

## Van-e helye a gyászjelentéseknek a közösségi portálokon?

**Összefoglalás** ♦ *A gyászközlemények-rovat a nyomtatott sajtó egyik legrégebbi statikus eleme. Közszereplők, tudósok és politikusok haláláról, temetésének időpontjáról az országos napilapok, a megyei sajtótermékek pedig szűkebb hazájukban sokak által ismert honfitársaink, ismerőseink haláláról adnak hírt. Az elmúlt években azonban számos felületen jelent meg írás a napilapok térvészteséről, a példányszámok csökkenéséről, és több szakmai fórum foglalkozott e kérdéssel. Ezzel párhuzamosan a közösségi portálok (Facebook, Twitter stb.) használói egyre nyíltabban engednek betekintést ismerőseiknek életük minden egyes pillanatába, legyen szó gyermekszületésről, nyaralásról, az ebédre elfogyasztott ételről, esetleg egy családtag vagy barát haláláról és a temetés időpontjáról. E tanulmányban arra vállalkozom, hogy egy közösségi oldalakat használók körében felvett kérdőíves felmérés elemzésével megvizsgáljam: van-e helye ezen portálok üzenőfalán a gyászjelentéseknek, a temetési értesítéseknek, s hogyan vélekednek e hírek olvasásáról a felhasználók.*

Gyászoló családtagok, közeli és távoli ismerősök között van olyan, akiben megrökönyödést és idegenkedést vált ki a szomorú hír Facebook- és Twitter-megjelenése, mások szerint viszont éppen ez a közlési forma a természetes. Utóbbiak érvelése szerint ismerőseinkkel nemcsak mindennapjaink kisebb-nagyobb örömteli történéseit, hanem bánatunkat is meg lehet és meg is kell osztanunk. Ott a racionális érv is: a temetési időpontról szóló távirat – a technicizálódással és információközlési szokások átrendeződésével – kiveszőben van, így új platformra van szükség.

E tanulmányban arra teszek kísérletet, hogy kilencven fő adatközlővel felvett anonim kérdőívvel választ kapjak arra, hogy a különböző korú, nemű, társadalmi státuszú, eltérő közösségiportál-használati szokásokkal és internetes szocializációval rendelkező felhasználók hogyan vélekednek a halálhír és temetési időpont üzenőfalán nyilvánossá tett közléséről.

Számos szakterület számára fontos az internethasználat elemzése és a felhasználói szokások pontos ismerete, legyen szó ifjúságkutatásról (Jancsák, 2007, 2013; Tari, 2010), médiaszabályozásról és médiafogyasztásról (Chatfield, 2013), a marketing területén az újravásárlást ösztönző kommunikációs rendszerek üzemeltetéséről, PR-ről, vagy tanatológiáról (Pilling, 1999a, 1999b; Békés, 2003; Parapatics–Veszelszki, 2014; Zelena, 2014).

Egyetemi jegyzeteiben és közleményeiben Pilling János a halállal kapcsolatos attitűdök, az e témához kapcsolódó szemléletek megismertetésével leginkább orvosi-kultúrantropológiai megközelítésből ad képet a halál témájáról. Ehhez kiválóan társítható Zana Ágnes (2007) feltevése, miszerint a vizuális média nagymértékben hat az emberek értékítéletére a halállal kapcsolatos attitűdök kialakulásakor is, s „főként a gyermek- és fiatalok népe van kiszolgáltatott helyzetben, elsősorban számukra működnek mintaként a filmekben látottak.” Szépe Orsolya és Ferdinandy Nóra 2010-es tanulmányukban a gyász- és haláltémájú blogok, a közösségi oldalak és a virtuális temetők kapcsán fogalmazzák meg véleményüket az intimitás és a nyilvánosság kapcsolatáról, fogalomhasználatom szerint a 'közösségi gyásról'. E komplex témakör alapszakterületének számító tanulmányait elegyíti – szociolingvisztikai szemlélettel – Veszelszki Ágnes és Parapatics Andrea tanulmánya (2014), amely a közösségi médiában végzett gyászmunka szociolingvisztikai feldolgozásával foglalkozik.

