

forrása gyökerezhet az eltérő életkori, iskolázottsági, lakóhelyi, kulturális és munkahelyi tényezőkből.

Az udvariasság összetett jelenség, amely nem csupán nyelvi, hanem egyúttal szociálpszichológiai tulajdonságokat is magában foglal. Az udvariasságkutatás eredményei még nem egyöntetűek, a szakirodalom folyamatosan bővül, ez egyúttal a téma újszerűségének köszönhető.

Az előadásom során ismertetni fogom az udvariasságot a Grice-i együttműködési maximák alapján (minőség-, mennyiség-, mód- és viszonymaxima), majd G. N. Leech (1983) személyközi retorikájára térek át. A személyközi retorikának az elvei az együttműködési elveken kívül az udvariassági alapelvekből épülnek fel.

Az előadás utolsó szakaszában pedig udvariasságkutatás egyik legismertebb, de egyben legvitatottabb modellje Brown és Levinson elmélete (1978) kerül előtérbe, amelynek kulcsfogalma az arculat.

## **SZÁSZ GÉZA**

### **A reformkori Magyarország a francia útleírásokban**

A 18. században tapasztalható viszonylagos „érdektelenség” után a 19. század első felében érzékelhetően megnő Franciaországban a közép-európai térség – és ezen belül Magyarország – iránti figyelem. Ez egyaránt tükröződik a sajtóban, illetve a kor egyik legnépszerűbb, „szórakoztatva nevelő” műfaját jelentő útleírásokban is. Noha a magyarországi események nem feltétlenül alkotják az érdeklődés fő mozgatórugóját, a reformkor legfontosabb alakjai és eseményei, csakúgy, mint a magyar társadalom ellentmondásai az útleírások elhagyhatatlan részét képezik. Előadásunkban az országház általános bemutatásán kívül az útleírói módszerek, az ábrázolás miertje és hogyanja elemzésére is vállalkozunk.

## **SZEKERES TAMÁS**

### **Második világháborús propaganda a magyar filmhíradókban**

A propaganda a háború szerves része, minden katonai konfliktus legalább annyira a fejekben dől el, mint a csatatéren. A katonák és a háterszín rendjének, valamint lelkesedésének megőrzése és az ellenségkép táplálása a propaganda nem titkolt célja, akár a valóság elferdítése árán is. Nem volt ez alól kivétel a második világháború sem, és azon belül hazánk sem. A propagandagépezet a második világháború kitörésétől kezdődően működött Magyarországon, majd 1941-ben a háborúhoz való csatlakozással erősödött, az 1944-es német megszállást követően pedig soha nem látott mértéket öltött.

Előadásomban a hazai propaganda néhány szeletét szeretném bemutatni: az írott sajtót, mely a hintapolitikát igyekezett kiszolgálni, így különleges jegyeket visel a meggyőző kampányok között, a hadseregen belüli propagandát, amely új kihívásokkal szembesült a Szovjetunió elleni hadjárat kezdetén. Kiemelt figyelmet kapnak a filmhíradók tudósításai, melyek kétségtelenül a leglátványosabb, leghatásosabb, azonban a legnehezebben elkészíthető elemei voltak a propagandagépezetnek, illetve az előadás során kitérek a haditudósítások elkészítésének több szempontból jelentkező nehézségeire is.