

9. A tájékoztatás variánsai

SZIKSZAINÉ NAGY IRMA

1. Petőfi S. János inspirációja

A szövegtan soknyelvű kutatás összegződéséből alakult ki. A magyar nyelvű szövegtan létrejöttében Petőfi S. Jánosnak múlhatatlan érdemei vannak: szemiotikai textológiai koncepciójának magyar nyelven való megjelentetésével, a szege-di szövegtani kurzusok szervezésével, az első magyarországi szövegtani periodika megteremtésével (*Szemiotikai szövegtan*), a mi egyetemünkön az *Officina Textologica* elindításával. Alapozó munkálkodása óta folytatódott a szövegtan tudományának továbbfejlesztése, fehér foltjainak eltüntetésére. Ezzel a dolgozattal most kísérletet kívánok tenni szövegtani összehasonlító elemzésre.

2. Az összehasonlító szövegtan szükségessége

Szinte minden tudománynak van összehasonlító ága, célszerű tehát a szövegtannak is ezt az ágát mind elméletileg, mind gyakorlati elemzéssel kimunkálni. Ennek szükségességét Szabó Zoltán már 2001-es publikációjában hangoztatta. Sokféle szövegtani összevetés lehetséges: például a HB.-nek a halotti búcsúztatókkal és Kosztolányi Dezső *Halotti beszéd* című versével való egybevetése egy szövegtípusnak, a gyászbeszédnek a metamorfózisát láttatja; az állatmesék Ezopustól, Phaedruson, La Fontaine-en át Heltai Gáspárig a műfaj jellegzetességein kívül a változatokat mutatják fel.

3. Az összehasonlító szövegvizsgálat

3.1. Az összehasonlító szövegvizsgálat kiindulópontja

Ezzel a dolgozattal a visszerbetegséghez kapcsolódó három tájékoztató jellegű textus összehasonlító szövegvizsgálatára vállalkozom. Ezek multimediális szövegek, azaz képi és verbális információk együttese alakítja őket.

A tájékoztató szövegeket azért lehetséges összehasonlító szövegtani vizsgálattal elemezni, mert domináns elemük az ismeretközlés, ráadásul mindhárom kiválasztott szöveg azonos: a lábak egészsége témakörbe tartozik, és mindegyik ugyanabban a patikaújságban mint azonos kontextusban jelent meg.

A befogadó előfeltevése az, hogy a reklámérdekű tájékoztató szövegek azonos szövegjellemzőket mutatnak.

3.2. A tájékoztató szövegek vizualitása

A figyelem irányítása a képi illusztrációkkal indul el.

A *Lioton gél* akcióját, a 10%-os áreszállítást kék alapon kiemelten jelzi a reklám. Hogy rögzüljön a gyógyszer neve, tubusát és dobozát színesen, kéken és ezüstszürkén jeleníti meg. Vastagított nagybetűs rajta a gyógyszermegnevezés. A dialógizált formát három kérdőjel sugallja, a tárgyszerű közlést a ponttal záródó kijelentés, a dialógus folytatását a felkiáltójel. A kevésbé lényeges tudnivalókat apróbb betűtípus közli. Az eredeti ár helyett a leszállítottat újból kék alapon kiemelten adja meg a gyógyszerreklám, amelynek alján kék téglalapban olvasható a minden gyógyszerre érvényes elmaradhatatlan utasítás:



**-10%
EP***

LIOTON® 1000 NE/g gél
- A LÁBAI SZÉPSÉGÉÉRT ÉS EGÉSZSÉGÉÉRT

Lábdagadás? Visszérgyulladás? Égő, feszülő érzés? A Lioton® gél csökkenti a visszérbetegség okozta panaszokat és alkalmas a visszérbetegség szövődésének, baleseti sérülések következtében kialakult véraláfutás, zúzódás és duzzanat kezelésére.
Lépjön túl a visszeres panaszokon!

vény nélkül kapható gyógyszer
hatóanyag: heparin-nátrium (1000 NE/g)
forgalmazza: A. Menarini Industrie Farmaceutiche Riunite S.R.L. (Via Sette Santi 3, 50131 Firenze, Olaszország)

3369 Ft helyett
100 g (30 Ft/g)

2999 Ft

A kockázatokról és a mellékhatásokról olvassa el a betegtájékoztatót, vagy kérdezze meg kezelőorvosát, gyógyszerészét!