A témához kapcsolódó cikksorozat jelent meg a *Marketing és Menedzsment* 2012. évi 1. és 2. számában Nagy Zsolt tollából; rendszeresen foglalkozik a kérdéssel a *HVG Tech*-rovata, és számos ide vonatkozó szakdolgozat született és születik az alkalmazott nyelvészet, kommunikáció, marketing, szociológia, valamint pszichológia szakok hallgatóinak köszönhetően. A kommunikációs csatornák bővülésével és a szokások átrendeződésével ugyanakkor vizsgálat tárgyává kell tennünk azt is, hogy a leglátogatottabb internetes oldalak között előkelő helyen szereplő közösségi portálok felületeit hogyan használják a felhasználók halálhír és temetési időpont közlésére, valamint hogy az ilyen bejegyzések olvasásához hogyan viszonyulnak a megkérdezettek.

Kutatásom során az alábbi kérdéscsoportból álló, önkitöltős kérdőívet alkalmaztam. A kérdőív arra kereste a választ:

- 1.) *Használja-e a közösségi portált az adatközlő és ha igen, milyen gyakran,*
- 2.) *Találkozott-e:*
  - a. *halálhír-közléssel,*

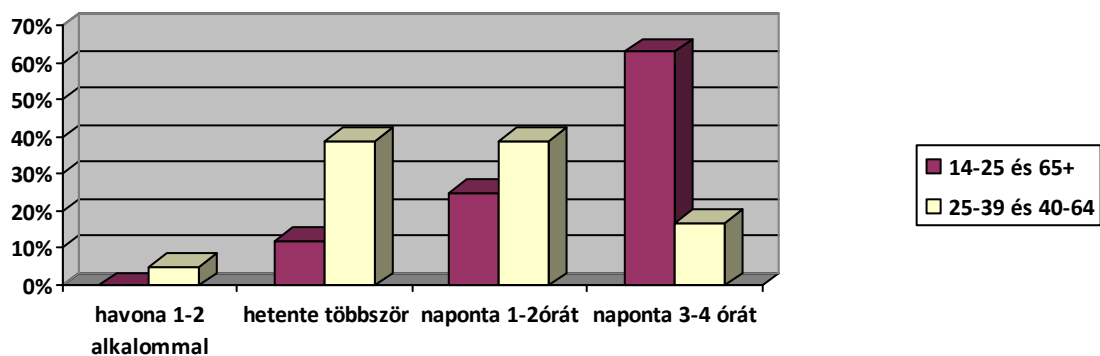
- b. temetési időpont nyilvánosságra hozásával a közösségi portál üzenőfalán vagy ott érkező levélben,
- 3.) Váltott-e ki belőle megrökönyödést a hír olvasása, esetleg semleges számára a dolog, vagy a közlési formát jónak és hasznosnak véli,
- a. esetleg maga is használja-e ilyen célra a közösségi portált?
- 4.) Megosztaná-e családtagja, ismerőse halálhírét üzenőfalán?
- 5.) Szokott-e „lájkolni”, kommentelni halálhírt,
- 6.) Mi a véleménye arról, ha valaki megkéri hozzátartozóit, hogy jövőbeni halála esetén saját kódjával belépve az elhunyt saját adatlapján jelenjen meg a gyászjelentés, temetési időpont?

(A 7-10.kérdések a válaszadó nemére, életkorára, iskolai végzettségére és közösségiportál-használati szokásaira kérdezett rá.)

A kérdőív összeállításakor az volt a célkitűzésem, hogy a halálhír és temetési időpont-kozlések olvasásához való felhasználói viszonyulásról kapjak átfogó képet. Árnyaltam mindezt úgy, hogy az ismerősök által közzétett gyászjelentéshez való viszonyulás után (utóbbi esetben ismerősünk egy számunkra is ismeretlen elhunytáról is adhat hírt) a következő kérdésben arra kapjak választ, hogy az adatközlő saját családtagjának vagy barátjának halálhírét közzétenné-e az oldalon, továbbá „lájkolna”, kommentelne-e halálhírt (ld. 4. ábra). Adatközlőim 14 és 75 év közötti nők és férfiak voltak nagyjából arányos megoszlásban, akik a befejezett nyolc általános iskolai osztálytól a PhD/DLA fokozatig minden iskolai végzettségi szintet reprezentáltak.

Haladjunk végig tételesen a kérdőív kérdéscsoportjain!

