

JÁSZ ANIKÓ

SZTE ÁOK Élettani Intézet

jaszaniko@gmail.com**Az érzetek verbalizálásának sajátosságai a borkóstolás nyelvében**

What typical features of Hungary or the Hungarians have made the topic of wine such a favourite topic of conversation both in public and in small-group communication after the transition? How can we describe the evaluative act of the wine tasters? How can the professional and the amateur taster create linguistic expressions for sensory experience? How is the vocabulary of wine talk structured? While searching for answers to the above questions, I collected and analyzed the wine descriptors of 101-101 tasting notes from Rohály's Wine Guide Hungary from 1995 and 2008. I described the metaphorical patterns of this Hungarian database, showing that they parallel international trends, exploring both their universal and their national features.

A boriváshoz kapcsolódó legfontosabb modern kori rituálé, a borkóstolás sokrétű (alapszituáció, célrendszer, strukturáltság szerint műfajokra tagolható) tevékenységforma. A résztvevők különböző értékeket konstruálnak esztétikai, szakmai, élvezeti szempontok alapján. Minősítenek, harmóniát és beteljesülést keresnek, osztályoznak, megismerő tevékenységet végeznek, mítoszokat és mintákat mesélnek és kreálnak. Írásomban arra keresem a választ, hogy milyen tényezők tehetik oly fontossá e rítust bizonyos csoportok kommunikációjában, milyen sajátosságok és nehézségek jellemzik az érzékek megfogalmazásával küzdő kóstolók nyelvhasználatát (különös tekintettel az alapvetően metaforikus szókincs Lakoff-i kategóriák szerinti struktúrájára). Az elemzés alapját a magyar Borkollégium 1995 óta évente megjelenő *Borkalauzán*nak 101-101 kóstolójegyzetéből (az 1995-ös és a 2008-as kiadásból) származó borjellemző kifejezések alkották (borfajták és érzetek szerint rendezve). Felhasználtam a *Művelt Alkoholista* borblog 21 pinot noir kóstolójegyzetét is.

Bor, kóstolás, kontextus

A bor a borkóstolás kontextusában egyértelműen a „Sikeresek Paradigmájának” részévé válik. Gyakran a luxus, előkelőség, kiválasztottság képeit kapcsolják hozzá a kommunikátorok. Silverstein (2004: 643) szerint a borkóstolás és az élmények verbalizálása során egyfajta „kulturális eukharisztia”, kettős értéktulajdonítás megy végbe. A bor mint esztétikai objektum leírása, az érzékek ikonikus megjelenítése közben magunkat is jellemezzük. Ez az igen erős „mikrokontextus” számtalan egyéb társadalmi kontextussal rendelkezik – ld. pl. a yuppie-életstílus és a bor rítusának összefüggéseit stb. Az elit és az elitbe vágyó közösségek a (bor)kóstolás nyelvezetét speciális tudásukat jelölő indexként

használják. A presztizsnek ebben a különleges tudásban való megjelenése hasonló hatást vált ki, mint a presztizsértékű tárgyak birtoklása.

Magyarországon a rendszerváltás során lezajlott változások (pl. a hagyományos, birtok alapú gazdálkodás elterjedése) hívtak elő új stratégiákat a bormarketingben, a fogyasztói magatartásban. Angelusz és Tardos (2003: 279-289) is kiemeli, hogy a korszak hierarchiájának csúcsán állók, az oda törekvők, ill. a vállalkozói réteg elvárt tudástípusaival (finom kulturális motívumok, ill. kognitív-instrumentális) szemben a kapcsolatteremtő-önreprezentációs készségek („ért a felköszöntésekhez, pohárköszöntőkhöz, szokott vendégeket hívni, fogadni, mesélni, történeteket előadni” stb.) kerültek középpontba. Hankiss (1999: 35) látványos fogyasztásként, Buda Béla (1999: 98) „látványosan erősödő fogyasztói mentalitás”-ként írja le a hasonló értékadó gesztusokat.

A bor magyar „reszakralizációjának” része Hamvas Béla *A bor filozófiája* c. művének népszerűsége. A mű alap gondolata: a bor szimbólum, a materiális és a transzcendens világ közötti kapocs. E felfogás jóval bonyolultabb viszonyrendszert feltételez, mint az egyszerű státuszszimbólumként, élvezeti cikként való értelmezés. Hamvas összefüggő motívumrendszert kapcsol a borhoz:

1. Az alkoholos italban egyfajta néplélek, hovatarozás és gesztusrendszer tükröződik. Például a boros ember, nemzet mozgása „parabolás örvénylő tánc”, a pálinkától megittasulté „szögletes, szaggatott mozgás”. (Hamvas, 2000: 81).

2. A BOR EMBER metafora következetes alkalmazása. A borok termőhely szerinti lelki alkattal rendelkeznek, koruk van, és ez mindig megfeleltethető egy ideális fogyasztó egy ideális hangulatának. A borral való kapcsolatteremtés interperszonális folyamat: mélyen személyes, érzelmi beállítottságot feltételez. A bor nem alárendelt objektuma az emberi megismerésnek, hanem egyfajta diskurzus aktív résztvevője. E metafora gyakran megjelenik a vizsgált kóstolójegyzetekben:

- életkora van: *fiatal, öreg, csitri korát éli,*
- testalkata jellegzetes: *gerince van, karcsú, testes, szikár,*
- felöltözteti egy tulajdonsága: *elegáns, díszített, parfümös, kócos,*
- jelleme van: *tartózkodó, visszafogott, határozott, kedves, tolakodó, méltóságos, szerény, korrekt, élénk, lusta, diszkrét, izgalmas, kényes, bizonytalan, férfias, maskulin (a kemény férfiak bora),*
- lehet *egészséges* vagy *beteg,*
- emberi tevékenységet végez: *dominál, uralkodik, ígér, kínál,*
- sőt, egy hapax legomenonnal a bor lehet *utolsó mohikán.*

3. A bor nőnemű lény. Ez a képzet alapvető a borokról való beszédben és a névadásukban is (l. a *Concubina, Mylitta, Anna, Fruska* stb. neveket, vagy a *karcsú, parfümös, kacér, csitri* képeket).

4. A bor erotikus lény. Hamvas ezt a „folyékony szerelem”, „cseppfolyós csók” és a „szakrális kurvaság” kifejezésekkel érzékelteti (Hamvas, 2000: 53, 92).