A *Detralex filmtabletta* reklámozása színesebb a *Lioton gél*-énél, hiszen az áreszállítás mértékét és az akciós árat narancssárgával, magát a gyógyszerdobozt sötétkék alapon emeli ki, sőt egy címszerű zöld sávban előlegezi a gyógyszer

alkalmazásának területét. Csak a gyógyszernevet emeli ki csupa nagybetűvel. A lényeges normál méretű, a beteg számára kevésbé fontosat kisebb betű közli:

VISSZÉR, ARANYÉR KEZELÉS

DETRALEX 500MG
filmtabletta 60x

A Detralex filmtabletta érvédő hatású gyógyszer. Gátolja a vénák tágulását és növeli a hajszálerek ellenállását. Az alsó végtag idült vénás elégtelenségének kezelésére ajánlott az alábbi esetekben: nehézláb érzése, feszülés, fájdalom, éjszakai lábikragörcs. Alkalmas heveny aranyeres krízis kezelésére is.

Vény nélkül kapható gyógyszer.

Hatóanyag: tisztított, mikronizált flavonoid frakció
Forgalmazza: Servier Hungaria Kft.

Eredeti ár: 5.900 Ft
Megtakarítás: 1.500 Ft
Egységár: 73,33 Ft/db

-25%
Akciós ár: 4.400 Ft



A *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?* című tájékoztató szöveg vizuálisan mindkét gyógyszerreklámnál kevésbé figyelemkeltő:

HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?

A hosszú utazások fokozzák a vérkeringési problémákat, különösen, ha az embernek hosszú ideig kell ülnie, többé-kevésbé mozdulatlanul.

Ezen felül a repülőutak esetén egyéb okok is hozzájárulhatnak a panaszok fokozódásához, például a fedélzeti nyomás változása, és a légkondicionálás vagy a hőmérséklet-változás okozta dehidrátság (kiszáradás).

A 4 óránál tovább tartó bármilyen utazás a trombózis kockázatát kétszeresére növeli, de repülőútnál ez a kockázat még magasabb, és minél hosszabb a repülés, annál nagyobb a trombózis kialakulásának veszélye.

Mit érdemes tennie repülés előtt?

Utazás közben viselt öltözékét válassza ki gondosan:

- válasszon laza, kényelmes ruházatot;
- viseljen kompressziós harisnyát vagy zoknit;
- ne viseljen túl szoros cipőt, övet, vagy nadrágot.

Ha normál körülmények között is tapasztal nehéz-láb-érzést, illetve fájdalmat, utazás előtt feltétlenül konzultáljon orvosával, és az általa javasolt kezelést időben kezdje el, a felírt készítményeket váltsa ki (pl. kompressziós kezelés, vénaerősítő gyógyszer).

Mit tegyen utazás közben?

Az első számú szabály az, hogy mozogjon, amennyit csak lehet, hogy elősegítse a vérkeringését

- ne tegye csomagját az ülés elé, így marad hely a láb mozgatására;
- mozgassa meg a lábfejét, amilyen gyakran csak lehetséges;
- időnként hajlítsa be, majd nyújtsa ki a lábait, mozgassa meg lábujjait, sarkát;
- rendszeresen álljon fel és sétáljon az ülések közötti folyosón;
- ülés közben ne tegye keresztbe lábait;
- ne vegyen be altatót, mert alvás közben csökken a folyadék felvétele, és a hosszú mozdulatlanlanság is veszélyes lehet.