1.) *Használja-e a közösségi portálok valamelyikét (Facebook, Twitter) és ha igen milyen gyakran? (ld. 1. ábra)*



**1. ábra: A felhasználók közösségi portálra vonatkozó használati gyakorisága**

A válaszok szórása igen nagy: a havi és heti egy-két alkalommal belépőktől a napi 3–4 óránál is több időt ezen oldalakon töltő adatközlőig tartó megoszlást találtam akként, hogy a 25 évnél fiatalabb és 65 évnél idősebb, a vizsgálatban részt vevő felhasználók közös halmazmetszetet alkotnak válaszaik szoros együttjárásával. Az adatközlők száma e két korcsoportban: 49 fő. Mivel e két halmaz tagjainak legtöbbször tanköteles, esetleg felsőoktatási tanulmányokat folytat vagy már nyugdíjas korú, nem meglepő a válaszarány azonossága: legtöbbször napi 3–4 órát tölt a közösségi portálon. A másik közös metszetet alkotó korcsoport a 25–39 és 40–64 éves adatközlők halmaza, ők az előbbi két csoportnál jóval ritkábban használják a közösségi oldalakat (41 fő).

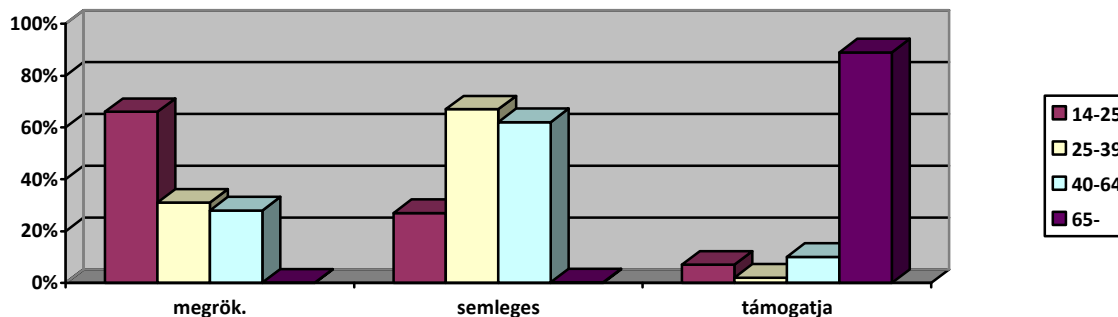
Az adatközlők válaszainak feldolgozásakor olyan kérdőívvel nem találkoztam, amelyen a „nem használom a közösségi portált” válasz volt megjelölve. Ez minden bizonnyal az online-kérdőív sajtószerű jellegéből és a közösségi portálokon népszerű tudományos-szakdolgozati tesztek népszerűségéből adódik.

Hasonló homogén válaszcsoport érkezett az adatközlőktől a következő kérdésre:

2.) *Találkozott-e közösségi oldalon: a) halálhír-közléssel, b) temetési időpont nyilvánosságra hozásával a közösségi portál üzenőfalán vagy ott érkező levélben?*

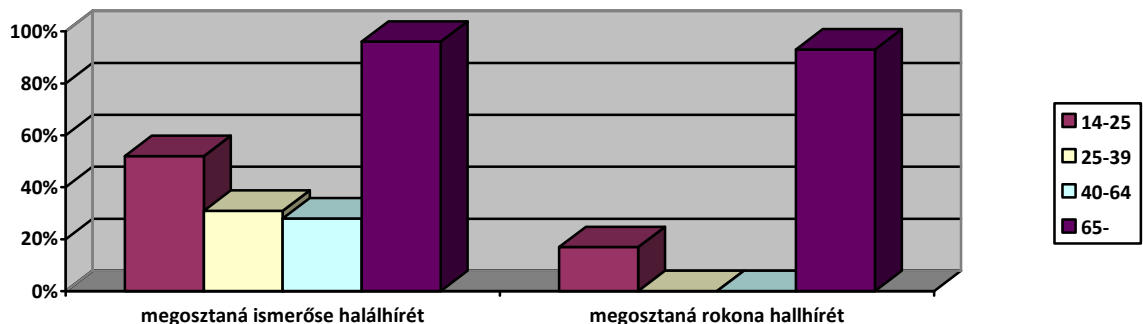
A harmadik és negyedik kérdéscsoportra adott válaszok feldolgozása viszont már nagy szórást mutatott:

3.) *Váltott-e ki belőle: a) megrökönyödést a hír olvasása, b) semleges számára a dolog, c) a közlési formát jónak és hasznosnak véli, d) esetleg maga is használja-e ilyen célra a közösségi portált? (ld. 2. ábra)*



