben a *király*hoz hasonló jelentésben jelent meg, közepfokú alakban (a következő példamondatban: „(...) pedig képregényként sokkal *sirályabb*, kreatívabb lenne.”). Befogadásáról a külföldi hallgatók estében elmondható, hogy a magyar anyanyelvű adatközlőkhöz hasonlóan kiemeltek egy igen fontos jellemzőt a szóval kapcsolatban: a szó jelentése és hangzása is hasonlít a *király* szóéhoz. Ezen kívül a jellemzőn kívül a magyar anyanyelvű nyelvhasználók válaszaiban megjelent még egy orientációs metafora (vö. Lakoff–Johnson 1980: 14–21), a legmagasabb a legjobb metafora is (vagyis a magyar anyanyelvű nyelvhasználók közül többen érezték úgy, hogy mivel a *sirály* magasan repül és kecses, légies, egyfajta emelkedettséget, felsőbbrendűséget is ki lehet fejezni a megjelenésével). Ez a jellemző a nem magyar anyanyelvű nyelvhasználók válaszaiban nem jelent meg.

A *király* melléknév kialakulásának szemantikai okai között metonimikus jellemzők is megfigyelhetők. A *király* főnévről sokan a hatalomra és a tekintélyre asszociálnak, ez pedig gyakran pozitív asszociációkat nyitott meg a magyar anyanyelvű nyelvhasználók körében, akiknek 81,48%-a utalt a felsőbbrendűség fogalmára a szóval kapcsolatban. A nem magyar anyanyelvű adatközlők ide vonatkozó válaszaiban ugyanakkor ez az arány csak 14,29% volt.

Össességében a külföldi hallgatók válasza alapján elmondható, hogy a *sirály* melléknév megértésében a szó befogadásakor észlelt fonológiai és szemantikai okok egyaránt segítettek a megértést. A fonológiai okok esetében ki kell emelni a rím fontos kreatív szerepét (vö. Benczes 2010: 228–229), mely a *sirály*–*király* szavak hangzásbeli hasonlóságában fontos szerepet játszott, és segítette a *király* szó megértését.

A kapott válaszok alapján a *sirály* neologizmus szerkezete a fogalmi integrációs modell keretében a következőképpen ábrázolható:

9. A külföldi hallgatók válaszaiból levonható következtetések II. –

Az -(V)I képzős neologizmusokkal kapcsolatban kapott válaszokról

A kérdőívben szereplő másik neologizmustípus az -(V)I képzős neologizmusok csoportja volt. Mivel volt néhány olyan jellemző a nem magyar anyanyelvű adatközlők válaszaiban, amely többször megjelent, mint a magyar anyanyelvű adatközlők megfelelő válaszaiban, érdemes ezeket a jellemzőket röviden áttekinteni.

A szó hangulatára, stílusára vonatkozó jellemzők között a szlenghez tartozó, közvetlen stílusú szavakat több esetben is (pl. *bankol*) kiemelték a külföldi hallgatók. Új terminus volt meghatározásukban az „internetes szleng” elnevezés (pl. *tetszikel*, *lájkol*), de több esetben (pl. *alap*, *király*, *sirály*, *tetszikel*, *lájkol*) megjegyezték, hogy „most már

neutrális, normális” stílusúak számukra ezek a szavak. E jellemző feltehetően a vizsgált szavak (el)terjedésére, közismertségére utal, hiszen C1 szintű nyelvtudással rendelkező, nem magyar anyanyelvű hallgatók is semlegesnek érezték használatukat. Külön kategóriát képezett értékelő véleményükben, stílustulajdonításukban a „facebookszleng” (sic!), melyet szintén a *tetszikel* szóval kapcsolatban írtak.

Ami a vizsgált szavak használati területeit, a lehetséges kommunikációs szituációkat illeti, a külföldi adatközlők válaszai három csoportba oszthatók: 1) fiatalokkal, barátokkal folytatott kommunikáció (pl. *chippeltet, lájkkol*), 2) reklámok, internet (pl. *vidámparkol, tetszikel, lájkkol*), illetve 3) bárkivel folytatott kommunikáció során használnák ezeket a szavakat (pl. *bankol, lájkkol*).

10. Összegzés: a vizsgálat eredményeiből levonható tanulságok

A jelen dolgozat egy magyar szakos külföldi egyetemi hallgatókból álló kis csoport értelmezési folyamatait és stílustulajdonítását, attitűdjét vizsgálta neologizmusok két különböző csoportjában. Mivel hasonló felmérések a vizsgált neologizmusokkal kapcsolatban magyar anyanyelvű nyelvhasználók esetében is készültek (vö. pl. Sólyom 2012a, b), jól vizsgálhatóvá váltak azok a mentális folyamatok, valamint a megértési folyamatokban kimutatható hasonlóságok és különbségek, melyek a magyar és a nem magyar anyanyelvű adatközlők esetében megfigyelhetők voltak.