Ne felejtse el sok vizet inni (óránként egy deciliter), mivel a fedélzeti nyomás fokozhatja a kiszáradást. Nyugodtan masszírozza meg a lábát (a bokáktól a comb irányába haladva), hogy serkentsen a keringést. FONTOS! Forduljon orvoshoz, ha az utazást követően lábszára fáj, görcsöl vagy jelentősen megdagad!



Csupán két formás női láb illusztrációja emelődik ki, mert a sápadt zöld alapú cím és a halványkék vastagított betűs kérdések és a szintén halványkék betűs tanácsok alig tűnnek szembe. Ezért félő, hogy kevés olvasója akad.

Egyértelmű, hogy a gyógyszerajánlások vizuális megjelenítése az írásszimbolikával a figyelemkeltést, az emlékezetbe vésést célozza a színek, a gyógyszeres készítmények küllemének hű jelzésével és a tipográfia alkalmazásával, valamint értelmezésüket a vizuális elrendeződésük irányítja.

(Az interpunkció-használat több helyen hibás az elemzett szövegekben. De mert ennek témám szempontjából nincs jelentősége, nem foglalkoztam vele.)

3.3. A tájékoztató szövegek pragmatikája

A gyógyszertárak különböző láncolatai akciójukat hirdető és gyógyszerekkel kapcsolatos ismeretközlő újságokat adnak ki. Ezek a közlési helyek mint kontextusok sajátos tartalmú és formájú újságok, amelyek egyértelműen kijelölik a bennük megjelenő tájékoztató szövegek rendeltetését, az ismeretek közlésének módját a jelentésképzés folyamatában: az időszaki árleszállítások reklámozását, a gyógyszerek típusának és hasznának a megnevezésével a vásárlóközönség tájékoztatását. Alapvetően ezek a szerepek mind a gyógyszerek eladását célozzák. Ennek az intencionalitásnak a szolgálatában áll a tájékoztató szövegek vizualitása, struktúrája, szemantikája, grammatikája, retorizáltsága, stilisztikája.

A *Lioton gél* reklámszövege három független témát dob fel indító kérdéseként (*Lábdagadás? Visszérgyulladás? Égő, feszülő érzés?*), ezt követően a *Lioton gél* mint szerkezetes alany funkcionál topikként, majd a felszólításban a hiányzó, de odaérthető alany újabb topik ('maga, Ön'). A szövegmondatok egymásra épülésében tehát a tematikus progresszió nem valósul meg, így tisztán entropikus közlés teremődik az állandóan változó topikok miatt. Ezért a nem folytatásos szövegmondatok következtében inkoherensnek tűnik a textus. Mégis egyet lehet érteni Petőfi S. Jánossal, aki a koherenciát a szövegvilág fogalmával kapcsolatban értelmezi, és azt állapítja meg: „egy szöveget akkor tartunk koherensnek, ha az interpretáció során konstruált szövegvilágot el tudjuk fogadni összefüggőnek” (1990: 64). Ezt a szöveget a *visszér* fogalmának visszatérése hatására érezzük összefüggőnek.

A *Detralex filmtabletta* reklámszövegét végigfutó téma tartja össze topikállandósággal, hiszen ugyanaz a kitétt (*A Detralex filmtabletta*) vagy csak implicit alany képezi a mondatok topik részét, koherens textust alkotva.

A *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?* című tájékoztató szöveg tematikus progresszióját az első három bekezdésben a topik-variánsok adják: *A hosszú utazások; a repülőutak; A 4 óránál tovább tartó bármilyen utazás. A Mit érdemes tennie repülés előtt?* kérdéssel kezdődő egységben az *Utazás közben és a normál körülmények között* szerkezetek topikszerepűek. A *Mit tegyen utazás közben?* kérdéssel induló részben a befogadó azt feltétezné, hogy *Az első számú szabály*

szintagma adja a topikot, amelyet majd követni fog a második stb. szabály, de nem ilyen módon szerkesztették meg a szöveget, hanem ettől kezdve csupa kommentek következnek. Ami összetartja ezt a szövegegységet, az a grammatikailag hiányzó, de odaértett implicit alany (*ne tegye 'maga, Ön'*).