5. A bor mély üzenetet hordozó, szakrális objektum, mely komplex jellemfejlődésre tesz minket képessé. A borbeszéd egyik legmegosztóbb témaköre a

spirituális megismerése. A kulturális beágyazottság és a széles rétegeket bevonó borkultúra folyamatossága hiányában, a gyakran tartalmatlan, láthatóan mester-séges jelentésadással létrejött szimbólumok ismeretében sokan ódzkodnak a színpadias, mélyebb jelentéseket implikáló aktusoktól. A borkóstolás nyelvének szókincse egyébként egyszerű motívumaiban is hordozhat szakrális tartalmakat: lásd pl. a pohár falán látható glicerincsík-lecsorgás megnevezésére használt „templomablak-jelenség” metaforát („gótikus üvegablakra emlékeztető”). (Tü-körfordítással keletkezett a német eredetiből – ld. Váry, 1990: 45.)

Barthes (1983: 93) szerint „a bor az értelmiségiek számára egyfajta közvetítő közeg, amely a természet őserőihöz vezet vissza őket”. Eliade (2008) a modern létezés deszakralizációjához, a „vallásnélküli” ember ontológiai kételyeihez kapcsolja a magánmitológiák megalkotását. Szükségünk van szimbólumokra, melyek nyitottá teszik az embert, eljuttatják a megismeréshez. A bor megköze-lítése is a „rend és káosz” dualitásában zajlik a kóstolón: a borjellemezés metafo-rakincsében központi szerepet kapnak az egyensúly és a folytonosság képei (*egyensúly*: sav – alkohol, sav – tannin – alkohol, *egyenes vonalúság*, *hosszú lecsengés*; míg ezek ellentéteiként a *megbillenés*, *szétesés* szavak jelzik a te-remtésbe befurakodott gonoszt. A bor *megettörök*, *széthullik*, *alkotóelemeire bom-lik* vagy egyszerűen csak *üres*. Ha nem *tiszta*, akkor *zavaros*, *homályos*, ha nem *értékteli*, akkor *hiányérzetet ad*, *lyukas*). Az értékelés aktusa, a világban ural-kodó dualitás a bor-tematika többi színterén is feltűnik. A folyamat felfogható úgy is mint az élvezeti cikknek történő értelemadás, a hedonizmus általi morális megújulás, és egy alapvetően gazdasági alapokon nyugvó közösséggel való ér-zelmi azonosulás; a képzelet és a vágyak ki- és megélése. És lehet egy „az érté-kekhez való közelférkőzés és morális megújulás legfontosabb formái” közül. (Császi, 2002: 42). A képzelet és a vágyak központi szerepét a kóstolójegyzet műfajának népszerűsége jelzi. Barthes (1983: 118) az *Elle* és a *L'Express* re-ceptjei kapcsán ír hasonló jelenségről: a városlakó polgár vagy hagyományos étkek képeiben fejezi ki „nosztalgikus elvágódását”, vagy a „látványos kony-haművészet” „íz-ig-vérig mitikus gazdagsága” enyhíti hétköznapijainak csömörét. A táplálkozás jelrendszerével kapcsolatban hasonló szabályszerűségeket állapít meg (1971: 26), mint amelyek a borfogyasztáshoz kapcsolódnak: kizárási sza-bályok, a meghatározandó egységek jelentéshordozó oppozíciói, illetve társítási szabályok (kóstolási borsorrend, borok és ételek harmóniája) építik fel. A sza-bályrendszerek esetében több szintről beszélhetünk. Egyrészt a borban mint anyagi létezőben megmutatkozó jelrendszerről. Ezt próbálja megfejteni, feltárni, nyelvi kódokra átírva szótárzni a borkóstoló. A barthes-i felfogás értelmében egy pincészet borait tekinthetjük egy idiolektusnak, s a borkóstolás folyamata során ennek az idiolektusnak a sajátosságait rögzítjük az elképzelt ideális, „szó-tári” borhoz képest.

A szakértő borvizsgálat vagy borbírálat alaphelyzete kevésbé kommunikatív: a legtöbb pontozásos értékelési rendszer az objektivitás megőrzése érdekében a

vakkóstoló rítusát kombinálja a kóstoló személyének lehető legtökéletesebb izolációjával.

De miért is lehet az amatőr fogyasztó szempontjából kitüntetett szerepe a borkóstolásnak? Más alkoholos italokkal szemben a bor a legnagyobb fokú változatosságot, így a kiszámíthatatlanságot képviseli. Egy szőlőfajta sem adja ugyanazt az eredményt különböző évben, termelőnél, területen. A borkóstolás intézményének szignifikációi által a kóstoló a világot esztétikai élményként teszi magáévá, az ágens felkészültségi szintjétől függően (kóstolási gyakorlat, szakmai ismeretek stb.) vesz részt az alapvetően rendteremtő tudati aktusokat igénylő (vagyis problémamegoldó) folyamatban. Az ágens felkészültsége nemcsak bonyolult nyelvi, hanem érzékszervi mintázatok elsajátítását is magában foglalja. A kísérleti eredmények a nyelvi tudás szerepét emelik ki (pl. Morrot, *et al.*, 2001: 310). A tapasztalt kóstolóknak inkább az illatok, ízek verbalizálásában volt előnyük a járatlanokkal szemben, mint magában a felismerésben. Silverstein (2006: 483-484) a személyes fejlődésen túl azt hangsúlyozza e folyamatban, hogy mindvégig az esztétikai megismerés, elemzés kategóriáival dolgoznak, s így a „wine-talk” műfaját egyértelműen kulturális beágyazottságú cselekedetnek látja, melynek során értékelésen alapuló jártasság szerzhető, egy sajátos denotációs domént építenek ki, s mindez végül egy bor-orientált életstílushoz vezet.

S hogy mi az a folyamat, melynek során a tannin és a maradékcukor fogalma az átlagember tudatába furakodik? Moscovici egy analóg jelenség elemzése során (László, 1999: 13) leírja, hogy a modern világban a tudományos elméletek és ismeretek visszaáramlanak a mindennapi tudásba, és használható, naiv elméletekké alakulnak. A lehorgonyzás folyamán a számunkra idegen, zavaró képzeteket ismerős kategóriák és képzetek kontextusába illesztjük. A kulturált borkóstolás során egy kémiai folyamat eredményeként létrejött, többkomponensű rendszert kell analizálni, majd a tapasztalatokat verbalizálni. Szükségszerű, hogy a vegyületekre alapozott szakmaiság helyett egy másik, érthetőbb kódrendszert alkalmazzanak. Ezek a kódok összekapcsolják az érzékeket az érzelmekkel, emlékekkel, tapasztalatokkal. Az absztraktnak tűnő fogalmakat ismerős, konkrét tapasztalatokká alakítják. Így lesz a merkaptánból égett bakelitdarab, a fertőzött bor pedig káposzta-, egér-, vagy muskátliszagú. A folyamat végére a csoportnak birtokolnia kell a reprezentáció tárgyát, közös munka eredményeként. Minden érzet képpé formálódik, és a képek egy komplex rendszerbe integrálódnak, hogy egy következő tapasztalás verbalizációjakor is használhatóak legyenek.

