

PSZICHOEDUKÁCIÓS TARTALMAK A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN

Jelige: Tulipán

Tartalomjegyzék

Bevezetés.....	3
1 Közösségi média és pszichológia.....	5
2 A magyarok mentális egészségügyi állapota.....	6
2.1 Depresszió	7
2.2 Covid -19 hatása a mentális egészségre	8
2.3 Mentális egészségre vonatkozó ellátás helyzete.....	9
3 Tudománykommunikáció a pszichológiában	10
4 Pszichológia a TikTokon.....	12
4.1 TikTokon szereplő pszichológia témájában alkotók körképe.....	12
4.2 Legnépszerűbb TikTokon szereplő pszichológus tartalomgyártók profiljának elemzése	14
4.3 Kommentelői attitűdök elemzése	17
5 Interjúk TikTok-on tartalmat gyártó pszichológusokkal.....	21
6 Kérdőíves kutatás	25
6.1 Hipotézis, kutatói kérdések	25
6.2 Módszertan	25
6.3 Adatközlők	26
6.4 Eredmények.....	26
6.5 A kérdőívezés tapasztalatai.....	30
Konklúzió	31
Felhasznált irodalom	32
Függelékek	37
1.Függelék.....	37
2. Függelék.....	38
3. Függelék.....	40

Bevezetés¹

A pszichológia tudományának térhódítása egyre több területen figyelhető meg, egyebek mellett a különböző közösségimédia-felületeken is népszerű tartalomtípusnak számítanak a különféle pszichológiai, önismereti posztok, videók. Mi sem bizonyítja ezt jobban, minthogy a magyar pszichológus tartalomgyártók több tízezres követőtáborral rendelkeznek a legkülönbözőbb platformokon. Kevert módszertanon alapuló kutatásomban a közösségi médiában megjelenő pszichológiai témájú tartalmakkal és azok közönségének vizsgálatával foglalkozom.

A közösségi médiában megjelenő pszichológiai törekvések vizsgálata előtt fontosnak tartottam a mentális egészség megőrzését segítő ellátás hazai állapotát feltérképezni. Az ellátás mellett a magyar lakosság mentális állapotát különböző tanulmányok és statisztikák eredményeit használva ismertetem. Az ellátás és a magyarok mentális jóllétének bemutatását azért tartom szükségesnek, hogy ezáltal megismerjük azt a társadalmat, közeget, amelybe a pszichoeducációs tartalmak érkeznek. Így kontextusba helyezve az ilyen jellegű tartalmak hatásait, a közönség felől érkező reakciókat. Habár az ilyesfajta magatartás nem magyar sajátosság, illetve nemcsak a pszichológiai problémáknál jellemző, hanem más egészségügyi panaszok esetén is megfigyelhető a tárgyalt jelenség, azért elemzem csak a magyar lakosság állapotát, mivel a kommentelemzés során az ő kommentjeiket vizsgálom. Dolgozatom második fejezete egy rövid áttekintést nyújt Magyarország mentális egészségügyi állapotáról, ugyanis feltételezésem szerint a pszichológiai témájú tartalmak fokozódó népszerűségének egyik oka lehet az, hogy az ellátórendszer nem kielégítő mivolta miatt azon személyek, akik valamilyen mentális vagy lelki problémával küzdenek, hajlamosak az interneten, egyebek mellett a közösségi médiában választ találni kérdéseikre, potenciális megoldási javaslatok után kutatni ezeken a felületeken. Hiszen az egészségügy egy olyan szegmenséről van szó, amely történelmileg alulfinanszírozott világszerte (F. Lassú – Fodor – Költő – Németh, 2023). Mindemellett azonban az is megfigyelhető, hogy a tudománykommunikáció egyik fontos színterévé váltak a közösségimédia-platformok. Az ellátás és a mentális egészség állapotának feltérképezéséhez fontos volt külön alfejezetben foglalkozni a Covid-19 járvány okozta helyzettel és annak hatásaival.

¹ A dolgozat egyes helyeken jelentős részben megegyezik (3-5. fejezet), illetve tartalmi átfedést tartalmaz (1. és 2. fejezet) a szerző *A közösségi médiában megjelenő pszichológiai témájú tartalmak közönségének vizsgálata* c. megvédett szakdolgozatával.

Ezt követően a 3. fejezetben ismertetem azokat a fontosabb pszichológiával kapcsolatos tudománykommunikációs kezdeményezéseket, amelyek hazánkban elindultak. Ennek a fejezetnek célja, hogy tágabb aspektusból ismertessem a pszichológia és a média viszonyát. Példákkal szemléltetve, hogy a pszichológia tudományterületnek milyen tudománykommunikációs megjelenései fordulnak elő a különböző hazai médiumokban.

A 4. fejezet fókuszában a TikTok-on megjelenő pszichológiai tartalmak vizsgálata áll, melynek alapját a TikTokra gyártott, magyar pszichológusok által készített tartalmak és a tartalmakra érkező reakciók, kommentek elemzése adja. Azért esett a választásom erre a platformra, mert népszerűsége és felhasználóinak száma az utóbbi években megnövekedett és a mentális egészséggel, pszichológiával kapcsolatos videók száma is folyamatosan nő az elmúlt években a felületen. A dolgozat vonatkozó fejezetében a legnépszerűbb TikTok-on szereplő pszichológus tartalomgyártók profilját elemzem, illetve a szakmailag hiteles szakemberek tevékenységén túl megvizsgálom azt is, hogy milyen más pszichológiai témájú magyar nyelvű tartalommal találkozhat a közönség a platformon. A TikTok-videók kommentszekcióiban több száz, esetenként több ezer hozzászólás olvasható. Ekkora mértékű aktivitásból jól vizsgálható a közönség, a kommentelők hozzáállása, véleménye az adott témáról. A TikTok-on túl más platformok működését is érintem, hiszen a tartalomgyártók az esetek nagy részében más platformon is aktívan működnek. Az általam vizsgált videók tartalmát tekintve megállapítható, hogy leggyakrabban különböző személyiségzavarokat, hangulatzavarokat és szorongásos problémákat dolgoznak fel.

A dolgozatban annak járok utána, hogy ezek a pszichológiai témájú tartalmak milyen hatást gyakorolnak közönségükre, illetve megfigyelhető-e párhuzam az ellátás milyenségében és a pszichológiai témájú tartalmakra való hagyatkozásban. Ezt a közösségimédia-felületekre, főként a TikTok-ra tartalmat gyártó pszichológusokkal készített interjúkkal (5. fejezet), kérdőíves kutatással (6. fejezet) és TikTok-videók kommentszekciójának elemzésével (4.3 fejezet) vizsgálom. A kérdőíves kutatásban a kérdések kitérnek a kitöltők mentális egészségügyi állapotára, arra, hogyan ápolják azt, mi jellemzi pszichológiai témájú tartalmakra vonatkozó fogyasztási szokásaikat, illetve milyen hatást gyakorolnak rájuk ezek a tartalmak. A tartalomgyártókkal készített interjúkban – hasonlóan a dolgozat felépítéséhez – a magyarországi mentális egészségügy helyzetéről, tartalomgyártási stratégiájukról és közönségükről szerzett tapasztalataikról kérdeztem az alanyokat. A kommentelemzés során négy fő kategóriába soroltam a vizsgált tartalomgyártók kommentelőit, amelyek a

következők: a *kíváncsiak*, a *visszajelzők*, az *érintettségi spektrumon elhelyezkedők* és a *"tudósok"*. A kommentelői attitűdök részletes elemzése a 4.3 fejezetben olvasható.

1 Közösségi média és pszichológia

A közösségi média és a pszichológia vonatkozásában főleg olyan szakirodalmak lelhetőek fel, amelyben pszichológusok vizsgálják a társas média az egyénre, pszichére gyakorolt hatását. A pszichológusok főként a közösségi média énképre, önértékelésre gyakorolt hatását (Tóth – Mirnics, 2014), a közösségimédia-függőséget (Simon – Mészáros – Pachner – Kiss, 2021) és a FoMO (Fear of Missing Out) jelenséget (Bánszegi, 2016) vizsgálják.

A pszichológiai megközelítésekkel szemben a dolgozatban médiatudományos szemmel vizsgálom a pszichológiai témájú, pszichoeducációs tartalmakat. A dolgozatban a társas médiában megjelenő pszichoeducációs tartalmak közönségre gyakorolt hatását tárgyalom. A pszichoeducáció felvilágosítás a különböző mentális problémákról. Az ilyen jellegű tartalmak célközönsége lehetnek az érintettek, a hozzátartozók, a téma iránt érdeklődők és segítő szakemberek egyaránt. A pszichoeducáció által a közönség megértheti a pszichés folyamatokat, támpontokat adhat, hogyan ismerjük fel, ha valakinek segítségre lenne szüksége. Ezentúl az új információk megszerzése által csökkenhet a stigmatizáció, azaz a mentális betegségekhez kapcsolódó társadalmi megbélyegzés mértéke. Hiszen a köztudatban élő tévhiteket felváltják a tények (Horváth, 2023).