A pragmatikai szintű összefüggés, koherencia fokozatváltásai észlelhetők a három tájékoztató szövegben.

3.4. A tájékoztató szövegek struktúrája

Mindegyik tájékoztató szöveg tárgyköre alapvetően azonos, hiszen a visszérbántalmak kérdésköréhez kötődik, de mindegyik más struktúrájú.

A *Lioton gél 1000 NE/g gél* akcióját hirdető szöveg több mikrostruktúrára különül el: a gyógyszer megnevezésére és egészséget szolgáló szerepének a jelzésére, ezt követően egy bekezdésnyi terjedelmű lényegi részre, majd egyéb ismeretek közlésére, az akciós árra és a gyógyszerekhez kapcsolódó szokványos zárlatra bomlik, tehát látványosan fragmentált. A gyógyszer neve (*LIOTON 1000 NE/g gél*) és általánosan megfogalmazott szerepének (*A LÁBAI SZÉPSÉGÉÉRT ÉS EGÉSZSÉGÉÉRT*) jelzése címként funkcionálhat. A gyógyszerreklám lényegét indító három kérdés figyelemkeltő témafelvetésként értelmezhető (*Lábdagadás? Visszérgyulladás? Égő, feszülő érzés?*), az ez után álló kijelentés tételmondatnak tekinthető a konkrét tájékoztató funkciómegnevezés miatt, és az ezt követő felszólítás formájú tanács relatív zártságot biztosító konklúzióknak. Kiegészítésként gyógyszerekkel kapcsolatos szokványos közlések állnak (*vény nélkül kapható gyógyszer; hatóanyaga: ...; forgalmazza: ...*).

A *Detralex 500 MG* filmtabletta akcióját hirdető reklám címszerű gyógyszer-név-megjelöléssel kezdődik. Az ezután következő négymondatos bekezdésnyi szövegegység nyitó mondata tételmondatként értelmezhető, a kifejtés a lényegét megfogalmazó konkrét szerep kijelölésére és a visszérbántalmak tüneteinek megadására szolgál, míg befejezésként (de nem konklúzió szerepűen) még egy betegség megnevezésére történik utalás, de mindez szerves egységet képez. A kiegészítésként jelzett lényegtelen elemek valójában a gyógyszerreklám lényegi konstrukcióján kívül eső részek.

A *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?* című szöveg jól felépített tájékoztatásnak látszik. A bevezetés a hosszú utazásnak a vérkeringésre tett negatív hatásával indít, ezt fokozza a továbbiakban a repülőutak jelentette veszélyekkel és újabb fokozással a 4 órán túli utak trombózist kialakító hatásának jelzésével. A tárgyalást két részre osztva a *Mit érdemes tenni repülés előtt?* és a *Mit tegyen utazás közben?* kérdésekre adott tételes felsorolással ad kimerítő ismereteket a textus. A szöveg befejező részének szerkezete nem logikus felépítettségű, ugyanis a vízivásra vonatkozó jó tanács és a láb masszírozására való felhívás az utazás közbeni teendők szerves folytatása, tehát a felsorolás egységeiként kellene szerepelniük. Csupán az utazást követő intézkedés képezhetné a zárlatot (*Forduljon orvoshoz...*).

A gyógyszerajánlások mint a tájékoztató szövegtípus jellegzetes fajtái sajátos szuperstruktúrájúak. Konkrét pragmatikai céljuknak megfelelően alakulnak ki változataik.