A tapasztalás és közlés érzékszervi meghatározottsága

Látás

A borkóstolás során először a látványt elemzik (szín, áttetszőség, struktúra). Ez alapvetően meghatározhatja a borról alkotott képet és leírást. Morrot mun-

katársaival (2001: 317) kimutatta, hogy az íztelen és szagtalan festékekkel vörösre festett fehérbor *ízét* a kóstolók olyan szókinccsel jellemezték, mely egyébként a vörösbor leírására használatos (pl. piros bogyós gyümölcsök). (Ezt az ún. perceptuális illúziót érzékelésünk más területen is megnyilvánuló sajátosságának tartják.) Jó példa a szín és íz jellemzésének kongruenciájára a tokaji borok jelzőinek vizsgálata. Az 1995-ös *Borkalauzban* azt találjuk, hogy mind a szín, mind az ízjegyek elemzésekor a barna színű képek uralkodnak, némi sárgás beütéssel: *sötét- és mélyarany, sötét borostyánsárga, birsalma, citrusok, dió, dohány, égetett cukor, fahéj, gesztenyebarna, gomba, karamell, kenyérhéj, szalmasárga*. Az 2008-as tételek jellemzésekor eltolódott a hangsúly a sárgás-arany színek felé: *aranyló, aranysárga, birs, citrusok, citrusos, datolya, dió, fehérhúsúak, fenyőméz, füge, kajsz, karamelles, naspolya, őszibarack, repcés, sült alma, szalmasárga, virágos*. Az csak hipotézis, hogy a színárnyalat eltolódása talán a hagyományos borkészítési technika háttérbe szorulásának, és a könnyedebb, frissebb, világosabb színhatású borok divatba jöttének köszönhető. Jelentéstani szempontból viszont elgondolkodtató, hogy az íz leírására használt objektumok színe abban a körben található, mint a színt leíró tárgyaké, pedig maguk a tárgyak nem egyeznek meg. Nem közvetlen tehát az asszociáció (pl. a fügeízű ital nem érett füge színét viseli), de nyilvánvalóan fennáll. Amerikai tokaji-kóstolók jegyzeteit felhasználva (Bampfield, 2001) ugyanezeket a színmegfeleléseket találjuk az ízek és illatok jellemzésében: *méz, barack, körte, citrom, citromlekvár, arany, nagyon telt óarany, mogyorós, égett, pirított kenyér, nedves avar, gyapjú, gomba, mandarin, kandírozott narancs, föld*. (Megfeleléseket más borok jelzői kapcsán is találtam a gyűjtött szóanyagban: ilyen például a *málna*, mely ízt, illatot és színt egyaránt jelez, rozéknál.) Úgy tűnik, a szín az elsődleges meghatározó a bor értékelésében: az agyunk mindenesetre automatikusan az adott színű dolgok területéről válogatja majd az illat- és ízasszociációkat.

Szaglás

Orrunkon és szánkron keresztül is fogadhatunk be szagokat, így azok különböző képzeteket keltenek bennünk (Sekuler, 2000: 461-467). A szaglóhámtól az agy szagközpontjába, a szaglógumóba érkező jelek nem egy bizonyos területet aktiválnak, hanem bonyolult mintázatokat hoznak létre. Egy bizonyos szag nem egy bizonyos választ vált ki. A szaglógumó kifelé jövő információi az agynak egy olyan területére (a frontális lebeny szaglókérgére) vetődnek, mely szoros kapcsolatban van az érzelmi válaszokért felelős limbikus rendszerrel. Ez okozza azt, hogy a szagok elemi érzelmi reakciókat váltanak ki bennünk (Morrot, *et al.*, 2001: 310), és alapvetően érzelmekhez kötődve rögzülnek, mint Proust közismert madeleine-élménye esetében (a borjellemezők is gyakran idéznek emlékeket, a tornaterem szagától a gyerekkori málnás cukorka illatáig). Nehezen azonosíthatóvá és verbalizálhatóvá teszi az élményeket az, hogy az egyes vegyüle-

teket sem mindig ugyanolyan szagokként azonosítjuk (Sekuler, 2000: 464). Keverékekben szakértők is nehezen ismernek fel háromnál több komponenst (Bende & Nordin, 1997: 1065). Kísérletekben a kóstolók a szagérzeteket verbalizálják a legnehezebben, és ezen a területen van a legnagyobb előnye a szakértőknek. Sekuler (2000: 467) kiemeli, hogy a szagok diszkriminációja nem okoz problémát az átlagos embernek sem, mivel azonban azok megjegyzése általában a kibocsátó dolog képével együtt rögzül a memóriában, a kép nélküli azonosítás tanulási folyamat eredményeként jön létre. Morrot és munkatársai szerint (2001: 310) míg a legtöbb embernél a nyelvi folyamatok a bal féltekéhez kötődnek, a szag érzékelése és tudatosulása a jobb féltekét veszi igénybe. Szerintük ez is okozhatja, hogy a szagérzetek nehezen verbalizálhatók. Mindenesetre a szagok elnevezései hiányoznak szótárunkból: egy-két általánosító szavunkon kívül (pl. bűdös) megfogalmazásuk vagy szinesztézián alapul (ízeket nevezünk meg helyettük: édes, savanykás stb.), vagy metonimikus (a szagot kibocsátó dolgot nevezzük meg). Ráadásul a bor jellemzésekor elkülönítünk primer (a szőlőből származó, gyümölcs jellegű), szekunder (erjedésből származó, például jellegzetesen élesztőillatú), terciér (érlelésből származó) illatokat. Ezek alkotják bukóját. Nem meglepő, hogy az illatok leírásakor gyakoriak az ismétlések, kísérletezések, túlburjánzó költői képek a borújságírók nyelvében, vagy hogy a jellemzésnek ez a része aránytalanul nagy súlyt kap a borleírásban. A bornyelv hangsúlyos metaforikusságát (és metonimikusságát) tehát alapvetően nem a művészi közlés szándéka, hanem a nyelvi inopia kiküszöbölésére való törekvés okozza. Az illatok rendszerezése sokáig váratott magára a boros szakirodalomban. Hiába volt egy elvárasi horizontja például a vörös- és fehérborok vagy az egyes borfajták jellemzésekor használt szókinccsnek, ha egyszerűen túl nagy és strukturálatlan volt a lexikon. A nómenklatúra tökéletes káoszba fordulását előzte meg Ann C. Noble kaliforniai kutató. A nyolcvanas években készített aromakorongot a színek mintájára, de nem mérhető mennyiségek, hanem tipizált minőségi kategóriák mentén helyezi el az illatokat (és ízeket: hiszen a megnevezéseik lényegében azonosak). A három koncentrikus körben a legbelső a legáltalánosabb szint (pl. gyümölcs), annak középső vetülete néhány jellemző alkategóriája (pl. pirosbogyós), a külső a kategóriához rendelhető konkrét borjellemező kifejezéseké (pl. meggy, ribizli). Magyar verzióját tizenöt éves munkával a Rohály Gábor vezette Borkollégium készítette el (Rohály, 2004: 232). Az illatkörön jól látható több olyan problematikus jelenség, melyekről már írtam a korábbiakban, például a szinesztézia. A virágillatok, gyümölcsök a növény színe szerint csoportosulnak. Nehéz lenne egyértelmű összefüggést teremteni pl. a fehér szirmúnak nevezett virágok (bodza, petúnia, rezed, viola, tearózsa) illatvilága között, vagy pontosan definiálni a *zöld íz* fogalmát. Márpedig a kóstolók véleményének (és így az illat- vagy ízérzeteknek) az azonosságát az jelzi, ha véleményeik egy belső körszeletre vetítve jelennek meg. Előfordulnak nehezen azonosítható érzetek is (lőverejték, gipsz, bazalt).