A pszichológiai témájú tartalmak népszerűsége abban gyökerezhet, hogy az ilyen jellegű médiatermékek nem csak az információszerzésre alkalmasak. A hagyományos médiumok használatának motivációiról szóló tipizálás – ami Katz, Gurevitch és Haas nevéhez kötődik – könnyen átruházható a közösségi média használatára. Ezek a motivációk a szociális integratív szükségletek, személyes integratív szükségletek, kognitív szükségletek, affektív szükségletek és a menekülés szükségletek (Ujhelyi, 2014). A pszichoeducációs médiatermékek egyaránt képesek kielégíteni a szociális integratív szükségleteket azáltal, hogy a tartalom által szembesül az egyén azzal – amennyiben érintett a témában –, hogy nem csak ő küzd ezekkel a problémákkal, esetleg a kommentelésnek köszönhetően párbeszéd is kialakulhat a nézőtársakkal. A tartalmak edukációs jellegénél fogva új ismeretek adnak át a tartalomgyártók, így a közönség kognitív szükségleteinek kielégítésére is alkalmas, azonban könnyed és szórakoztató módon teszi mindezt.

A pszichológiai témájú, pszichoedukációs tartalmak elterjedésének hátterében több tényező játszik szerepet. Egyrészt a pszichológia manapság az egyik legnépszerűbb tudománnyá vált. Évek óta több ezer magyar diák választja a pszichológia szakot, illetve egyre kedvezőbb a pszichoterápia megítélése (hvg, 2011; Bezzeg, 2022). Mindemellett a globalizálódó társadalmakban az individuum és a mentális jóllét hangsúlyos szerepet kap.

2 A magyarok mentális egészségügyi állapota

A pszichológia iránt megnövekedett érdeklődést, illetve az ehhez köthető közösségi médiában megjelenő tartalmak népszerűségének okát kutatva Magyarország mentális ellátását, mentális jóllétét kívánom feltérképezni. A dolgozat későbbi részében részletesen bemutatott kommentelői attitűdöket vizsgálva megfigyelhető az a jelenség, hogy a komment szekcióban mutatott aktivitás alapját az adta, hogy a kommentelők magukat diagnosztizálták a TikTok-videókban elhangzottak alapján. Ezért ahhoz, hogy átlássuk, megértsük ezt a jelenséget érdemes áttekinteni, hogy Magyarországon a lakosság mentális egészsége hogyan alakul, illetve milyen ellátási rendszer működik hazánkban.

Az ellátórendszer hiányosságai mellett számos más ok és motiváció lehet annak a hátterében, hogy az egyén miért kérhet segítséget a pszichológiai tartalmak komment szekciójában. Egyik ilyen ok lehet a stigmatizációtól való félelem. Tanulmányokból kiderül, hogy a fiatalok nagyobb eséllyel kérnek segítséget, vagy fedik fel nehézségeiket online, mint offline, mivel így el tudják kerülni az ítélezést, és támogató közegre találnak. Továbbá lehetővé teszi az anonimitást, vagy azt, hogy az illető mennyi információt oszt meg magáról az adott platformon, vagy az online elérhető szakember felé (Pretorius – Chambers – Coyle, 2019). Ennek ellenére fontosnak tartom megvizsgálni, hogy az egyénnek milyen lehetőségei vannak arra, hogy a mentális egészségét ápolja.

Az általam említett statisztikák főként a pszichiátriai ellátást, illetve a depressziót vizsgálják. Azért helyeztem a fókusz részben a depresszióra, mivel a jóléti országokban egyre magasabb a hangulatzavar aránya. A WHO szerint Európában a legjelentősebb közegészségügyi kihívást a különböző mentális zavarok teszik ki, ezek közül is főként a szorongás és a depresszió, mivel ebben szenvednek a legtöbben (WHO, 2015). Magyarországon évtizedek óta világviszonylatban magas az öngyilkossági hajlandóság (Zonda – Paksi – Veres, 2013). Habár az utóbbi években az öngyilkosságok száma csökkenni látszik, a baj így is hatalmas, hiszen a koronavírus-járvány miatti korlátozások negatív hatással voltak a pszichés állapotra (WHO,

2020). A következőkben kitérek a depresszió okozta problémákra, a Covid-19 járvány mentális egészségre gyakorolt hatásaira, valamint röviden bemutatom a rendelkezésre álló források alapján a mentális egészségre vonatkozó ellátás helyzetét.

2.1 Depresszió

Ahhoz, hogy megértsük, miért kezd népbetegséggé válni a depresszió, érdemes megvizsgálni azt, hogy milyen összetevői vannak az emberi jóllétnek. A WHO szerint egészségünknek több dimenziója van, ezek közül az egyik a lelki egészség. A pszichológiai egészség jellemzője, hogy az egyén meg tud birkózni a nehézségekkel, és hozzá tud járulni a közösség működéséhez. A jóllétnek nemcsak objektív, hanem szubjektív összetevői is vannak. Mivel nagyon bonyolult és összetett témáról van szó, igyekszem összeszedni az objektív mutatókat a téma átláthatóságának érdekében. Az életminőség különböző aspektusait a külső tényezők nagyban képesek befolyásolni, ezért nélkülözhetetlen a jólét eléréséhez a stresszel való sikeres megküzdés. Hiszen ha a különböző nehézségekkel nem tudunk megküzdeni, nem érezzük azt, hogy erre képesek vagyunk, akkor erre szorongással reagálunk. Ha ez a stresszhelyzeteknél folyamatosan ismétlődik, az komoly következményeket eredményez. (Kopp-Martos, 2011 idézi Tózsér 2019). Ezen kívül számos oka lehet a depresszió és más mentális problémák kialakulásának. Az Instagramon nagy követőtáborral rendelkező és nagy népszerűségnek örvendő Mélylevegő projekt nevű oldal más közreműködőkkel együtt 2022 májusában publikálta tanulmányát, amely a depresszió mutatószámrendszerét dolgozta fel. A publikáció különböző európai országokat vizsgált (például Horvátország, Csehország, Szlovénia stb.), illetve külön Magyarország helyzetét is feltérképezték. A tanulmányból kiderül, hogy az unipoláris, azaz major depressziót tekintve a betegpopuláció évente eléri a 600-700 ezer főt, mindemellett az is kiderült, hogy a betegek kevesebb mint fele áll orvosi kezelés alatt (Gáti – Mór, 2022). Nemzetközi szinten Magyarország gazdasági helyzetéhez képest nagy elmaradást mutat a lakosság mentális egészségének állapota (Tózsér, 2019).

Ennek egyik következménye megmutatkozik az öngyilkosságok számában is. Az öngyilkossági rátákat érdemes nem csupán pszichológiai háttérrel vizsgálni, azonban kevés szociológiai kutatás áll rendelkezésre a témát illetően. A statisztikák alapján megállapítható, hogy az alföldi régiókban, illetve a kis lélekszámú településeken a legmagasabb az öngyilkossági arány. Az mindenképp örömdetes, hogy az öngyilkossági hajlandóság aránya folyamatosan csökkenő tendenciát mutat, azonban még így befejezett öngyilkosságok arányát

vizsgálva Magyarország másodikhelyen áll az EU-s országok között. Magyarországon az öngyilkossági ráta százezer főre vetítve 17,1 volt 2020-ban. Regionális adatokat tekintve Magyarország Dél-Alföld régiója rögzítette a legmagasabb standardizált öngyilkossági halálozási rátát, 100 000 lakosra vetítve 23,9 halálessettel (eurostat, 2023). A depresszió és az öngyilkosságok arányát tekintve az előbb említett Mélylevegő projekt által publikált tanulmányában azt olvashatjuk, hogy a nem kezelt majordepressziósok 15-19%-a lesz öngyilkos. A nemzetközi és hazai kutatások adatai szerint a kezeletlen depressziósok az öngyilkosok 65-87%-át teszik ki (Gáti – Mór, 2022).