3.5. A tájékoztató szövegek szemantikája

A *LIOTON 1000 NE/g gél* megnevezést (bár nem folytatólagosan van írva) gondolatjel köti össze *A LÁBAI SZÉPSÉGÉÉRT ÉS EGÉSZSÉGÉÉRT* funkciójellel, ezért feltételezhető szemantikai összetartozásuk. Ez a címszerű szövegegyeség deiktikus funkciójával biztosítja a szöveg globális összefüggését. A teljes reklám ismeretében a *szépségéért* fogalma kifejtetlen marad a szövegben.

A Lioton gél reklámjának kérdéseit (*Lábdagadás? Visszérgyulladás? Égő, feszülő érzés?*) alapvetően összefüggéstelen tartalmúnak tarthatja a befogadó a szövegfeldolgozás ismerete nélkül, ugyanis a lábdagadást kiválthatják különböző betegségek: mélyvénás trombózis, szív- vagy veseelégtelenség, ízületi gyulladás, hormonkezelés, gyógyszer mellékhatása, de okozhatják fiziológiai okok is: folyadék-többlet, tartós ülőhelyzet, meleg időjárás.

Az *Égő, feszülő érzés* leggyakoribb szervi oka a porckorong betegsége, valamint diabéteszes és alkoholos eredetű is lehet. Csupán a második kérdés kérdez rá konkrét betegsége: *Visszérgyulladás?*, a másik két kérdés tüneteket nevez meg, amelyek a visszérgyulladás jelei is lehetnek. Tartalmi szempontból tehát ezek a kérdések nem azonos szemantikai alapról fogalmazódtak meg, ezért nem korrelerensek.

A következő mondat, amely a Lioton gél alkalmazhatóságát adja meg, csak a befogadó pragmatikai tudása révén kapcsolódik az előzményhez, mert a konstrukcionális szöveg hiány izotópiatörést eredményez. Nyilván lehetséges a hiány megszüntetése tudati rekonstrukcióval, például a következő tartalmú mondat/mondatok teremthetnék meg az értelmi láncot: 'Ezek a tünetek visszérbetegségre utalnak. Ha ilyen panaszokat észlel, használja a Lioton gélt', amely *csökkenti a visszérbetegség okozta panaszokat...* Ugyanakkor ennek kifejtetlensége növeli a szöveg entrópiáját.

A szöveg folytatása a címbeli funkciót konkrétan bontja ki, hírértéket teremtve (*A Lioton gél csökkenti a visszérbetegség okozta panaszokat és alkalmas a visszérbetegség szövődésének, baleseti sérülések következtében kialakult véraláfutás, zúzódás és duzzanat kezelésére.*), de a beteg tájékoztató olvasható szöveghez képest csak sűrítetten. Majd egy kisebb tartalmi cezúrát, pragmatikai hiányt követően a *Lépjén túl a visszeres panaszokon!* felszólítás átvitt értelemben a visszeres panaszoktól megszabadulásra szólít fel.

A többszörös izotópiatörés ellenére a *visszér* mint témamegjelölő kulcsszó átszövi a reklámot, és rokon értelmű szavakban való visszatéréssel (*Visszérgyulladás?; visszérbetegség; visszeres panaszokon*) megteremti a bekezdésnyi egység kohézióját és ezáltal a globális szemantikai kapcsolódást.

A *Detralex 500 MG filmtabletta* címszerűen megjelenített gyógyszernevén téma-megjelölésként globális kohéziót teremtő. Maga a reklám szövege a betegtájékoztatóból kiemelt, a *Milyen típusú gyógyszer a Detralex filmtabletta, és milyen betegségek esetén alkalmazható?* kérdésre választ adó bekezdésnyi egységgel megegyező textus. Ezen belül erős az értelem-összefüggés: az első mondat alanya (*Detralex filmtabletta*) mint tematikus szerkezetes névszó marad végig változatlan mondatrészként összekötő elem a lényeges szövegrészben, és a mondatok állítmányai (*gyógyszer; gátolja; ajánlott; alkalmas*) – bővítményekkel együtt – ennek a jelentését pontosítják tovább egyetlen izotopikus lánkra fűzve az értelemegységeket, kohezívvé téve a reklám szövegét.