A bemutatott vizsgálat eredményeinek magyarnyelv-oktatási hozadéka is lehet: a kapott eredmények ismeretében ugyanis nemcsak a neologizmusok „élete”, meggyökeresedése vagy éppen eltűnése válik tanulmányozhatóvá, hanem adatokat kaphatunk arról is, hogy a C1 szintű nyelvtudással rendelkező hallgatók milyen mértékben ismerik fel, értik meg (esetleg értik félre) napjaink új szavait, kifejezéseit. A vizsgálatot a jövőben érdemes lenne nagyobb létszámú és több nyelvi szinten magyarul tanulók és magyarnyelv-használó nem magyar anyanyelvű adatközlők részvételével, illetve további neologizmusok vizsgálatával bővíteni. A kapott eredmények ugyanis támogathatnák egy olyan on-line weboldal létrehozását is, mely folyamatosan frissülve naprakész módon tartalmazná a magyar nyelv neologizmusait, azok stílusminősítését és jellegzetes példamondatokat egyaránt.

Egy ilyen, a felmérések eredményeinek megfelelően folyamatosan frissített oldal nagy segítséget nyújthatna a magyarul tanuló hallgatóknak, hiszen a neologizmusok jellemző módon nem találhatók meg a nyomtatott szótárakban. A magyarul tanulók esetében azonban leggyakrabban számolni kell a ténnyel, hogy napjaink modern kommunikációs csatornáinak (TV, internet) és – célnyelvi nyelvtanulás esetében – az „utcán hallott” neologizmusokkal való találkozásnak köszönhetően folyamatosan, nagy mennyiségben találkoznak új szavakkal, kifejezésekkel, nyelvi formákkal. A neologizmusok kérdése a magyart idegen nyelvként tanulók esetében is élő, aktuális, ráadásul olyan kérdés, mellyel bizonyos nyelvi szinten már nagyon szívesen, nagy érdeklődéssel foglalkoznak a nyelvtanulók.

Irodalom

- Bárdos Jenő 2000. *Az idegen nyelvek tanításának elméleti alapjai és gyakorlata*. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Benczes, Réka 2010. Setting limits on creativity in the production and use of metaphorical and metonymical compounds. In: Alexander Onysko – Sascha Michel (eds.): *Cognitive Perspectives on Word Formation*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter. 219–242.
- Bódi Zoltán 2004. Az írás és a beszéd viszonya az internetes interakcióban. *Magyar Nyelvőr*. 128 (3). 286–294.
- Fauconnier, Gilles – Turner, Mark 1998. Conceptual Integration Networks. *Cognitive Science* 22 (2). 133–187.
- Kiefer, Ferenc 2005. Conversion in Hungarian. In: Piñón, Christopher – Siptár, Péter (eds.) *Approaches to Hungarian. Volume Nine. Papers From The Düsseldorf Conference*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 187–203.
- Kövecses Zoltán – Benczes Réka 2010. *Kognitív nyelvészet*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Kramer, Olaf 2003. Neologismus. In: Ueding, Gert (ed.) *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag. 210–217.
- Lakoff, George – Johnson, Mark 1980. *Metaphors we live by*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- Minya Károly 2003. *Mai magyar nyelvújítás – szókészletünk módosulása a neologizmusok tükrében a rendszerváltozástól az ezredfordulóig*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Sólyom Réka 2012a. Fórumszövegek vizsgálata: neologizmusok elemzése a szemantikai felépítés és a stílus szociokulturális rétegzettségének vonatkozásában. In: Tátrai Szilárd – Tolcsvai Nagy Gábor szerk. *A stílus szociokulturális tényezői. Kognitív stilisztikai tanulmányok*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem. 263–299.
- Sólyom Réka 2012b. Külföldi és magyar egyetemisták értelmezési stratégiái napjaink két neologizmusával kapcsolatban. In: Nádor Orsolya – Szűcs Tibor szerk. 2012. *Hungarológiai Évkönyv 13*. Pécs: PTE BTK. 51–66.
- Szathmári István 2004. *Stilisztikai lexikon: stilisztikai fogalmak magyarázata szépirodalmi példákkal szemléltetve*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Szathmári István (főszerk.) 2008. *Alakzatlexikon: a retorikai és stilisztikai alakzatok kézikönyve*. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Szili Katalin 2006. A magyar mint idegen nyelv tanítása az ezredfordulón. In: Hegedüs Rita – Nádor Orsolya szerk. *Magyar nyelvmester. Magyar mint idegen nyelvi és hungarológiai alapismeretek*. Budapest: Tinta Könyvkiadó. 145–160.
- Tolcsvai Nagy Gábor 2005. *A Cognitive Theory of Style*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Tolcsvai Nagy Gábor 2013. *Bevezetés a kognitív nyelvészetbe*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Van Gorp, Hendrik et al. (eds.) 2001. *Dictionnaire des Termes Littéraires*. Paris: Honoré Champion Éditeur.
- Wales, Katie 1990. *A dictionary of stylistics*. London and New York: Longman.