2.2 Covid -19 hatása a mentális egészségre

Mint azt korábban említettem, a környezetünk, külső tényezők nagyban befolyásolják a mentális egészségünket, ennek minőségében közrejátszhatnak pszichés hatások és szociális tényezők. A mentális betegségek megjelenésében a külső hatásokon kívül genetikai tényezők is hatást gyakorolhatnak (WHO, 2022). Az adatokat áttekintve egyértelművé válik, hogy a koronavírus-járvány okozta lezárások komoly hatást gyakoroltak a lakosság mentális állapotára, azonban az előállt helyzet végett a mentálhigiénés szolgáltatások elérése is nehezebbé vált. Egy európai kutatás szerint az adatközlők 58 százalékánál jelentkeztek az alábbi tünetek, amelyek 15 napnál tovább voltak jelen: rossz hangulat, szorongás, alvászavar, pánikrohamok (erre vonatkozott is kérdés kérdőíves kutatásomban). 46 százalékuk először tapasztalta magán a fenti tüneteket, a résztvevők 54 százaléka hozzátartozóival osztotta meg problémáit, 11 százalékuk keresett fel pszichológust, 9 százalékuk pedig pszichiátert. A járvány nemcsak a mentális állapotra gyakoroltak hatást, hanem a mentálhigiénés szolgáltatások elérésére is befolyással volt (Csákó, 2021). A fogyasztói társadalomban nemcsak a felnőtteket érintik a mentális betegségek okozta gondok, hanem a gyermekeket is, főként a fiatalkorúakat, tinédzsereket. A gyermekek 20-25% szenved valamilyen mentális problémától. Ezek között a legnagyobb számban a depresszió, a szorongás, az evészavarok, a figyelemhiány figyelhető meg. Emellett nő az önpusztító magatartást folytató fiatalok száma is, amely a szerhasználatban és önsértésben nyilvánul meg (Haimann, 2020). Ezek az amúgy is aggasztó számok a Covid-járvánnyal egyre csak nőttek. A Vadaskert Gyerme- és Ifjúságpszichiátriai Kórház és Szakambulancia statisztikái aggasztó eredményeket mutatnak. A Covid-19 járványt megelőző évhez képest (2019) 2021 őszén ötször annyi gyermek került

az intézménybe különböző szorongásos zavarral és depresszióval. A kórház közleménye szerint 40%-kal emelkedett az ellátottak száma (HVG, 2021).

2.3 Mentális egészségre vonatkozó ellátás helyzete

A korábban említett adatokat, statisztikákat vizsgálva egyértelmű, hogy nagy teher hárul az egészségügyre, amely meglehetősen nehéz helyzetben van.

A jelenlegi események továbbra is megerősítik, hogy mennyire létfontosságú a mentális egészség a jólét, a világgazdaság és az emberi jogok szempontjából. A mentális egészség azonban történelmileg alulfinanszírozott. A súlyos mentális zavarokkal küzdő emberek mintegy 80%-a nem részesül kezelésben az alacsony és közepes jövedelmű országokban (LMIC); a magas jövedelmű országokban pedig akár 50%-uk nem részesül kezelésben. Globálisan a mentális egészségre fordított éves kiadások kevesebb mint két dollár fejenként, az alacsony jövedelmű országokban pedig kevesebb mint 25 cent/fő (F. Lassú – Fodor – Költő – Németh, 2023).

Rengetegen egyáltalán nem is fordulnak szakemberhez különböző okok miatt (mint például társadalmi megbélyegzéstől és előítéletektől való félelem). Azonban aki elszánt, és elhatározza, hogy felkeres egy szakembert, annak sincs sokkal könnyebb dolga, ugyanis Magyarországon súlyos szakemberhiány uralkodik, ami egyrészt nehezíti az ellátáshoz jutást, másrészt az ellátás minőségének rovására megy. Szekeres György, a Magyar Pszichiátriai Társaság elnöke 2022-ben az Indexnek adott interjújában azt nyilatkozta, hogy kevesebb mint ezer pszichiáter van hazánkban. A sikeres kezeléshez elengedhetetlen a gyógyszeres kezelés mellett a terápiás kezelés. Azonban a súlyos szakemberhiány miatt egy-egy betegre 10 perc marad, ami csupán gyógyszerfelírásra elegendő idő. A pszichoterápiás kezelés kevés állami intézményben elérhető, és a magánellátáshoz képest kevésbé eredményes. Magánúton a terápiás folyamat azonban sok ember számára elérhetetlen finansziális okoknál fogva (Holló, 2022). A magyar pszichiáterek számát sem tudjuk pontosan, azonban a pszichológusok számát illetően még nagyobb a bizonytalanság, hiszen a vállalkozóként dolgozó szakemberekről nincs adat. A Központi Statisztikai Hivatal 2021-ben 3262 jogviszonnyal foglalkoztatott pszichológust számolt (F. Lassú – Fodor – Költő – Németh, 2023).

3 Tudománykommunikáció a pszichológiában

A dolgozat szempontjából fontosnak tartom ismertetni, hogy a közösségi média mellett más típusú médiumokban milyen pszichológiai tartalmak jelennek meg. Így megismerhetjük a pszichológiai médiatartalmak sokféleségét, hagyományait, illetve azt, hogy milyen médiaközegbe érkeznek a 4. fejezetben tárgyalt TikTok-videók. A sciXcom-modell keretrendszerében vizsgálva a laikus közönséghez szóló tudománykommunikációs megjelenéseket sorakoztatom fel (Aczél – Veszelszki, 2018).

A következőkben bemutatok néhány példát a legnépszerűbb magyar nyelven elérhető pszichológiával foglalkozó újságok, magazinok közül. Vannak köztük print, és online formában elérhető magazinok is. Elsőként a Mindset Pszichológia weboldalán elérhető *Pszichológiai Tudástár* című szaklapját említem. A szaklap Magyarország legolvasottabb pszichológiai lapja, amelynek célja a legkülönbözőbb pszichológiai témák ismertetése közérthető módon. A szaklapban olvasható írások öt tematikus rovatba sorolva kapnak helyet. Élet & Pszichológia, Kapcsolataink, Munkapszichológia, Gyermekpszichológia és Egzisztenciális pszichológia. A cikkek ingyenesen, bárki számára elérhetők online. A Mindset Pszichológia a pszichológiai szaklap működtetése mellett pszichológiai tanácsadással is foglalkozik Budapesten, Szegeden és online formában. A következő pszichológiai témájú magazin a *HVG Extra Magazin – Pszichológia* című lapja. A magazin print formában érhető el, bizonyos cikkeket online is lehet olvasni. Mindemellett saját podcastműsort és Instagram-oldalt is működtetnek. A print magazin negyedévente jelenik meg új számmal, már több mint tíz éve. A magazin célja olyan ismeretek átadása, melyeket az olvasó a mindennapjaiban is képes hasznosítani.

A pszichológiai témájú könyvekkel folytatom a pszichológia tudománykommunikációs megjelenések ismertetését. A HVG nem csupán magazin formában tesz közzé pszichológiai témájú írásokat. A *HVG könyvek* gondozásában pszichológia és önismeret témájú kötetek érhetőek el. A Bookline 2023. februári top 50 könyv listájának első tíz helyén 6 pszichológiai témájú kötet sorakozik, olyan szerzőkkel, mint Dr. Máté Gábor, Berentés Éva, Orvos-Tóth Noémi és Csernus Imre. A könyvpiacra egyre markánsabb szerepet játszó self-help típusú írásokat is találhatunk a pszichológiai témájú könyvek között. Ezek a könyvek főként az amerikai hagyományokkal bíró self-help kultúra és a tudományos témájú írások keveredésével jönnek létre (Molnár-Kovács, 2018).

A *HVG pszichológiai magazin podcast* csatornáján kívül más, a témához kapcsolódó podcastok is elérhetők az érdeklődők számára. Az egyik legnépszerűbb hazai podcast a témában a *WMN Beszélünk kell* című műsora. Orvos-Tóth Noémi klinikai szakpszichológus és D. Tóth Kriszta újságíró közös podcastje. A 2020 óta működő műsor átlagosan egy órában foglalkozik egy-egy kérdéskörrel. Az eddigi médiatermékekhez hasonlóan erre a műsorra is jellemző a közérthetőség, a podcastben közvetített ismeretek a hétköznapiakba könnyen átültethetők. A műsor legutóbbi évadjába olyan vendégeket hívtak meg, akik érintettek az adott epizódban tárgyalt témában.

Mindemellett számos megjelenési módja lehetséges a pszichológia tudománykommunikációjának. A pszichológusok által tartott előadások szintén nagy népszerűségnek örvendenek (pl.: Kádár Annamária, Popper Péter, Dr. Almási Kitti, Dr. Bánki György). A személyes jelenlétet igénylő előadások felvételei különböző videómegosztó platformokon is elérhetők. Nagy tömegeket szólítanak meg az ilyen témájú előadások, melyek többek között a YouTube platformján is elérhetők. A *Nyitott Akadémia* előadásait, akár eredeti formájában, akár könyvként megismerheti az érdeklődő.