A *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?* című tájékoztató szöveg tematikai egységét a szemantikai progresszió a részletezéssel biztosítja: a hosszú utazásnak a lábszár vénáira veszélyeket rejtő hatását jelző indítást követően a szövegben felsorolás részletezi a repülés előtti, majd pedig a repülés alatti hasznos teendőket. Ilyen módon kétfókuszú a magyarázat, és mikrokohéziós egységek születnek. Az első tanácsfelsorolást a mindenkori olvasóra vonatkozó megszólítás sor teszi kohezívvé (*válasszon; viseljen; ne viseljen*). Ezt követően a szöveg szükség esetén orvosi konzíliumot és vénaerősítő gyógyszer használatát javasolja. Utóbbival kapcsolódik a *Detralex* és a *Lioton* reklámjához. A második tanácsfelsorolás kohézióját szintén a megszólított befogadóra vonatkozó cselekvéssor teremti meg (*ne tegye; mozgassa...*). Az utolsó bekezdés nem átgondolt szerkezete egybemossa a nem azonos időre vonatkozó tennivalókat.

Ezek a tájékoztató szövegek a kohézió más-más fokát mutatják: a *Lioton* gél reklámja egyfajta asszociatív szövegalkotási módszert érvényesít, amelyben a linearitás fellazul; a *Detralex*-reklám kohezív szöveg; a *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?* című szöveg izotopikus folytonossága alapvetően erőteljes. A reklámszerepük esetében a címjellegű gyógyszermegnevezések szemantikai egységbe fűzik a textust.

3.6. A tájékoztató szövegek grammatikája

Mindkét reklámban a címszerűen kiemelt gyógyszernevén névelőtlenül áll, de a következő említéskor már mint ismertet határozott névelő előzi meg. Ez is bizonyíték arra, hogy a cím a szöveg része.

A *Lioton gél* reklámja teljesen inkonnex, hiszen grammatikai szempontból kötés nélküliek a szövegmondatai. A szöveget úgy alkotja meg a reklámszakember, mintha a kérdésekre válasz érkezne a befogadótól. Vagyis a szövegbe belekódolódnak szavakkal meg nem fogalmazott, igenlő értelmű ún. üres mondatok a kérdésekre, és a szöveg további része ennek értelmében folytatódik.

A *Detralex filmtabletta* reklámjának lényeges szövegrésze erőteljesen konnex. Konnexitása egyrészt az 1. és 2. mondatának lineáris kapcsoltságából fakad: a törlött, de változatlan alanyként odaértett, implicit mondatrészszel (*A Detralex... Gátolja...*). A hiányos szerkezetű 3. és 4. lappangó alanyú szövegmondat is az 1.

mondat – a szövegkörnyezetből egyértelmű – alanyához kötődik névszói állítmányával (*A Detralex ...ajánlott...alkalmas*).

A *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?* című tájékoztató szövegben csak a szerkezeti egységeken belül érvényesül a grammatikai kapcsoltság: az első két mondatot a *hosszú utazás* posztcendensre vonatkozó (*Ezen*) mutató névmási anaforikus utalás köti össze, a harmadik mondat pedig az utazást determináló megengedő értelmű általános névmással (*bármilyen*) kapcsolódik a szövegelőzményhez. Ezen a ponton a szövegösszetartó elem hiányzik. A tárgyalás első nagy egységének konnexitását az igei személyragban benne foglalt 'maga, Ön' implicit személyes névmások (*válassza ki; válasszon...*) teremtik meg. Ezt követően ismét lazul a koherencia. A tárgyalás második nagy egysége konnex voltát szintén az igei személyrag (*mozogjon; tegye...*) miatt törölt 'maga, Ön' implicit személyes névmások teremtik meg. Az általam befejezésnek értelmezett utolsó szövegmondat tovább viszi a szövegelőzmény jellegzetes grammatikai összetartó erejét biztosító zéró anaforát ('maga, Ön').