Ízlelés

Az ízérzékelés élményeinek verbalizálása hasonló a szagokéhoz. Egy receptor sokféle ízre érzékeny, és egy íz sok receptort von be az érzékelésbe (Sekuler, 2000: 478-479). Az amatőr számára a borízek megfogalmazásában az egyik nehézséget az okozza, hogy az italban található hatásokat a szokásostól eltérő asszociációs területről vett tárgyakkal (ételek, gyümölcsök, de akár ásványok, bőr, trágya stb.) próbálják leírni. Az ízek esetében is kitüntetett szerepe van a már átélt élményeknek, illetve a memóriának. Ebből számos probléma keletkezhet a borról való beszéd folyamán: a megértéshez alapvetően szükséges lehet a sok ponton érintkező közös élményanyag, a gyakorlat, és persze a boros szakirodalom kifejezéseinek ismerete (pl. egéríz, káposztaíz stb. – hiszen ezek csak adott borhibák jellemzésére szolgálhatnak). A borjellemezés szempontjából fontos hatásokat szintén az egységesítés érdekében egy tulajdonképpen mérleg-szimbólumként felfogható ábrán szemléltette A. Vedel francia ökológus. A háromszög közepén helyezkedik el az egyensúly, csúcsain a fanyarság, kerekesség és a savérzet. A mérlegelhető tulajdonságok közötti választással egyszersmind valamilyen szimbolikus jelleget tulajdonítunk a bornak (a savérzet és fanyarság északi(bb) vagy déli(bb) eredetet, a fanyarság és kerekesség férfias(abb) és nőies(ebb) arculatot, a kerekesség és savérzet testes(ebb) vagy könnyed(ebb) jelleget tükröz. A Vedel-háromszög jelzői visszatükrözik a legelemibb bor-metaforát: a bor *ember*. Lehet *férfias* vagy *nőies*. *Teste* van. Lehet *karcsú* vagy *kerek*. Lehet *friss* és *élénk*, vagy *keserű*. Jól mutatja azt is, hogy a borjellemezés ellentétpárjai sohasem egy egyszerű szakaszt, hanem mindig egy többdimenziós rendszerben történő elmozdulást jelölnek.

Referencialitás és reprezentáció

Az érzéketek hatására a borkóstolás során reprezentációkat hozunk létre (a külvilág egy számunkra fontos tényezőjét képezzük le elménkben). Ráadásul a reprezentációs folyamat sokrétű formáit hajtjuk végre. A szimbolikus belső reprezentáció folyamatában belső képeket, mentális modelleket társítunk összetett ízérzetekhez, és ítéleteket alkotva a jelen és múlt élményeinek hierarchikus rendjébe helyezük őket (Terestyéni, 2006: 99). Fontos, hogy míg ez általában az ágens akaratától függetlenül történik, addig a borkóstolás során tudatos rendteremtő és képalkotó szándékkal vágunk a folyamatba. Kövecses Zoltán (2005: 14) Lakoff nyomán a megismerés hasonló folyamatainak alapvető szervező erejeként az ember metaforaalkotó képességét jelöli meg. A kognitív metaforaelmélet szempontjából a szókép nem esztétikai, hanem a fogalmak megértését biztosító szerepű. A borjellemezésnek azért lehet szüksége a metaforákra, mert bár nem fogalmi, de a nyelvtől távoli kategóriákat próbál verbalizálni. A kognitív metaforaelmélet egy alapvető gondolata, hogy az elvont gondolati tartalom helyettesítésére használt kép a későbbiekben hatni fog nemcsak a kommunikáció

során a fogalomhoz társított egyéb képekre, hanem magáról a fogalomról való gondolkodásunkra is. A vizsgált szóanyagban ez pl. úgy jelent meg, hogy az italt fiatal-érett-előregedett korcsoportokban jellemző borbarátok mindenáron kor-dimenziót akartak adni a bornak, és a sav-, illetve tanninhangsúlyos tételeket az 1995-ös *Borkalauz*ban döntően „nagy potenciálú” és „ezzel még várni kell” (=„savas, tehát fiatal”, és nem „savas, tehát nem jó”) kategóriákba sorolták. Nemcsak metaforákkal jellemezhető a bor, hanem egyszerű jelzőkkel is. Az 1995-ös *Borkalauz* kiforratlanságát pontosan az jelzi, hogy bár a szerzők a könyv elején megmagyarázzák (és szükségesnek tartják) a borok jellemzésére használt alapvető szakmai kifejezéseket, a 18 szóból négyet (jellegzetes szavakat, mint a *templomablak-jelenség*, vagy maga a *tannin*) egyáltalán nem használnak a százegy bor jellemzésekor. A kóstolójegyzetekben sokszor fordulnak elő semleges deskriptorok (*jó, semleges, kiegyensúlyozott, kitűnő, kiváló*). 2008-ra jelentős a változás, bár még mindig jellemző, hogy a bornak szinte minden tulajdonságára használják a *jó* és *kellemes* szavakat.