**2. ábra: Hogyan viszonyul ahhoz, ha közösségi portál halálhír-közlésével találkozik?**

4.) *Megosztaná-e családtagja, ismerőse halálhírét üzenőfalán? (ld. 3. ábra)*



**3. ábra: Megosztási hajlandóság eloszlása**

Élesen elhatárolható a válaszadók egy korcsoportja, ugyanis a 65 év fölötti felhasználók saját ismerősük, családtagjuk halálhírének és temetési időpontjának közlésére az egyik legalkalmasabb felületnek (a 65 év feletti adatközlők 89%-a) tartják a közösségi oldalak üzenőfalát; az e választ megjelölő felhasználók fenti százalékértékkel is jelölt, igen jelentős hányada a „közlési formát jónak és hasznosnak véli”. Mivel a válaszcsoporthoz megengedett volt a két válasz megjelölése is, az előbbi választ adók együttesen jelölték be a „magam is használok ilyen célra...” kezdetű választ.

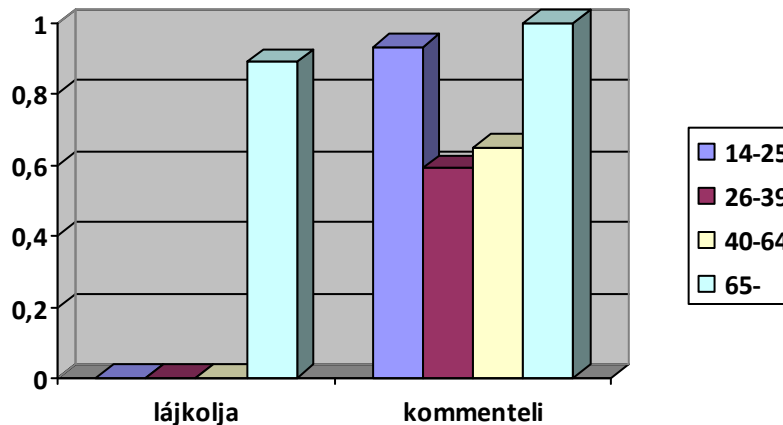
Ezzel szemben a más korcsoportba tartozó adatközlőknél nem volt ilyen homogén a válasz. E kérdéscsoportot vizsgálva azt is mélyebb elemzés tárgyává kell tennünk, hogy a 65 év fölötti idős vagy agg-korú közösségi portált használók kapcsolati hálójuk sokkal inkább interneten keresztüli érintkezésen és kapcsolattartáson alapul, szemben a serdülő- és ifjúkorúakkal (25 évnél fiatalabbak). Az idősebb korosztály tagjai ismerőseikkel ritkán találkoznak személyesen – szemben az osztály- és iskolatársakkal, barátokkal napi személyes kontaktusban is lévő 25 év alatti adatközlőkkel –, mivel a rég nem látott iskola- és munkatársak, egykor volt jó ismerősök, vagy a gyakran városváltással járó költözések nem teszik lehetővé a személyes kapcsolattartást az idős adatközlők és ismerőseik között.

A serdülő- és ifjúkorúak iskola-, osztály- és évfolyamtársai esetében a kapcsolattartás interperszonális, élő és aktív; ők a közösségi portálokat inkább a költségmentes üzenetváltások, kép- és zenemegosztások miatt kedvelik. Kutatásom közben úgy találtam, hogy az ifjúság jellemzően tragikus körülmények között bekövetkezett halálesetekkel találkozik (közlekedési balesetek és gyors lefolyású, agresszív daganatos betegségek); a 65 év fölötti korosztály

kapcsolati hálójában pedig sokkal gyakoribb a halálesetek száma, mint más életkorúaknál. Fontos tehát figyelembe vennünk, hogy az ebbe a korcsoportba tartozó adatközlőknél magas mortalitási adatokat találunk. Tehát az a megállapításom, hogy „a támogatom az információadás ezen formáját” választ adók kapcsolatfelvételi és kapcsolattartási lehetőségei, haláleset-előfordulási gyakorisága a 65 évnél idősebb korosztály tekintetében teljesen mások, mint az alacsony mortalitási értéket mutató vagy közvetlenül lakóhely- és iskola közelében szövődő, ismerősökből épülő Facebook-ismerősi közösségek (iskoláskorú, fiatal vagy a középkorú felhasználók) kapcsolataiban.