3.7. A tájékoztató szövegek retorizáltsága

A *Lioton gél* reklámszerepű szövege fiktív dialógust imitál feltűnő retorizáltságú kérdésalakzatsorával, amely a visszerbetegség tüneteire kérdez rá. Kérdéseivel egy odaképzelt címzettet szólít meg, és ezzel diskurzust nyit meg, amelynek fonalát az átvitt értelmű záró felszólításban veszi ismét fel. A kérdés–felsorolás alakzata az olvasónak a diszkurzusba bevonását szolgálja.

A *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK* című tájékoztató szövegben az utazáskor bekövetkező visszerbetegség megelőzését célzó tanácsok a dialogicitás jellegének megfelelően felszólító módban megfogalmazott ajánlások, mintegy a szóbeli kommunikáció hatását keltve, de írott formájuk miatt nyilván egyoldalú dialógust valósítanak meg. A közvetlenebb tette készítetést szolgálják az odaképzelt címzett megszólításai.

3.8. A tájékoztató szövegek stilizáltsága

A *Lioton gél* reklámja retorizáltsága következtében túlmegegy a tárgyszerű közlésen, amely a beteg tájékoztatók megszokott stílusa. Noha látszólag röviden közli ennek a gyógyszernek az alkalmazhatóságát, egy helyen mégis tautologikus, hiszen fölöslegesen ismételi meg egy szót: *A Lioton gél csökkenti a visszerbetegség okozta panaszokat és alkalmas a visszerbetegség szövődményeinek ... kezelésére.*

Az akciósan kapható *Detralex* gyógyszer tárgyszerűen, pontosan megjelöli a gyógyszer típusát, és megnevezi a betegséget, amelyre alkalmazható.

A *HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?* című tájékoztatás terjedelmesebb közlése alkalmas kifejtőbb, részletekbe menő, tanácsadó tárgyilagos stílusra.

A tájékoztató szövegtípusjelleg egyértelműen kihat a stílusra. Ezért alapvetően redundancia nem jellemző az elemzett három szövegre, viszont jellegzetes sajátjuk a jobb megértést segítő tárgyyszerű megfogalmazás.

3.9. Az összehasonlított szövegek intertextualitása

Mindhárom multimediális szöveg tájékoztató jellegű és hatásosan figyelemirányító. Ezenkívül összeköti őket intencionalitásuk: a gyógyszereladási szándék. Az ismeretközlésen kívül sokkal több hasonlóságot mutat a két ún. gyógyszerreklám, hiszen azonos kontextusban hasonló vizuális eszközök biztosítják a figyelemirányítást, címszerűnek tekinthető a gyógyszer-megnevezésük, egyetlen bekezdésnyi terjedelmű a lényegi tartalmi egységük, amelyet szokványos kiegészítések követnek.

3.10. Az összehasonlító szövegvizsgálat következtetései

Az embereknek, különösen a betegeknek igényük van a betegségekkel, illetve azok gyógyításával kapcsolatos ismeretekre. Ezt szolgálják a gyógyszerári reklámújságok, amelyek új mediális technikát vezettek be. Ezek alapjaiban formálták át a gyógyszerekről szóló tudnivalók közlését és a velük kapcsolatos jelentésképzést. Értelmezési műveletük sorrendjét meghatározza tájékoztatásuk struktúrája: a képi megjelenítés és a hozzá kapcsolódó szöveg elrendezése.

Az elemzett három szövegnek a létmódja nem független, összeköti őket az azonos patikaújságban való nyomtatott megjelenés, a gyógyszerajánlás mint pragmatikai cél, az ismeretközlő jellegük és a *visszér* kulcsszóban megjelenő témaazonosság. Mindezek a jellemzők alapjai az összevetésnek és a szövegtípushoz tartozás megállapításának.