Brochet és Dubourdieu más szemszögből közelíti meg a problémát (2001: 192): a borleírás tulajdonképpen prototípus-borok jelentésmezői köré csoportosul. Mivel a kóstoló csak a gyakorlat révén tehet szert szókincsére, óhatatlanul azokat a benyomásokat fogja felidézni minden borral való szembesülésekor, melyeket az adott fajtaival kapcsolatban már tapasztalt. Így nem borokat, hanem típusokat tud csak jellemezni. Főleg a szagok esetében van ez így, hiszen mint írtuk, a borhoz hasonlóan összetett kompozíciókat még a parfümszakértők sem tudják érzékszervi úton elemezni. A szerzők ezeket az előítéleteket minőségi prototípusoknak nevezik.

A kóstolójegyzet sajátosságai

Caballero (2007: 2098) meghatározása alapján a kóstolójegyzet „extrém rövid”, 1-100 szavas terjedelmű szöveg, témája a borok leírása, értékelése. A bor-kóstolás messzemenőig ritualizált eseményének verbális leképezése. Alapvető szerveződése: bevezetés (név, évjárat, borászat, ár, pontszám, hány palack készült belőle, szőlőfajták, benyomás), majd sorban a szín, illat, szájból mutatott érzékszervi jellemzők értékelése (íz, test, savak, mindezek az alábbi időrendi sorrendben: első benyomás, csúc, utóíz), az értékelés lezárása (lehetséges fogyasztói kör, fogyaszthatóságának várható időtartama, hozzá ajánlott ételek, összegzés). Silverstein (2004: 641) hasonlóan, de szofisztikáltabban a látvány (a bor és a pohár elválaszthatatlan dualitásában jellemezve), a szaglás, az ízlelés, a belső szaglás (illékonyosság és utóíz), és a kiköpés utáni (lecsengés) szakaszokkal jellemzi a kóstolójegyzet felépítését. A kóstolók az aktuális esztétikai objektumot (ti. a bort) stádiumokban közelítik meg, a perceptuális találkozás dimenzióinak előre meghatározott rendszerét követve. A kóstolójegyzet szövegének egyfajta mimetikus vagy ikonikus formát tulajdonít, mely a deskriptorok meghatározott sorbarende-zésével egy az egyben képezi le a fenti folyamatot.

Az előbb leírt motívumok hangsúlya a bor tulajdonságainak verbalizálásában persze kultúrköröktől függően változhat: a magyar kóstolójegyzetben és borbeszédben nagy szerepet játszik a szőlőfajta, a fajtajelleg meghatározása és megféleltetése egy adott fajta elképzelt ideális borpéldányának (olyannyira, hogy egy bor, adott esetben pinot noir jelzőjeként szerepelhet akár a tautológiaként ható „*pinós*” kifejezés is, anélkül, hogy a szerző részletezné a beavatottnak vélt közönség számára a „norma-pinot noir” sajátosságait). A francia borbeszédben például ez kevésbé hangsúlyos téma. Ennek egyik oka az lehet, hogy boraik között a sok komponensű kűvék vannak túlsúlyban.

Fentieket a kóstolójegyzetben speciális nyelvezet segítségével írja le a borértő. Az angol *winespeak* (Silverstein átiratában „*oinoglossia*”, [l. Silverstein, 2004: 640]) kifejezésnek nincs általánosan használt magyar megfelelője. Mindenesetre nálunk is megfigyelhető az a tendencia, hogy e nyelv tudományos igényű fellépése, társadalmi megbecsültsége érdekében egy standard terminológiát próbálnak kialakítani (vö. a *Borkalauz* próbálkozásai 1995 óta). A Caballero által leírt képkötő jelenségeket (2007: 2100) a magyar kóstolójegyzetek gyűjtött anyagában is megfigyelhetjük. Ezek: metonimikus kifejezések (*avar, bodza, dió*), hasonlatok, párhuzamok (*gyógyszerre emlékeztet*), szinesztéziák (*édeskés illat, fanyar illat, lágy íz, az izhatás lecsengése*), metaforák (*gyógynövények díszítik, kincsesbánya, arzenál, muskotálybomba, gerinc*). Nyilvánvaló a különbség az egyszerű, gyakran mindennapi használatban is szokásos metonimiák (*alma 'illat'*) és az aktuális kommunikációs szintéren sajátos világnézetet tükröző, különleges világértelmezési rendszert építő képek között (a bor *hossza, egyensúlya, dinamikája* stb.). Meg kell különböztetnünk tehát a mintegy automatikusan működő, emlékezeti sémákra építő, tulajdonképpen halott (pl. a gyümölcs és az általa kibocsátott illat) stb. képeket a valódi metaforáktól.

Silverstein (2004: 643) a szóhasználat metaforikus sajátosságai mellett a kulturális beágyazottságot hangsúlyozza, amikor felhívja a figyelmet arra, hogy a borjellemzés szavainak alapvető rétegét alkotják a klasszikus angol úriember világára jellemző érték kifejező deskriptorok, a hagyományosan presztízsteremtő tárgyak vagy leginkább állatok (kutya, versenyló) jellemzésére használt szavak. Mindez verbálisan is megjeleníti a borértő, a *connoisseur* elit, exkluzív nézőpontját. A magyar borjellemzés nyelvében nem figyelhető meg hasonló tendencia (nyilván az eltérő történelmi hagyományok miatt – ld. a nyugati szakírók által egyértelműen a borfogyasztás nyelvének, rítusrendszerének kialakításáért felelős *haute bourgeoisie* szerepét a magyar társadalom történetében). A Váry János (1990) által felsorolt, hagyományos borjelzők közül is sok kihaltnak tekinthető. Így lehet az, hogy pl. a békebeli hangulatot tükröző *kvaterkabor* szó helyett a *beszélgetőbor* szerepel a gyűjtött szóanyagban, de a *kástélyos, pirkadt* típusú ódon borjelzőkkel sem találkozunk. A vizsgált szóanyag alapján azt mondhatjuk, hogy a magyar borkóstoló abszolút nézőpontból ítélő, elitista felsőbbrendűsége a szavak szintjén leginkább a bor mint esztétikai fenomén jellemzésében testesül meg (*cizellált, ornamentika, klasszikus, harmónia, éteri,*

díszítés, vezérfonal valamint a *stílusjegy* mintájára mindenféle *-jegyek*, pl. *íz-szín-fajta*-).