5.) Szokott-e „lájkolni”, kommentelni halálhírt? (ld. 4. ábra)

Halálhírt minden felhasználó kommentál, személyes R.I.P.-üzenetet vagy nyilvános kommentet ír, szövegtartalma mellé szomorú emotikont vagy grafikus hangulatjelet tesz, de egy korcsoport, a 65 év fölöttiek tagjai szinte kivétel nélkül ugyanazt a választ jelölték meg a kérdés második felénél: lájkolják a halálhírt (ld. 4. ábra)!



4. ábra: Korcsoportok szerinti lájkolási- és kommentelési megoszlás

A Veszelszki–Parapatics szerzőpáros (2014) így értekezik a Facebook lájk-jelenségéről: „Újszerű, kifejezetten a Facebook közösségi oldalhoz kötődő, nem verbális interakciós forma az úgynevezett lájkolás, vagyis a közzétett tartalomnak a *Like* ’kedvel, tetszik’ (az angol szó magyaros kiejtése szerint: *lájk*) gombbal való megjelölése, azaz a tetszés kinyilvánítása.” Jancsák

szerint (2013: 67) a „lájkolni szó kiterjesztett jelentését figyelhetjük meg, amikor a nagy FamaBeszélőn azt látjuk, hogy sokan lájkolták egy lány nagyapjának halálhírét.”

Úgy találtam, hogy ebben a kérdésben rendkívül éles határ húzódik az adatközlők egy bizonyos életkori lépcsőjénél. Azok az adatközlők, akik a „támogatom e közlési formát” választ jelölték meg és a 65 évesnél fiatalabb korosztályba tartoznak sosem 'lájkolnak' ilyen megosztásokat. Ezzel szöges ellentétben áll a 65 évesnél idősebb korosztály, akik bátran 'lájkolják', 'tetszikelik' a halálhír-közléseket.

Azt a feltevésemet, hogy a lájkolásban testet öltő különbség oka a like szó elsődleges jelentésének ismeretében keresendő. Mi sem bizonyítja ezt jobban, mint az a kis mintás, ám csak a 65 év feletti korosztály válaszait rögzítő kérdőív, ami az e korosztályba tartozóknál a nyelvismereti kompetenciákat is igyekezett felmérni. Azon adatközlők, akik angol nyelvi ismeretekkel nem rendelkeztek kivétel nélkül igenlő választ adtak a halálhír 'lájkolására', ezzel szemben az angol nyelvet korábban már tanult válaszadók 63%-a nem lájkolná az ilyen bejegyzéseket. Meggyőződésem tehát, hogy a magyarázat a neologizmusok és a korábban már ismert idegennyelvi jelentésárnyalatok különbözőségében keresendő!

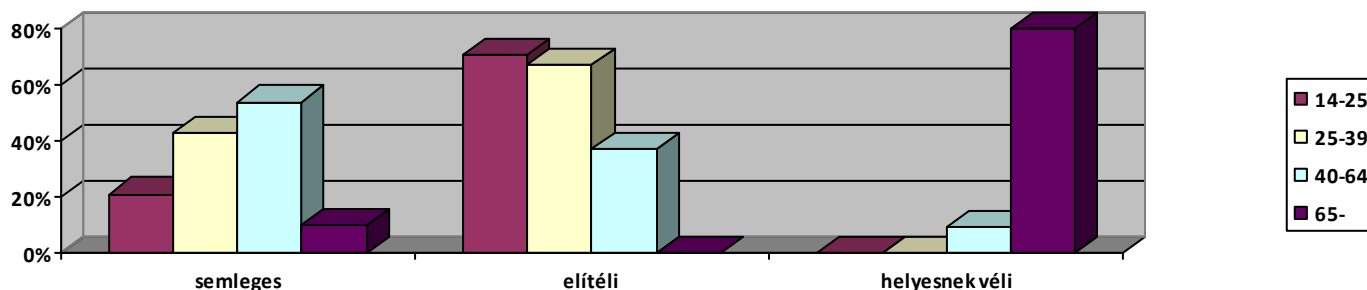
Az angol nyelvet a közösségi oldalak elterjedése előtt is ismerő felhasználók pontosan meg tudják határozni a 'lájk', 'like' alapnyelvi, elsődleges jelentéstartományát, és idegennyelvi szocializációjuk miatt „nem tartják illendőnek” e hírek tetszésnyilvánítását. Ezzel szemben azok, akik az angol nyelvet iskolai keretek között nem tanulták, hanem az internethasználat kapcsán ismerték meg e neologizmusok jelentését, bátran nyilvánítják tetszésüket egy közösségi portálon megjelenő halálhír vagy temetési időpont olvasásakor.