A pszichológiai jelenségek megvitatása népszerű téma több televízió-műsorban és rádióműsorban is. Mind országos, mind helyi csatornákon helyet szokott kapni egy-egy pszichológussal vagy pszichiáterrel készült interjú olyan témákban, melyekre látszólag mindenkinek van rálátása, valójában viszont csak a szakemberek tudnak pontos iránymutatást adni például a szorongás, az agresszió vagy a függőségek kezelésével kapcsolatosan. A pszichológiai témakörök között kiemelt népszerűségnek örvendenek a gyermekekkel, gyermekneveléssel kapcsolatosan témák. Nem véletlen tehát, hogy például a Duna TV *Család-barát* című műsorába is gyakran hívnak ilyen témákban jártas szakembereket. A Klubrádió Kadarkai Endre műsorvezetésével futó *Lélekben* című műsorában egyaránt szerepelnek szakemberek és a tárgyalt problémától szenvedő civil, vagy híres ember. A Hit Rádióban és a Tilos Rádióban is hallgathatunk pszichológiai témájú tartalmakat. Korábban Csernus Imre és Ranschburg Jenő szereplésével készült televíziós műsorok is nagy népszerűségnek örvendtek.

A hagyományos médiumokon túl a közösségi médiában is egyre jelentősebb a pszichológia tudománykommunikációjának jelenléte. A dolgozat további fejezeteiben erről lesz szó, főként a TikTokon megjelent tartalmakon keresztül.

4 Pszichológia a TikTokon

Dolgozatom kevert módszertanon alapul, azaz kvalitatív és kvantitatív adatokat egyaránt használok. Célom, hogy minél több információra tegyek szert a kutatott téma kapcsán, így prezentálom a téma gazdagságát (Király – Dén-Nagy – Géring – Nagy, 2014).

Kutatásomhoz az online etnográfia módszertanát hívtam segítségül. Főként a közönség attitűdjeit vettem elemzés alá, viszont ahhoz, hogy ez megtörténjen, érdemes alapos vizsgálat alá venni azokat a tartalmakat és alkotókat, akikre, amelyekre reagál a közönség. A TikTokon való terepmunkához létrehoztam egy külön TikTok fiókot, amelyet csak erre a célra használtam. A tartalomgyártók részletes leírása során azonban más médiumokat, közösségimédia-felületeket is megemlítek – például az Instagramot – hiszen így kapunk teljes képet az adott alkotóról, mivel a legtöbben nem csupán a TikTokra gyártanak kontentet. Mindemellett igyekszem a tartalomgyártók offline térben történő pozícióját is ismertetni, és így figyelembe venni az online és offline munkásságuk kapcsolatát.

A hine-i virtuális etnográfia elsősorban négy fő terület vizsgálatára koncentrál: 1. a felhasználók és az internet mint kommunikációs eszköz és kultúra kapcsolatára; 2. a közösségek változásaira; 3. az eredetiség/autentikusság, a hatalom és identitás reprezentációjának kérdéseire, illetve 4. az „online” és az „offline” társadalmi valóság viszonyára (Mátyus, 2015).

Ezen területek közül főként a negyedikre koncentráltam eddig a dolgozatban, ezért ismertettem részben Magyarország mentális állapotát, illetve az ellátás helyzetét. Ezek révén kívánom összekapcsolni, magyarázni, megérteni a kommentelők hozzáállását, viselkedését. Mivel a virtuális etnográfia az online térben történő interakciókon felül az offline attitűdöket is vizsgálja, ezért félig strukturált interjút készítettem pszichológus tartalomgyártókkal.

4.1 TikTokon szereplő pszichológia témájában alkotók körképe

A TikTok felületén a magyar pszichológus tartalomgyártókat térképeztem fel. Azért esett erre a platformra a választásom, mivel egyre több felhasználó és tartalomgyártó van jelen. Egy 2020-ban készült kutatás szerint Magyarországon csaknem 1,6 millió aktív felhasználó van jelen a TikTokon (Lévai, 2020), az idő elteltével nemcsak a felhasználók száma gyarapodott,

hanem a közönség életkorának összetétele, illetve a tartalmak sokszínűsége is sokat változott. A platform negatív megítélése a pszichológus szakmában az idő előrehaladtával egyre csökkenni látszik (Tamás, 2021). Mivel a TikTokon csupán 15 másodpercestől 10 percig terjedhet egy videó hossza, így kérdéses, hogy ilyen terjedelemben lehet-e érdemben tárgyalni egy komolyabb témát. A TikTokra tartalmat gyártó pszichológusok a platform korlátaival mérten készítenek önismereti témájú szórakoztató videókat, céljuk, hogy a közönség az általuk közölt információk birtokában közelebb kerüljenek a pszichológiához és önmagukhoz (Tamás, 2021).

Az általam vizsgált videók több száz ezres megtekintéssel rendelkeznek, a közönség egészen nagy aktivitást mutat a komment szekcióban, több esetben párbeszéd alakul ki a közönség és a tartalomgyártó, illetve a közönség tagjai között. A dolgozatomban 4.2 fejezetében legnagyobb követőszámmal rendelkezőket vizsgálom részletesen. Közel ötven pszichológus és pszichológus hallgató tartalomgyártó van jelen és teszt közé videót rendszeresen, a számuk és követőtáboruk azonban folyamatosan növekszik, így a dolgozat csak nagyságrendekben tudja követni a tartalomgyártók fontosságát, népszerűségét (az 50 tartalomgyártót 2023 novemberében találtam a platformon). A tartalomgyártókra a #pszichológia hashtaggel kerestem rá. A legnépszerűbb pszichológusok összeválogatásánál igyekeztem olyanokat elhelyezni a listán, akik általánosabban foglalkoznak a pszichológia tudományával, ezért nem kerültek be például olyan szexuálpszichológusok, akik kifejezetten csak ezzel a témával foglalkoznak, hiszen ez a dolgozat szempontjából kevésbé releváns, mivel próbáltam a pszichológiai öndiagnosztizáló kommentelői attitűdre helyezni a fókuszot. Illetve azokat a pszichológus tartalomgyártókat sem sorakoztattam fel ide, akiknél a nem (vagy ál)tudományos tartalmak nagy hangsúlyt kapnak. Erre Tóth Dorottya TikTok-csatornáját hoznám példaként, aki pszichológus hallgató. Az önismereti témák feldolgozásán túl asztrológiával kapcsolatos tartalmakat teszt közé. Csatornája nagy népszerűségnek örvend, több mint 140 ezer követővel bír.

Az előbb említett keresőszóval a videótalálatoknál alapos válogatásra volt szükség, hiszen rendkívül sok nem tudományos tartalmat dobott ki a kereső találatként. Ezek a tartalmak is nagy népszerűségnek örvendenek, hiszen könnyen fogyaszthatók, gyakorlatiasabb és általánosabb témákkal foglalkoznak azt ígérve, hogy a videók tanulságát levonva megváltozhat a videót fogyasztó életének minősége. Gyors megoldást kínálnak, míg a pszichológusok nem rejtik véka alá, hogy ez nem egy egyszerű folyamat, nem csupán egy egyszerű tünetenyhítő „megoldást” kínálnak, hanem a probléma forrásához vezetnek vissza

klienseiket az ülések alkalmával. Ezeket a nem tudományos tartalmakat főként motivációs trénerek, önismereti mentorok, személyiségelemzők, személyiségfejlesztők, önismereti segítők adják közé, de sok esetben nem is definiálják pozíciójukat, csupán kulcsfogalmakat találhatunk a biojukban, mint például önismeret, mentális egészség, pszichológia. Egyes alkotóknál a pszichológiai jellegű témák összekapcsolódnak a spiritualitással, numerológiával és az asztrológiával is. Ezen alkotók nagy része külön tanácsadást és más szolgáltatásokat nyújt.

4.2 Legnépszerűbb TikTokon szereplő pszichológus tartalomgyártók profiljának elemzése

Fuller Bianka a legnépszerűbb pszichológus tartalomgyártó a TikTokon, 2024 áprilisában több, mint 150 ezer követővel rendelkezik. A legnagyobb nézettségű videója a szorongásról szól, több, mint egymillióan nézték meg. Videóira jellemző, hogy pár tünetet nevesít egy adott mentális kórképpel kapcsolatban. Ezzel a technikával könnyen átláthatóvá tesz egy pszichés állapotot, logikusan, könnyen érthetően találja azt közönsége számára. Egy-egy tünet hátterét megmagyarázza és kiemeli, hogy a köztudatban forgó tippek nem nyújtanak igazi segítséget amikor egy komolyabb problémáról, betegségről van szó, mint például a depresszióról. Ahogy Fuller Bianka fogalmaz egy vele készített interjúbán: „A depresszió esetén a tippek és praktikák egyáltalán nem segítenek.” A három legnagyobb nézettséggel rendelkező videójának témája: a szorongás, a depresszió és a kiégés. Pontos leírást ad a tünetekről, megkülönbözteti őket a bagatellizált problémáktól, kontrasztba állítja őket, így érzékelteti ezen mentális állapotok súlyosságát. A TikTokon kívül más közösségimédia-platformokon is jelen van. A számszerű felsorolás több videójára is jellemző, ilyen módon ismeretet különböző jeleket, tüneteket, tévhiteket egy adott pszichológiai jelenség vagy mentális betegség kapcsán. A fentebb említett mentális betegségeken kívül még olyan témákkal találkozhatunk az oldalán, mint a gyermekkori traumák vagy a szüleinktől tanult viselkedési minták hatása. A TikTok mellett Facebookon és Instagramon is aktív, ezeken a platformokon főként online eseményeit teszi közzé, és hasznos információkat oszt meg követőivel. Klienseket is vállal, illetve éntervező határidőnaplót készít, mellyel az önismereti munkát kívánja segíteni.