A bor terminológiájának kialakításakor, elemzésekor tehát hazánkban is az ízt, illatot, textúrát stb. érzékeltető metonimikus, metaforikus deskriptorok hangsúlyosak. Caballero szerint (2007: 2100) a bornyelv különlegességének alapvető forrásai azok a képek, melyek forrástartománya nem a borkóstolás folyamatában közvetlenül érintett érzékszervi tapasztalatok területéről származik (nem íz, illat, szín, hanem pl. tapintási inger), hanem a borétól lényegileg különböző élményszerű „értelmezési területéről”, „doménjéből” fakad (pl. építkezés stb.). Itt a Lakoff-i értelemben vett mapping folyamatával egy adott terület képrendszerét, következtetéseit alkalmazzuk egy másikra. E logikát követve egészen köznapi képekre is bukkanunk a magyar bornyelvben: pl. *száraz* bor, *durva* illat. Ez nem meglepő: az ízelelési tapasztalatok elválaszthatatlanul összefonódtak bizonyos tapintási ingerekkel (pl. a körte is lehet *kövecses*, a savas gyümölcsök összehúzzák a száj nyálkahártyáját stb.). Így a *bársonyos*, *selymes*, *simogató* jelzők használata a borkóstolás nyelvében nem feltétlenül tételez nagyobb jelentésbeli távolságot a *föld* illatánál. (A szaglás és a tapintás bizonyos értelemben nem is áll olyan távol egymástól: a szaglópórában található ún. „közös kémiai érzékszerv” felelős azért a tapintásszerű érzésért, mely bizonyos szagokat, pl. a mentolt kíséri. Sekuler, 2000: 469). Vannak eleve „szinesztézikus” szavaink: a *fanyar* jelző például egy szóban egyesíti az íz és a tapintás ingerének kifejezését, nem meglepő hát, hogy ízre, illatra, tanninra egyaránt használják a borjellemzéskor. Egyébként is a csersav, a tannin (ez az egyértelműen inkább tapintási ingereket kiváltó anyag) az a dolog a borban, mellyel kapcsolatban a látszólagos szinesztéziák a leggyakrabban előfordulnak (*kemény*, *lágú*, *karcos*, *simogató* stb.).

A metaforák közül Caballero az angol korpusz elemzésekor hármat emel ki (2007: 2110): a borok MOZGÓ LÉNYEK (leginkább EMBEREK), ALAKÍTHATÓ DOLGOK, textúrák (vö. az általam elemzett magyar nyelvű szövegekkel: a *nincs elsimulva* ellentétként a *kerekíti*, *gömbölyded*, *gömbölyű*, illetve a *szálak össze-simulnak*; *kócos* metaforák), vagy ROBBANÓ TÁRGYAK (magyar analógia: *illatbomba*, *muskotálybomba*).

A mozgás érzete a bor két alapvető tulajdonságából fakad: az intenzitás (íze, illaté, színé) és az állandóság, maradandóság (az illat- illetve az ízérzet tartósága, utóíz, a bor „viselkedése” és jellegének megőrzése a már nyitott palackban) több szinten megvalósuló jelenségéből. Caballero a mozgás alapvető képalkotó jelentőségét emeli ki: szinesztetikus metafora jön létre akkor, amikor az íz és illat érzetét a mozgás és vizualitás minőségeibe fordítjuk át.

Bár kisebb terjedelmű magyar szóanyagot vizsgáltam, nyilvánvaló, hogy itt az igék alapvetően más szerepűek. Mindenesetre bajosan lehetne Caballero terminológiájának megfelelő jelentéstani csoportokat kialakítani. Az angolban az állandóság (tartós-huzamos, pl. *úszik*, *kitart*, és mozzanatos jelentés, pl. *üt*, *kirobban*, *kiemelkedik*) mentén szerveződnek az igék, az intenzitás szempontjából pedig a „+ erő + kirobbanó jelleg” (*üt*, *ugrik*, *robban*), „+ erő” (*kiemelkedik*, *elő-*

jön) „semleges” (*jön-megy*), „+ erő – sebesség” (*kúszik, úszik, táncol*), „– erő, – sebesség” (*kitart*) csoportokba. A magyar szóképeket érzésem szerint elsősorban a BOR KOMPLEX RENDSZER (absztrakt rendszer vagy fizikai tárgy, vö. Kövecses, 2006: 92) alapvető gondolat alakítja olyanná, amilyenek (erre utaló képek pl.: *rendben, rendezetlen, bonyolult, komplex, kilóg, összerázódhat, szét van esve*).

A mozgások a magyar nyelvű kóstolójegyzetek szóanyagában több jelentés-tani csoportra oszthatók:

1. **Magában a dologban rejlő mozgás (nem helyváltató):** *alakulhat, felüti a fejét* (egy alkotóeleme), *kinyílik, megbirkóznak, elnyom* (egyik elem a másikat). Több síkja van e mozgásoknak: a bor lehetséges jövőjére is utalhatnak, és az italnak a palack kinyitása után szemünk előtt lezajló változását, tulajdonságainak alakulását is jellemzik, valamint a nedűnek a megismerés során különféle érzékszervekkel különféle stációkban való feldolgozása során alakuló érzékszervi tapasztalatokból indulnak ki.

2. **Írányal rendelkező mozgás:**

Vagy a bor éppen elért fejlődési fázisához kötődik (*csúcsát közelíti meg, csúcsát éri el, csúcson van, kezdi elérni a csúcsát*), vagy elképzelt jövőjéhez (*két éve van a csúcsig*). Az első eset példái a mozgással feltételeznek egyfajta időbeliséget a bor fejlődésével párhuzamosan, a második esetben az időbeli viszony jelzi a bor mozgásának jellegét (pl. *lassan éri el a csúcsot vagy rohanva*). A mozgás dimenziója az időét is megjeleníti a borbeszédben. Ez az IDŐ TÉR fogalmi metafora (vö. Szamarasz, 2006: 100). Ennek a metaforának az az alapvető ismérve, hogy az idő (absztrakt) a tér kifejezőeszközei révén manifesztálódik a szövegben. Ilyen például a hármasság, mely igen szemléletesen jelenik meg az *emelkedő-csúcs-lejtő* képében.