Sólyom Réka (2011) idézi Tátrai Szilárd *Magyar Nyelvőrben* közzétett tanulmányát: „A neologizmusok esetében célszerű megvizsgálni a beszédhelyzetet (a szituációs kontextust): a személyközi viszonyokat, illetve a térbeli és időbeli viszonyokat (Tátrai 2004: 480), tehát a beszélő-hallgató viszonyán túl céljaikat, azt, hogy miért használják az adott szituációban azt a neologizmust, amelyet használnak. A fentiek értelmében tehát neologizmusnak tekinthetők azok a nyelvi jelenségek, amelyeknek a közlő és a befogadó egy adott időben és adott szituációban előzetes tapasztalataihoz, ismereteihez és az ebből fakadó elvárásaihoz viszonyítva újszerű stílust tulajdonít.” A fentieknek ismeretében véleményem szerint nem meglepő az, hogy az idősödő és agg válaszadók – kivétel nélkül – pozitív választ adtak a halálhír- és temetési időpontok közlésével kapcsolatos lájkolás kérdésére, ezzel szemben a 25 év alatti (serülő és ifjúkorú)

adatközlők nemleges választ adtak, holott szinte mindegyikük találkozott már gyászjelentés közzétételével közösségi portálon.

6.) *Mi a véleménye arról, ha valaki megkéri hozzátartozóit, hogy jövőbeni halála esetén saját kódjával belépve az elhunyt saját adatlapján jelenjen meg a gyászjelentés, temetési időpont?*

Adatközlőim mindegyike a „megbotránkoztatónak tartom” választ jelölte meg erre a kérdésre (ld. 5. ábra).



**5. ábra: Korosztály szerinti viszonyulás**

Vélelmezem: sokak nem a barátjuktól, családtagjuktól (annak halál esetén) személyüknek szóló kérelemfogalmazás felől szemlélték e kérdést, hanem közösségiportál-felhasználóként adtak választ. Ugyanis egy elhunyt ismerősük aktív Facebook- vagy Twitter-tevékenysége az üzenőfalán a felhasználók legtöbbször ambivalens érzést kelt, esetleg félelmet, zaklatott érzelmi állapotot vált ki. Kiváltképp igaz ez akkor, ha éppen ismerősünk „invitál meg” saját búcsúszertartására.

Egy korábbi tanulmányban foglalkoztam az emlékezővideók gyászfolyamatba illeszthetőségével és azok elemzésével (Zelena, 2014:4). Ott azt a megállapítást tettem, hogy a közösségi gyászban segítség a zenei aláfestéssel 'slide show'-vá, fotókból összeállított emlékezővideó készítése, azok megosztása, vagyis az online gyászmunka. Ezt az emlékezési formát egyértelműen a serdülő- és ifjúkorúak – tudattalan – gyászföldolgozási, emlékezési módjának neveztem. Viszont ha e videókat leggyakrabban ezen korosztály tagjai készítik (online vágóeszközök segítségével, melyek használata haladó szintű szoftverhasználati ismereteket igényel), akkor vajon miért utasítják el, vagy tarják visszásnak a halálhír közösségi portálokon való közzétételét?

Nézetem szerint a halál és elmúlás létének, tényének háritása fedezhető föl az okok között, ám ez fordított arányossággal jelenik meg a földolgozási szakasz lépcsőin haladva, ugyanis a közösségi portál üzenőfalán megjelenő halálhírközlés elutasításának ellenére egyre inkább igénybe veszik a közösségi gyászfeldolgozás technicizálódás adta lehetőségeit, s használják az internetes platformokat.

A középkorú generáció (35–64 év) válaszai mutatják a legnagyobb szórást, szinte alig találtam két adatközlőt, aki összességében hasonló válaszokat jelölt volna meg a kérdőívben. Úgy vélem, mindezek háttérében a fiatal felnőttkorban, felsőoktatásban töltött évek alatt elsajátított internethasználati szokások, az eltérő szocializáció, a halálhoz, elmúláshoz való különböző viszonyulás, valamint a különböző élettörténetek és tapasztalások, az egyedi sorsok állnak.