Kalász Cintia videói közt is rábukkanhatunk olyanokra, amelyekben különböző pszichológiai jelenségeket, mentális betegségeket vagy személyiségzavarokat ismertet. Azonban az ő fiókját

vizsgálva hamar rájövünk, hogy egészen másféle megközelítésből érinti a pszichológia tudományát. Különböző társadalmi, közéleti jelenségeket elemez pszichológiai szempontból videóiban, a hétköznapiak során hasznosítható pszichológiai tippeket ad, a tudattalanról, az emberei elméről, álmokról oszt meg érdekességeket. Mindezt nagyon személyes és a tartalomfogyasztókat magával ragadó módon teszi. A közönségnek olyan érzése lehet a videói nézése közben, mintha velük beszélgetne, nekik mesélne a tartalomgyártó.

Csernus Imre, pszichiáter sokféle médiumban vállalt már szereplést karrierje során. Televíziós szereplései, különböző előadásai tekinthetők meg a videómegosztó platformokon, illetve könyvei nagy sikernek örvendenek. A közösségi médiában is aktívan oszt meg tartalmakat. A TikTokon főként nézői kommentekre reagálva osztja meg tudását az adott témában. A három legnépszerűbb videójának témája a pánikbetegség, a konfliktuskezelés, illetve az *Én és Te* című könyvének bemutatása, amely során a múlttól és jövőtől való szorongásról beszél. Tartalmaira jellemző, hogy egyszerre reagál a specifikus esetre, amely a hozzászólásban megfogalmazódott, illetve egyszerre oszt meg információkat általánosságban az érintett jelenségről. Ezáltal lehetővé teszi, hogy a közönségből mindenki tudjon valamit hasznosítani a videóból.

Knapék Éva az előbb említett tartalomgyártókhoz hasonlóan több társasmedia-platformon is aktívan tevékenykedik. A közösségi médián túl saját videós tananyagot állított össze azoknak, akik az Önazonos vagyok klub tagjai. Legnépszerűbb TikTok-tartalmai szexuálpszichológiai témákban készültek, azonban nem csak ilyen típusú videókat tesz közé, ezért is érintem a dolgozatomban. Szülő-gyermek kapcsolatról, érzelemszabályozásról, személyiségzavarokról és más egyéb a szexuálpszichológiához nem feltétlenül kapcsolódó témákról is oszt meg tartalmakat.

Baranyi Dorka az elemzett alkotók közül az, aki leginkább követi és használja fel videóiban a TikTok-trendeket. Videói figyelemfelkeltőek, terjedelmükben eltérőek egymástól. Vannak kifejezetten röviddek, ahol csak egy-egy gondolatot oszt meg, és vannak, amelyekben részletesebben fejti ki az éppen tárgyalt témát. Az ő TikTok-oldalán is, mint a legtöbb pszichológus tartalomgyártónál, szerepelnek olyan tartalmak, amelyekben pár tünetet ismertetve beszél egy mentális állapotról. Főként a párkapcsolatok és a traumák, gyermekkori élmények hatását vizsgálja videóiban.

Scheller Virág legnézettebb videóinak témája a szorongás. Számos tartalmat készít ebben a témában mind TikTokon, mind Instagramon. Ezen a két felületen a legaktívabb. A szaktudása

szerteágazó: család- és párterapeuta, foglalkozik evészavarral, illetve sématerápiás konzultáns is. Az evészavarról őszinte és intim tartalmakat készít, hiszen ő is érintett volt, anorexia nervosában szenvedett. Ahogy szaktudása, úgy a videóinak témái is egészen sokszínűek. Egy-egy témát több videóban, többféle megközelítésből is megvizsgál. Ilyen témakörök már az előbb is említett szorongás, az önbizalomhiány, a párkapcsolat, a sémátípusok, kötődési típusok, a gyermekkori élmények hatásai, a traumák és még hosszasan folytathatnám a felsorolást. Mint más alkotóknál, úgy nála is találkozhatunk olyan videókkal, amelyekben különböző mentális betegségek és pszichológiai jelenségek ismertető jegyeit pár (például öt) tüneten keresztül mutatja be. Így segítve azt, hogy az érintettek felismerjék problémájukat, erre egyes videók címében utalást is tesz pl.: „Ha ezek ismerősek, lehet, hogy neked is érzelmileg elérhetetlenek voltak a szüleid”. A csatornáján négy lejátszási lista érhető el, ahol tematikus bontásban találunk videókat, ezzel is segítve a közönségét, hogy megtalálják a számukra aktuális, hasznos információkat.

Szobeczki Szonja különösen nagy figyelmet fordít arra, hogy a videóiban tárgyalt mentális betegségekről úgy beszéljen, hogy ne csak az érintettekre vagy önmagunkra gondolva értékeljük az elhangzott információkat, hanem célja az is, hogy vegyük észre, ha a környezetünkben valaki hasonló problémában szenved. Így olyan videókat készít, melyekben azt taglalja, hogy hogyan tudjuk észrevenni, ha a környezetünkben valakinek gondjai vannak. Erre utalnak már a címek is: „Hogyan vehetjük észre, ha valaki depressziós” vagy „Szorongás felismerése magunkban és másokban”. Számos tartalmat készít közreműködőkkel, a legtöbbször Csepeli György szociálpszichológus szerepel nála, aki egy-egy kérdésre válaszol vagy egy témára reflektál. A bántalmazó párkapcsolatot érintő videóját egy érintettel készítette, amelyben a hölgy beszámolt személyes tapasztalatairól. Azon videók, melyekben csak ő szerepel, többnyire a TikTok-trendeknek megfelelő zenékre vannak megvágva, és felirattal vannak ellátva, közben az alkotó nem beszél. Ezekben a tartalmakban mindig egy konkrét sémát követve dolgoz fel egy témát. Az egyik ilyen séma, hogy a kliens és terapeuta párbeszédét feliratozva mutat be egy konkrét témát. A másik, ami nagyon népszerű a pszichológus TikTok-tartalomgyártókra, hogy pár tünetet, jelet felsorolva mutat be egy mentális betegséget. A harmadik séma az, amikor a videó feliratozása úgy kezdődik, hogy „Amikor rájössz, hogy azért...”. A TikTok mellett az Instagramon van aktívan jelen, azon a platformon viszont főként a szexuálpszichológia témakörében oszt meg érdekes információkat.

A Sématerápia TikTok-oldal esetében a nevéből következtetve is tudhatjuk, hogy a sémákhoz, párkapcsolathoz kapcsolódó tartalmak fogadnak az oldal legnépszerűbb videóit áttekintve. Az oldalt Ferles Péter tanácsadó szakpszichológus működteti, aki egy szakértői csapattal együtt működteti Budapesten a Mandula Pszichológiai Rendelőt, ahol megoldásközpontú tanácsadást biztosítanak a klienseik számára. A sématerápia TikTok-oldal egyedi módon reflektál a közösségi médiában megjelenő pszichológiai tartalmakra és azok hatásaira. Az ilyen jellegű videóin keresztül arról számol be, hogy ne elégedjünk meg az úgynevezett intellektuális pszichologizálással, hiszen ez nem vezet valós eredményre. Ferles Péter egyik videójában így fogalmaz: „...az intellektuális pszichologizálás egy illúzió. Annak az illúziója, hogy tippek-trükkök szintjén tudod irányítani az életedet.” (sema_terapia, 2023). Szórakoztató módon mutatja be a sématerápiás módszert és elemzést. Éppen ezért különböző filmes karaktereket elemez ilyen szempontok mentén, így közelebb hozva a közönségét az elhangzott információkhoz.