A *kaptató-csúcs-lejtő* hármasság egy másikat is felidéz: a BOR EMBER kép *ifjúság-érett kor-hanyatlás* tulajdonságát, vagyis szintén az idő múlásának hármasságában nyilvánul meg. A mozgást, változásokat természetesen nemcsak a csúcs-metaforával fejezhetjük ki: a borban valami *megjelenik, kiszúr*, az egyes részek *nem egy irányba tartanak*, valamely része *vezet, húz*, vagy nem maga mozog, csak mozgást indukál, tehát *vonz*.

3. **A színekhez kapcsolódó mozgási képzet:** pl. *aranyba hajló*.

Feltételezhetjük, hogy alapvetően a színek fogalmát is a tér szervezi, különösen a borjellemezés nyelvében. (A bort fehér háttér előtt kör alakú pohárban vizsgálják, és elkülönítenek egy középponti sötétebb *magot* a szélső *karimától*.) A fényhatás mozzanatos jellege is keltheti mozgás érzetét: *bevillanások*. (A folyadékon átvilágító fény kulcsfontosságú borjellemezéskor.)

4. **A már említett „textúra” mivoltához kapcsolódó mozgások:** *nincs elsimulva, integrálódott, belesimul, beborítja, fedi, sok apró részlete összesimul*.

5. **A mérlegelés aktusához kapcsolódó mozgások:** *nem borul fel, elveszíti az egyensúlyát*.

6. **Az EMBER metafora mozgásai (mozgékonyosság és ellenkezője):** *élénk, eleven, erőteljes, lendületes, erőtlen, gyenge, lusta*.

7. Alakkal jelzett absztrakt mozgási képzetek: egyenes vonalú, hosszú, rövid.

Összességében a BOR KOMPLEX RENDSZER képét idézik a mozgások: leginkább a részek között zajlanak, illetve a tökéletes harmónia mint cél felé irányulnak.

A mozgás térben zajlik: lehet valamilyen tulajdonság *előtérben* vagy *háttérben*.

A tartályba töltött folyadék képét idézi az *alacsony* vagy *magas* alkohol-, cukor- stb. tartalom képe.

A borkóstolók téri metaforáiban érvényesült a Lakoff által leírt (Lakoff & Johnson, 1980: 15-19.) alapvető orientáció: FENT JÓ, LENT ROSSZ, az EGÉSZSÉG és az ÉLET FENT, BETEGSÉG, HALÁL LENT. Az egyéb tulajdonságok kapcsán ez nem mondható el, például az egyensúlyra való törekvés már említett alapelve mentén nem mindig értelmezhető a Lakoff-i JÓ FENT, ROSSZ LENT, TÖBB FENT, KEVESEBB LENT képe (bár pl. a fent említett tartály-metaforák esetében igen).

A bornak az előbb említetteken túl mindig jellegzetes, anyaga, fajtája által meghatározott alakja is van (bár néha *kialakulatlan*): *lapos*, *kiemelkedő*, *gömbölyded*, *gömbölyű* vagy felületét tekintve *érdes*, *szálkás*, állagát tekintve *krémes*.

Érdekesen jelzi a BOR ESZMEKÉNT KOMPLEX RENDSZERKÉNT, struktúraként való felfogását a BOR ÉPÜLET metafora következetes használata – márpedig ezt a forrástartományt a kognitív metafora elméletírói a komplex absztrakt rendszer jellemző leírására tartják fent (Kövecses, 2006: 92). A bor egyensúlya *alap*, vagy valamely tulajdonsága *alapot ad*, *biztos alapot ad* savakra *épül*, *struktúrája* van.

A hiány jellegzetes kifejezése is a komplex rendszer képét erősíti: általában nem fosztóképzős megoldásokkal találkozunk (pl. nem *cukortalan*, hanem *(csont)száraz*, nem *savmentes*, hanem *karcsú* stb.). Ez fakadhat abból is, hogy a bor többkomponensű egyensúlyi rendszer lévén egy tulajdonság elhalványulásával egy másik erősödése tűnik inkább szemünkbe (ez a szinergizmus jelensége: a bor tényezői együttműködnek összehatásának kialakításában). Vagyis egy bor lehet *savhangsúlyos*, a tannin *elfedheti* a többi tulajdonságát stb.

A bor esztétikai, elemzésre alkalmas objektumban megtestesült absztrakt rendszer is lehet: *műalkotás*, *cizellált*, *előállítási bravúr*, *iskolapélda*, *kidolgozott*, *klasszikus* vagy *klasszikus példa*. Esetleg *színre lép*, *színpada van*, *kibillen a szerepéből*, pedig *sztár*, de lehet *parádé* is vagy *balerina*.

A bor nyelvének világképe

Adrienne Lehrer (1983: 6) nyomán így vázolhatjuk fel a borjellemezés alapvető szemantikai konfigurációját:

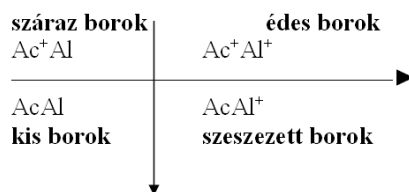
jellemzés	nagyon „X”	körülbelül „X”	nem elég „X”
minősítés	negatív	pozitív	negatív
példa	a savak uralkodnak, túl sok sav savdomináns	jó savak, elegendő sav szépen ívelt savgerinc kerek savak	“a savak szabadságra mentek”

1. ábra

Az „X” dimenzió

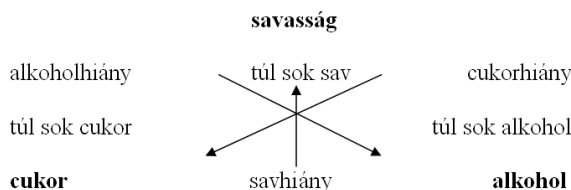
Vagyis egy bizonyos dimenzió (cukor, alkohol stb.) optimális meglétét jónak, alacsony vagy túlzott fokú megjelenését rossznak tartják. Nem tudunk jellemző bortulajdonságot leírni az értékelés attitűdje nélkül. A háromosztatú értékelési skálának is tekinthető rendszer felidézi bennünk a borjellemezés egy alapvető metaforáját és cselekvését: a mérlegelést. A középpontban mindig egy jellegzetes tulajdonság áll. Annak valamely mérték felé való elmozdulása jellemzi a bonyolult egyensúlyú rendszer egy elemét.

A borszakértők szintén az egyensúlyi állapotok szimbolikus képeivel ábrázolják a borjellemezésben leírható irányokat (1. a 2. és 3. ábrát).