A verbális és a képi megjelenítésre is kiterjedő összevető szövegvizsgálatból a következő következtetéseket lehet megállapítani: A tájékoztató szövegek intertextualitása egyszerre kapcsolja össze és állítja szembe őket. Mint minden szövegtípus, ez is nyitott, a mintakövetés mellett a konkrét példányként megvalósulásukban jelentősen eltérnek egymástól pragmatikai, szemantikai, strukturális, grammatikai, retorikai, stílári és vizuális jellemzőikben. Mégis azonos szövegtípusba sorolásukat a lényegi hasonlóságuk alapján lehet megtenni.

Láthatóan van egyfajta konvencionális minta, norma, elvárásrendszer, amelyet követnek a gyógyszergyárakhoz köthető beteg-tájékoztatók és a gyógyszerárakhoz kapcsolódó gyógyszerismertetőik. Bizonyos értelemben szabályozottak: mit szükséges vagy szokásos záradék formulaként közölni. Noha mindegyik tájékoztató szöveg tárgyköre alapvetően azonos, hiszen a visszérbántalmak kérdésköréhez kötődik, de az válik nyilvánvalóvá az összehasonlítással, hogy a tájékoztatás szövegtípusán belül alfajtak különíthetők el: az egyik tipikusan a reklámok sajátosságait mutatja fel (*Lioton gél*); a másik neutrális jellegű gyógyszer-alkalmazási

felvilágosítást nyújt (*Detralex filmtabletta*); a harmadik életmódbeli tanácsokat ad (*HOSSZÚ UTAZÁS = FÁJÓS LÁBAK?*).

Bár mindegyik prototipikus jellemzői gyógyszer eladását szolgálják, nyelvi megformáltságuk a konkrét pragmatikai célnak rendelődik alá. Ezért a tájékoztatás használatközpontú pragmatikai funkciójának megfelelően más és más lesz a szövegek képi és verbális megjelenítése.

Jól vagy kevésbé jól strukturáltak, hatásosan vagy kevésbé hatásosan retorizáltak, de pragmatikai szerepüket jó hatásfokkal szolgálja az alapvetően lényegre törő információk közlése a képi illusztrációkkal és az akciók kiemelésével.

4. Az összehasonlító szövegvizsgálat haszna

Mivel a szövegek sohasem üres térben keletkeznek, több szálon kötődhetnek egymáshoz: kapcsolódhatnak témájukban, közlési kontextusukban, vizuális megjelenítésükben stb. Ezért egyáltalán nem erőszakolt módszer az összehasonlító szövegvizsgálat, különösen akkor nem, ha az elemzésre választott textusok azonos szövegtípusba sorolódnak. Ismert, hogy hagyományos mintázatok érvényesülnek a szövegtípusok tartalmi és formai elemeiben, ezért egymásra vetíthetők a szabályozott szöveg minta alapján keletkezett szövegek. Az azonos szövegtípushoz tartozó textusok összevető vizsgálatában pedig kirajzolódnak a prototipikus jegyek, és ugyanakkor feltérképezhetők az egyedi szövegjellemzők.

Irodalomjegyzék

- PETŐFI S. J. 1990. Diskusszió. In: Petőfi S. J.–Békési I. (szerk.): *Szemiotikai Szövegtan* 1. Szeged, JGYTF Kiadó. 67–73.
- SZABÓ Z. 2001. Összehasonlító stilsztika és összehasonlító szövegtan. In: Petőfi S. J.–Szikszainé Nagy I. (szerk.): *Grammatika – szövegnyelvészet – szövegtan. Officina Textologica* 5: 125–132.

Variants of Informativity

It is the intertextual characteristics of informative texts that connect and contrast them at the same time. A comparative study of texts reveals the prototypical features, and so it becomes clear that they belong to the same text type while they keep their distinctive textual characteristics as well. Although the prototypical features of the informative texts we analysed serve the purpose of selling drugs, their linguistic formulation depends on a concrete pragmatic purpose. Thus, according to the specific usage-based pragmatic function of the information to be provided, the texts will differ in their imagery and linguistic appearance.