Ők azok a középkorúak, aki nagyszüleikkel már kevésbé szoros kapcsolatot ápoltak kisgyermekkorban, mivel az ő generációjukban ritkák voltak a többgenerációs háztartások, így nagyszüleik halála kevésbé viselte meg őket. Nem úgy, mint a 65 évnél idősebb korosztály tagjait, akik szinte kivétel nélkül három- vagy többgenerációs családban töltötték gyermekkorukat. A generációk együttélésével kialakuló család kapcsolatok, az elmúlással való közvetlen tapasztalatok összehasonlíthatatlanok azzal a helyzettel, amikor az ugyanezen korosztályba tartozó válaszadó csonka családban, nagyszüleitől, rokonaitól távol élt, és az elmúlással sosem szembesült. (Találtam olyan középkorú adatközlőt is, akinek elmondása szerint közvetlen hozzátartozói és közeli barátai körében még nem történt haláleset. Kitöltötte a kérdőívet ugyanakkor egy olyan középkorú válaszadó is, aki testvérét és szüleit, s még egy közeli barátját is elveszítette az elmúlt években.)

Számos kérdéscsoportot és igazolásra – vagy éppen cáfolatra – váró hipotézist föl lehetett volna vázolni e kutatás apropóján, ám meggyőződésem, hogy a bevezető részben megfogalmazott célkitűzést néhány év elteltével újra görcső alá fogom venni, ugyanis mind a felhasználói szokások, mind a technika megállíthatatlanul változnak.

## **IRODALOM**

BÉKÉS VERA ANNA (2003): A halál iránti attitűd az életkor, a nem és a vallásosság függvényében.

*Kharón Thanatológiai Szemle* 7 (1–2). 30-49.

- CHATFIELD, TOM (2013): *Hogyan boldoguljunk digitális korban?* Budapest, HVG Kiadó.
- JANCSÁK, CS. (2007): A felsőoktatási életszakasz és a hallgatók médiafogyasztása. In T. KISS TAMÁS (szerk.): *Kultúra – művészet – társadalom a globalizálódó világban*. Szeged, SZTE JGYPK Felnőttképzési Intézet, 225–230.
- JANCSÁK, CS. (2013): *Ifjúsági korosztályok korszakváltásban*. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó.
- PARAPATICS ANDREA, VESZELSZKI ÁGNES (2014): A részvételtől a részvétig. A halál megjelenése és gyászmunka a közösségi oldalakon. *Magyar Nyelvőr* 138 (2):179–199.
- PILLING JÁNOS (szerk.) (1999a): *A halál és a haldoklás kultúranropológiája*. Budapest, Semmelweis Kiadó és Multimédia Stúdió.
- PILLING JÁNOS (szerk.) (1999b): *A haldoklás és a gyász pszichológiája*. Budapest, Semmelweis Kiadó és Multimédia Stúdió.
- SÓLYOM RÉKA (2011): Új szavak értelmezési stratégiái különböző korcsoportokban. *Anyanyelv-pedagógia* 1. szám (elektronikus kiadás).
- SZÉPE ORSOLYA, FERDINANDY NÓRA (2010): Intimitás és nyilvánosság. A gyász- és halál-témájú blogok néhány sajátosságáról. *Kharón Thanatológiai Szemle* 14 (1): 47–58.
- TARI ANNAMÁRIA (2010): *Y generáció*. Budapest, Jaffa Kiadó.
- UJHELYI ADRIENN (2014): A Facebook szociálpszichológiája. *Alkalmazott Pszichológia* 14 (1): 113–132.
- ZANA ÁGNES (2007): Halál és haldoklás a vizuális médiában – Hogyan alakul halálképünk a média hatására? *Kharón Thanatológiai Szemle* 11 (3–4). 53-68.
- ZELENA ANDRÁS (2014): A fájlmegosztó oldalak „nyugodj békében” videóinak lélektanáról. *Kharón Thanatológiai Szemle* 18 (4). 18-13.

**Dr. Zelena András Ph.D.**

traumakutató, kommunikációs szakember

[dr.zelena@gmail.com](mailto:dr.zelena@gmail.com)