2. ábra

Kétoldali egyensúly száraz fehérborokban (Nagy, 2006: 31) Ac=savasság, Al=alkohol



3. ábra

Háromoldali egyensúly lágy testes borokban (Nagy, 2006: 31)

A bor nyelvének logikai szerveződésében egyértelműen észrevehető a törekvés, hogy átlátható, rendezett kategóriákba szervezzék a zavaró bőségben jelentkező érzeteket. Nem véletlen, hogy a tudományos szintű kóstolás (a bor szakértő érzékszervi vizsgálata) még az oly rigorózan megszabott borszótár szavaival történő jellemzés helyett is szívesebben használja a numerikus kódolást, ezek a pontozásos módszerek, pl. a 20 pontos, numerikus, pozitív pontozásos módszer (jutalomponos rendszer), a 100 pontos hibapontos (negatív pontozásos) Vedel-féle módszer, a 100 pontos, pozitív pontozásos O.I.V. módszer stb. (részletes leírásukat ld. Nagy, 2004: 41-45).

Összegzés

A borkóstolás során összetett érzékszervi tapasztalatokat verbalizálnak a kiválasztottak, miközben egy különleges rítus etikettjének is meg kell felelniük. Nyilvánvaló, hogy e folyamat komoly küzdelemmel jár. Nehezíti a felismert, felismerni vélt érzet közlését a partnerekkel az érzékszervi tapasztalat sokrétűsége, a verbalizáció közvetettsége (pl. az illatok esetén). A privilegizált szakki-fejezések és a kóstolás nyelvi logikájának elsajátítása hosszas „lehorgonyzási” folyamat révén valósul meg. A megfelelő jelzők megtalálására tett állandó kísérletek miatt a felhasználható szókészlet óhatatlanul túlburjánzik. Ezt a folyamatot a szakirodalom tipizált minőségi kategóriák mentén rendezett alapszó-kincs megadásával próbálja kordában tartani. A borbeszéd közlései alapvetően metaforikus, metonimikus jellegűek. Ez visszavezethető az érzékleteink kifejezését jellemző nyelvi inopiára. Magyar sajátosság az esztétikai, illetve a szakrális megismerés jelentésrétegeinek kifejezett hangsúlyozása a borkóstolás folyamatában. A kóstolók metaforái a bort alapvetően a KOMPLEX RENDSZER (ESZME) fogalomkörébe tartozó objektumként látatják.

Irodalom

- Angelusz R. és Tardos R.** (2003) Tudás-stílusok és kommunikatív habitusok. In: Kontra M. (szerk.) *Nyelv és társadalom a rendszerváltás kori Magyarországon*. Budapest: Osiris Kiadó. 279-289.
- Bampfild, R.** (2001) A Tutored Seminar and Tasting of the Aszu Wines of Tokaji, Hungary, Featuring the Wines of Crown Estates, Disznoko, Istvan Szepsy, Oremus and the Royal Tokaji Wine Company. *Journal of Wine Research* 12/2. pp. 161-164.
- Barthes, R.** (1976) *Válogatott írások*. Budapest: Európa.
- Barthes, R.** (1983) *Mitológiák*. Budapest: Európa.
- Bende, M. & Nordin, S.** (1997) Perceptual Learning in Olfaction: Professional Wine Tasters versus Controls. *Physiology & Behavior* 62/5. pp. 1065-1070.
- Brochet, F. & Dubourdieu, D.** (2001) Wine descriptive language supports cognitive specificity of chemical senses. *Brain and Language* 77. pp. 187-196.
- Buda B.** (1999) Identitás és kommunikáció a posztkommunista világban. Adalékok a magyar köz- és magánéleti kommunikáció fenomenológiájához. In: *Rendszerváltás és kommunikáció*. Budapest: Osiris, Erasmus Közéleti és Kommunikációs Intézet. 193-204.
- Caballero, R.** (2007) Manner-of-motion verbs in wine description. *Journal of Pragmatics* 39. pp. 2095-2114.
- Császi L.** (2002) *A média rítusai. A kommunikáció neodurkheimi elmélete*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Eliade, M.** (2008) *A szent és a profán*. Budapest: Európa Könyvkiadó.
- Hankiss E.** (1999) *Proletár reneszánsz*. Budapest: Helikon-Universitas.
- Hamvas B.** (2000) *A bor filozófiája*. Szentendre: Editio M.
- Kövecses Z.** (2005) *A metafora (gyakorlati bevezetés a kognitív metaforaelméletbe)* Budapest: Typotex.
- Kövecses Z.** (2006) A fogalmi metaforák elmélete és a fogalom kritikája. *Világosság* 8-9-10. 87-97.
- Lakoff, G. & Johnson, M.** (1980) *Metaphors We Live By*. Chicago: The University of Chicago Press.
- László J.** (1999) *Társas tudás, elbeszélés, identitás*. Martonvásár: Scientia Humana/Kairosz.
- Lehrer, A.** (1983) *Wine and Conversation*. Bloomington: Indiana University Press.
- Morrot, G., Brochet, F. & Dubourdieu, F.** (2001): The color of odors. *Brain and Language* 79/2. pp. 309-20.
- Nagy Á.** (2006) *A bor érzékszervi vizsgálata*. Budapest: Mezőgazda.
- Rohály G.** (1995) *Borkalauz 1995*. Budapest: Kossuth Könyvkiadó.
- Rohály G.** (2007) *Borkalauz 2008*. Budapest: Akó Kiadó.
- Rohály G., Nagymarosy A. és Mészáros G.** (2004) *Terra Benedicta*. Budapest: Akó Kiadó.
- Sekuler, R. & Blake, R.** (2000) *Észlelés*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Silverstein, M.** (2004) „Cultural” Concepts and the Language-Culture Nexus. *Current Anthropology*, 45/5. pp. 621-652.
- Silverstein, M.** (2006) Old Wine, New Ethnographic Lexicography. *Ann. Rev. Anthropol.* 35. pp. 481-496.
- Szamarasz V. Z.** (2006) Az idő téri metaforái: a metaforák szerepe a feldolgozásban. *Világosság*, 8-9-10. 99-109.
- Terestyéni T.** (2006) *Kommunikációelmélet. A testbeszédtől az internetig*. Budapest: Akti-Typotex.
- Váry J.** (1990) *A borbírálat szókincse*. Kiskunhalas: Kiskunhalasi Állami Gazdaság Szőlészeti és Borászati Szakbizottsága.