4.3 Kommentelői attitűdök elemzése

A média és médiafogyasztás egyre nagyobb hatást gyakorol életünkre, ezen kutatás arra koncentrál, hogy a mentális egészséghez fűződő viszonyunkat is alakíthatja. E téma vizsgálata kapcsán indokoltnak tartom a pszichológiai témájú tartalmak fogyasztóinak, közönségének vizsgálatát, amelynek médiatudományban nagy hagyománya van. A közönség vizsgálata során beszélhetünk tágabb és szűkebb közönségről egyaránt. A szűkebb közönség alatt azokat értjük, akik fogyasztják a vizsgált tartalmat, tágabb értelemben pedig a társadalmat. A kommentelemzés során az előbbi csoport reakcióit elemzem (Stokes, 2008). A pszichológiai témájú TikTok-tartalmak közönségének kommentjeit vizsgálva különféle attitűdökre lettem figyelmes, melyek között egyfajta rendszert véltem felfedezni. A következőkben egy tartalomelemzésen alapuló modellalkotásra vállalkozom. Az egyes attitűdtípusokat bemutató táblázat terjedelmi okok miatt a dolgozat végén kapott helyet a 1. függelékben. Fontos kiemelni, hogy egy kommenten belül akár több attitűd is megfigyelhető, illetve egy-egy hozzászólás értelmezését az emoji használata is befolyásolja.

Az előző fejezetben tárgyalt tartalomgyártók videóinak komment szekcióját vizsgálva négyféle kommentelői csoportot különítettem el sajátos attitűdjük alapján. Ezek a következők: a *kíváncsiak*, a *visszajelzők*, az *érintettség spektrumon elhelyezkedők* és a *”tudósok”*. A fő csoportokon belül még további kategorizálást végeztem el, érzékeltetve a hozzáállások sokszínűségét. A kategóriák megértéséhez, szemléltetéséhez idézek a kommentekből. Minden

esetben megnevezem a videót, ami alapján született a komment. Az attitűdök felállításához a legnépszerűbb tartalomgyártók videóinak kommentszekcióját tekintetem át, amely megközelítőleg hatezer kommentet jelent.

A *kíváncsiak* csoportjába olyan médiafogyasztók tartoznak, akiket a videóban érintett témakör különösen foglalkoztat, nagy érdeklődést mutatnak a pszichológia iránt. Ezen a főcsoporton belül négyféle attitűdöt figyeltem meg. Ezek közül az egyik a *követelőző*. A *követelőző* kommentelő újabb, számára érdekes, fontos témák elemzését, feldolgozását kéri az alkotótól. Fuller Bianka szorongásról szóló videója alatt a következő kommentet említeném példaként erre az attitűdre: „*a borderline személyiség zavarról beszélnél esetleg?*” A *kérdező*, mint az a nevéből is kiderül a videó témájához kapcsolatos kérdéseit teszi fel. Az előbb említett videó kommentszekciójából idézem a következő példát: „*és az ok nélküli rossz kedv is beletartozik (a tünetekbe) étvágytalanság, stb.*” A *terápiára vágyakozók* kommentjükben az alkotót arra kérik, hogy vegyék fel privát üzenetben a kapcsolatot. Kifejezik, hogy számukra ő lenne az ideális szakember, akivel szívesen dolgoznának együtt. Csernus Imre pánikroham témakörét érintő videó alatt ezt a kommentet emelem ki: „*Jó estét! Hol lehetséges önhöz időpontot kérni? Teljesen el vagyok keseredve, napról napra rosszabbak a rohamok. A mai napon kettő is volt. Tudna adni bármilyen tanácsot? Vagy elérhetőséget ahol időpontot lehet foglalni önhöz, akár online terápiára.*” Megfigyelhető, hogy vannak olyan videók, amelyek egy adott problémát, betegséget érintenek, és vannak olyanok, amelyek ezek megoldásáról beszélnek, vagy éppen tippeket osztanak meg, amelyek az egyén hétköznapijaiba beilleszthetők, alkalmazhatók. Azonban nem minden esetben jelenik meg ez a két videótípus, előfordul, hogy olykor csupán a tünetekről esik szó. Ezen videók kommentszekciójában megfigyelhető az a fajta magatartás, hogy a videó fogyasztója a megoldásra kíváncsi, arra, hogy a tárgyalt probléma miként orvosolható, ez az attitűd a *megoldást kereső*. Ez főként abban különbözik a *kérdezőtől*, hogy kifejezetten a videóban tárgyalt mentális problémára keresi a megoldást. Baranyi Dorka traumákkal foglalkozó videója alatt ezzel a kommenttel példáznám az előbb tárgyalt attitűdöt: „*És hogy tudunk magunkon segíteni ha ilyeneket élünk át?*”

A második attitűdöket tartalmazó csoport a *visszajelzők*, a közönség azon része, akik ebbe a csoportba tartoznak főként a tartalomgyártás mikéntjéről nyilatkoznak. Meglátásaikat osztják meg az alkotóval azzal kapcsolatban, hogy nekik miért tetszett vagy éppen nem tetszett az adott tartalom. Ebben a csoportban három attitűd figyelhető meg. Ezek közül az egyik a *lázadó*. A *lázadó* nem ért egyet a videó tartalmával, az esetek nagy többségében indoklást nem ad. Esetenként megkérdőjelezi, kérdőre vonja a tartalomgyártó pszichológus szakmaiságát.

Baranyi Dorka Ezért halkítod le a rádiót, miközben parkolsz című TikTok-videója alatt ez a komment szerepel: *„csak azért halkítom le a zenét, hogy előbb meghalljam ha valami törik. Semmi köze nincs a pszichológiához.”* Az asszisztens felhívja a tartalomgyártó figyelmét arra, hogy a videóhoz kapcsolódóan milyen meglátásai vannak, miként lehetne még feldolgozni az adott kérdéskört, milyen más témák kapcsolódnak szorosan a tartalomhoz, amelyet érdemes lehet feldolgozni, közzétenni, vagy éppen kifejti azt, hogy szerinté hogyan lenne érdemes ezt vizuálisan megjeleníteni. Kalász Cintia bipoláris személyiségzavarról szóló videója alatt ez a komment egy jó példa erre: *„Imádom a videóid tartalmát. Viszont egy kicsit lehetne messzebb is az arcodtól a kamera”* A támogató tetszését kommunikálja kommentjében. Baranyi Dorka szorongásról szóló videójához fűzött egyik hozzászólást használok példaként: *„te annyira profi vagy erre születél, jó tanító vagy nagyon,át tudod adni úgy a tanítást hogy az be tudjon jutni árad az energia”(sic!)*

A harmadik és egyben legkomplexebb, legtöbb alcsoporttal rendelkező attitűd az *érintettség spektrumon elhelyezkedő*. A kommentszekciót áttekintve ez a típusú hozzászólás található meg legnagyobb számban. Ebbe a csoportba tartozik az *önfelismerő* attitűd. A videóban érintett probléma alapján magára ismer, kommentjében kifejti, hogy tapasztalja magán a tünetek nagy részét, vagy akár az összeset. Bizonyos esetekben nem csupán a felismerés tényét fogalmazzák meg, hanem tapasztalatainak, saját élményeinek hosszas beszámolója is olvasható. A *megosztó* ismerőseit, barátait megjelöli a kommentszekcióban, esetleg kérdést irányít hozzátartozói felé, hogy ő (a kommentelő) véleményük szerint mutat-e hasonlóságot a videóban tárgyalt emberek problémáit illetően. Vagy éppen a barátok megjelölése után csak kijelenti, hogy ezeket a tüneteket tapasztalja magán, teljes mértékben azonosnak érzi magával. Fuller Bianka a depresszió és lustaság különbségeit tárgyaló videója alatt található kommenttel szemléltetem az attitűdöt: *„hallgasd meg a 3.-t az neked választ ad hogy miért vagyok ilyen.”* (sic!) Az *önironikusak* szintén azt érzékelik, hogy érintettek az adott témát illetően, azonban kommentjüket humorral, iróniával fűszerezve fogalmazzák meg. Az előbbi videó alatti született kommenttel példázom a tárgyalt attitűdöt: *„Nem vagyok lusta, csak motivált a semmittevéshez”* A *gyógyult* kommentelő általában nagyobb terjedelemben fogalmazza meg gondolatait. Őket a múltban érintette a videóban tárgyalt pszichés jelenség. Elmesélik történetüket, mikor, milyen élethelyzetben volt jelen az életükben a probléma, hogyan hatott ez a mindennapjaikra, kapcsolataikra, és mi vezette őket a megoldáshoz, gyógyuláshoz, hogyan küzdöttek meg a jobb közérzetükért. Ezt követően jó tanácsokkal látják el sorstársaikat. Többek között Csernus Imre pánikrohamról szóló videójának

kommentszekciójában található ilyen jellegű hozzászólás: „*Heti 3-4 pánikroham után szakember segítségével önbizalom tuninggal már 3 éve nem volt pánikrohamom. Melós, de megéri 😊*” Ezzel szemben a *reményvesztettek* szintén érintettek a videóban tárgyaltakkal, szakembert kerestek fel, segítséget kértek, azonban mégsem sikerült áttörő sikert elérniük, továbbra is szenvednek az adott tünetektől. Kétségbeesettek, nem tudják hogyan oldják meg a helyzetüket. „*Depressziós vagyok, több mint 8 hónapja szedem a gyógyszereket és semmi változás*” A *versengő* kommentje megírása előtt átolvasta a kommentszekciót, figyelmes lett arra, hogy sokan fogalmazzák meg azt, hogy érintettek a problémában, maguk is ezzel küzdenek. Azon felül, hogy a *versengő* megfogalmazza tapasztalatait, elmondja, hogy a tünetegyüttes az ő életére is hatással van, azt bizonygatja, hogy neki sokkal nagyobb a gondja. A következő két attitűdöt párba állítva ismertetem, mivel látszólag hasonló tartalmú kommentek ezek, azonban a motivációjuk teljesen különböző. A *heurisztikus* a videóban tárgyalt alapján magára ismert, a videó megtekintése előtt viszont nem gondolta, hogy érintett lehet. Ez a felismerés a befogadó számára nagyon meglepő, magyarázattal szolgál az élete bizonyos aspektusában történetekre, illetve a viselkedésére. A kommentjében érzékelhető a meglepődöttség. Erre az attitűdre Scheller Virág szorongásról szóló videójának kommentszekciójából hozok példát: „*Amúgy nem érzem azt hogy szoronganék, de ez durva mert mind igaz rám.*” A *hipochonder* szintén nem gondolta volna, hogy érintett a videóban ismertetett kérdéskörben, viszont szemben a *heurisztikussal*², ő attól tart, hogy a jövőben tapasztalni fogja magán a tüneteket, ez félelemmel tölti el. Az *öndiagnosztizáló* csoportba tartozó utolsó attitűd az *elutasított*. Többségében a kommentjükből lesűrhető, hogy kiskorúakról van szó. A többi attitűdű tartalomfogyasztóhoz hasonlóan ők is azonosulnak a videóban tárgyaltakkal, ami mégis megkülönbözteti őket a többi kommentelőtől, az az, hogy ők ezentúl még azt is megfogalmazzák hozzászólásukban, hogy félnek a környezetük reakciójától, ha esetleg megosztanák érzéseiket, gondolataikat, problémájukat. A legtöbb ilyen kommentelő a szüleitől tart, a félelmét sok esetben korábbi rossz tapasztalataira alapozza. A korábbiakban már említett Fuller Bianka depresszióról szóló videó kommentszekciójából emelek ki egyet: „*Mind a 4 jel igaz rám de nem merem elmondani a szüleimnek mert már egyszer megpróbáltam de lekiabált hogy csak a telefonom miatt vagyok depressziós*” (sic!)

A negyedik és egyben utolsó attitűd csoport, a *"tudós"* az esetek nagy többségében rendszerszinten próbál gondolkozni a TikTok-videókban feldolgozott mentális betegségekről.

² Az alcsoport neve a heuréka élményre utal, nem a szó eredeti értelmében használom.

Nem az egyénre asszociál a videók fogyasztása során, hanem társadalmi szinten értelmezi azt. Erre a hozzáállásra tökéletes példa a *holisztikus*, aki nem csupán egyéni problémát ismer fel a videóban elhangzottak alapján, hanem a társadalom jelentős részét érintő jelenséggént definiálja azt. Szobeczki Szonja depresszió tüneteit ismertető videójánál így fogalmaz egy kommentelő: *„Magyarországon ezek alap dolgok”*. Az *önkéntes terapeuta* magát egy magasabb pozícióba helyezve tanácsokkal látja el nézőtársait. Tippekkel, esetenként konkrét megküzdési stratégiával, pontról pontra magyarázza azt el, hogy szerinte hogyan érdemes kezelni a helyzetet. Baranyi Dorka szorongásról szóló videójának komment szekciójában így ír egy kommentelő: *„Az emberek 90% ára igaz. KB mindenki szorong. A gyógymód pedig egyszerű. Azzal kell foglalkozni ami jólesik”*. Az utolsó két attitűdre ironikus formában használok a *tudós* jelzőt, erről azonban az elnevezésük is árulkodik. Az *okoskodó* szintén nézőtársai fölé helyezi magát, bagatellizálja az adott problémát, egyszerűnek gondolja azt. Pontosan tudja, mi a gond kiváltó oka, hogyan lehet megoldani, mivel könnyűnek véli azt. Kommentjeiből árad a rosszindulat, nem segítőszándékkal ír. Fuller Bianka depresszióról szóló videója alatt a következő komment olvasható: *„A depresszió egy hülyeség.”* Az *összeesküvők* szerint a szakembereknek és az orvosoknak az az érdeke, hogy betegek legyünk, rosszul érezzük magunkat, hiszen ebből származik megélhetésük. *„a pszichológusok, (mint a politikusok) a problémák feltárásában és lebegtetésében érdekeltek!*

Ahogy az a fentiekben példákkal is alátámasztott attitűdtípusok leírásából is látszik, rendkívül sokrétű lehet az a motiváció, amely egy-egy komment megírását életre hívja. Ezt a tipológiát a későbbiekben még érdemes lehet cizellálni, de jelen állapotában is alkalmasnak látom arra, hogy egyfajta keresztmetszetet adjon a TikTokon pszichológia iránt érdeklődő médiafogyasztók attitűdjeivel kapcsolatosan.

5 Interjúk TikTok-on tartalmat gyártó pszichológusokkal

A TikTokon népszerű tartalmat gyártó pszichológusok közül tízet kerestem fel azzal a kéréssel, hogy szeretnék vele, mint a kutatási témámban jártas szakemberrel interjút készíteni a közösségi médiában megjelenő pszichológiai tartalmakkal és azok közönségével kapcsolatosan. A felkért pszichológusok közül Baranyi Dorina és Fuller Bianka fogadták el a felkérést. Több szakember időhiányra és leterheltségre hivatkozva nem tudta vállalni az interjút a dolgozat benyújtásáig. Kutatásom eredményeinek ismertetése előtt röviden bemutatom mindkét interjúalanyt.

Baranyi Dorina 2023-ban szerezte meg mesterdiplomáját pszichológia szakon. Dorina a diploma megszerzését követően számos módszerspecifikus képzés által mélyítette el szaktudását, tagja a Magyar Viselkedés-, Kognitív és Sématerápiás Egyesületnek, valamint a Magyar Sématerápiás Egyesületnek is. 2022-ben indította el a saját nevén futó TikTok-csatornáját, melyet 2024. április 28-án 45,9 ezer ember követ. A 2023-ban elindított pszicholive elnevezésű TikTok csatornára szintén ő gyártja a tartalmakat. A csatorna népszerűsége hasonló az előzőhöz, több mint 41 ezer követővel. Dorinát e-mailen keresztül kértem fel az interjúra, melyre igent mondott. Az interjút online, GoogleMeeten keresztül bonyolítottam le, az interjú időtartama 52 perc. Félig strukturált interjút készítettem, előre összeállított kérdéssorral, azonban igyekeztem az interjúalany által elhangozott információkra reflektáló kérdéseket is feltenni. Az interjúkérdéseket két témakör köré rendeztem: az első Magyarország mentális állapotának, illetve mentális ellátásának feltérképezése, a második blokk pedig a TikTokon való munkásságának, közönségének a megismerése. A TikTokon megjelenő pszichológiai témájú tartalmakat úgy célszerű feldolgozni, hogy közben megvizsgáljuk, mi történik az offline térben.

Második interjúalanyom Fuller Bianka 2020-ban indította TikTok-csatornáját, mely jelenleg magyarországi viszonylatban a legnépszerűbb. 2024. április 28-án 151,4 ezer ember követi. A közösségi médiában való aktív jelenlét mellett, saját önismeretet fejlesztő naptárt dobott a piacra, pszichológiai tanácsadóként működik, illetve különböző önismereti csoportokat működtet. Szintén e-mailben kértem fel az interjúra, a felkérést elfogadta. Az interjúra online került sor, az interjú időtartama 41 perc. Az interjúk előkészítésekor megfogalmazott témákat, kérdéseket az 2. függelék tartalmazza.

Az interjú első blokkjában Magyarország lakosságának mentális egészségével kapcsolatos kérdéseket tettem fel. A témát más aspektusból közelítette meg a két interjúalany. Baranyi Dorina a dolgozat elején is említett statisztikák ismeretében fogalmazta meg véleményét, illetve kiemelte a különböző függőségek, főként az alkoholfüggőség súlyos problémáját. Fuller Bianka saját kliensei problémáiból kiindulva válaszolt a kérdésre. Nála leginkább a 20-as, 30-as korosztály fordul meg, ők főként különböző szorongásos problémákkal küzdenek és depressziós tüneteket produkálnak. Ennek kiváltó oka az, hogy kilátástalannak látják a jövőjüket, nem tudják, hogyan indítsák el az életüket, ami szoros összefüggésben áll a gazdasági és társadalmi helyzettel.

A Covid-19 járvány kapcsán sok új témát érintettünk az interjú során. A magány, az izoláció és a létbizonytalanság élménye felerősítette, vagy éppen előidézett különböző mentális

betegségeket, szorongásos tüneteket. Ez felvetette azt a kérdést, hogy vajon erre készen áll-e az ellátórendszer.

Mindkét interjúalany egyetért abban, hogy nemcsak az állami ellátás szintjén figyelhető meg szakemberhiány, hanem a magánellátás esetében is számítanunk kell hosszú várólistákra, hiszen egyre többen veszik igénybe pszichológus segítségét. Fuller Bianka így nyilatkozott a témáról: *„Szerintem manapság nagyon nehezen lehet eljutni szakemberhez, mert már a magánellátásban is várólistával dolgozik a legtöbb szakember. Emellett az állami része a dolognak pedig még rosszabb állapotban van, mert ott nagyon-nagyon nagy a munkaerőhiány, nem is a munkaerőhiány, az erőforráshiány pszichológusokból, és az igény pedig nagyon nagy rá.”*

A kérdőív eredményeiből is az derült ki, illetve Fuller Bianka is alátámasztotta, hogy nehéz megfelelő szakembert találni. Egyrészt a pszichológushiány miatt, másrészt pedig azért (amivel kapcsolatosan mind a ketten egy véleményen vannak), mert sok mesterképzést végzett pszichológus nem képezi magát tovább, ami szükséges lenne ahhoz, hogy minél több információval a birtokában tudja fogadni klienseit. Fuller Bianka továbbá azt is megemlítette: *„annak ellenére, hogy magánellátásról beszélünk, nem megfelelő ellátást kapnak az emberek a szakképesítés hiánya miatt, a kompetencia hiánya miatt. Nagyon sokszor pályakezdőként az ember nem is tudja felmérni, hogy bír-e azzal a kompetenciával, (...) vagy hogy megvan-e az a kompetenciája, amivel megfelelően tud segíteni a hozzá fordulóknak. Úgyhogy sajnos ez egy probléma, hogy nincsen egy szakszolgálat, mint például az orvosi kamara, aki felügyeli az orvosok működését. Na, ez a pszichológusoknál nincsen, és emiatt sajnos lehet belefutni nehézségekbe alapvetően.”*

A negatív hozadékok mellett megfigyelhető az is, hogy az emberek egy jelentős része ezeket a kihívásokat segítő szakemberrel akarta meglépni. Így elindult egy hullám és egyre többen vették komolyan a mentális problémájukat. A pszichológus felkeresése mellett a tájékozódás is fontos szempont lett: *„ezzel együtt nem nagyon volt az embereknek lehetősége arra, hogy külső forrásból próbálják elterelni a figyelmüket, mert nagyon sok esetben a négy fal közé voltunk zárva, és hát ilyenkor az embernek nincs más választása, mint hogy befelé kezdjen el figyelni, és emiatt az emberek elkezdtek ténylegesen befelé figyelni és válaszokat keresni arra, hogy mi is zajlik bennük, és egyre fogékonyabbak lettek a pszichoeducációra.”*

A beszélgetés második blokkjában a tartalomgyártásról és a TikTok-oldaluk közönségéről kérdeztem a pszichológusokat. Megkértem az interjúalanyokat, hogy mutassák be a

közönségük összetételét különböző demográfiai adatok alapján. Baranyi Dorina TikTok oldalát nők és férfiak azonos arányban követik, ami számára nagy öröm. Úgy fogalmazott, hogy őt azért töltik el ezek a számok boldogsággal, mivel azt gondolnánk, hogy az önismeret témája főként a nőket vonzza. A profilja működésének kezdetétől közel 50-50%-ban alakul a nemek közti feloszlás. Fuller Bianka követőit tekintve a következőképp alakul a nemek aránya: 67% nő és 33% férfi. A követők életkorát tekintve a két tartalomgyártó közönsége hasonlóan alakul. Fuller Bianka követőtábor a következőképp néz ki: 18-24 év között 38%, 25-34 év között 38%, 35 év fölött 15% és 45 év fölött 7%. Baranyi Dorina követőinek életkorát tekintve a legtöbb követő 25-34 év között 39%, 18-24 év között 24%, 35 év fölött 22%, 45 év fölött 12%. Az interjú ezen része bizonyíték arra, hogy egyre többen érdeklődnek a pszichológia és az önismeret iránt nemtől függetlenül. Ami a tartalomgyártók követőtáboráról kiderült még, hogy főként a fővárosból, Budapestről figyelik a legtöbben ezeket a tartalmakat.

Ami a kérdőívből, a kommentelemzésből és az interjúkból is kiderült, hogy a pszichológiai témájú tartalmak egyik hozadéka az, hogy a tartalomfogyasztó egyes esetekben elkezd magát, illetve a környezetében lévőket felcímkézni különböző diagnózisokkal. A kutatás során sokszor előkerült az intellektualizálás, intellektuális pszichologizálás fogalma. Erről a témáról Bianka a következőket mondta: *„elkezdjük címkézni az embereket mindenféle jelzővel ennek hatására. Ő depressziós, ő narcisztikus, ő bipoláris, ő skizofrén, ő nem tudom, borderline, és ezeket úgy használjuk, mintha ezek tényleg ilyen hétköznapi jelzők lennének másra, meg sokszor magunkra is. És ez veszélyes, főleg azokra az emberekre nézve, akik tényleg ezzel küzdenek, mert nem szabad ezeknek a szavaknak a súlyát elveszíteni. Meg nagyon sokszor az ember azt gondolja, hogy attól, hogy valamit így megcímkéz, meg azt mondja mondjuk a másakra, hogy ó, hát ő narcisztikus, azért ilyen. Attól minden megoldódik, de attól, hogy valakire vagy a saját magunkra aggatunk egy címkét, semmi nem fog változni. Nekünk se lesz jobb tőle, a másik se fog megváltozni, és sokszor látom azt, hogy az emberek belemennek már egy ilyen intellektuális önfejlesztésbe, ami egyébként nem visz sehova, mert ennek nem gondolati szinten kell történnie, nem intellektuális szinten, hanem érzelmi szinten.”*

Az intellektuálispszichologizálás a pszichológus tartalomgyártók videóinak témájává vált. Így tájékoztatják arról követőiket, hogy a pszichoedukatív tartalmak a tájékozódáson túl más funkciót nem képesek betölteni. Nem helyettesítheti a szakemberrel való közös munkát, terápiás üléseket. A megjelenő tartalmak leginkább edukációs célt szolgálnak, azaz csak információszerzésre alkalmasak. Egy terápiás folyamat ezzel ellentétben érzelmi bevonódást

követel. Ezt a funkciót a pszichológiai tartalmak képtelenek betölteni, és eleve nem is ilyen céllal jönnek létre.

6 Kérdőíves kutatás

A tartalomelemzés és az interjúk csak közvetve adnak képet azokról, akik a közösségi médiában pszichológiai témájú tartalmat fogyasztanak, ezért szerettem volna közvetlenül is megvizsgálni ezt a közönséget. A következőkben kérdőíves kutatásom hipotéziseit, módszertanát és eredményeit mutatom be.

6.1 Hipotézis, kutatói kérdések

A kérdőíves kutatás során a következő kutatói kérdésekre kerestem a választ. A közösségi médiában pszichológiai témájú tartalmak befolyásolják-e a tartalomfogyasztó saját mentális egészségéről kialakított képet? A közönség elégedett-e a mentális egészséget támogató ellátórendszer minőségével? Hipotézisem szerint az ilyen jellegű tartalmak fogyasztása hajlamossá teheti a közönséget arra, hogy magát és környezetében lévőket különböző mentális betegségekkel diagnosztizálja. Előfeltevésem szerint az ellátórendszer túlterheltsége és a szakemberhiány miatt a médiában pszichológiai tartalmakat fogyasztók a számukra elérhető információkra, mint például a közösségi médiában látott ismeretekre hagyatkoznak.

6.2 Módszertan

A vizsgált populációról a kérdőíves kutatás által a kommentelői attitűdök vizsgálatához képest új információkat szerezhetünk, ezáltal teljesebb képet kaphatunk a közösségi médiában pszichológiai témában tartalmat fogyasztókról. A kérdőívben a tartalomfogyasztók mentális jóllétéről, tartalomfogyasztási szokásairól, motivációkról és rájuk gyakorolt hatásáról kapunk információkat. Nyitott, félig zárt és zárt kérdéseket tettem fel. (Héra – Ligeti, 2005).

Az online kérdőív nem reprezentatív, azt saját közösségimédia-felületemen osztottam meg, valamint releváns Facebook-csoportokban, illetve az egyik interjúalanyom tette közé saját közösségimédia-oldalán. A kérdőívem célközönsége a közösségi médiában pszichológiai témájú tartalmakat fogyasztók. A kérdéssor a függelékek 3. részében olvasható.

A kérdőívet a következőképpen építettem fel: a demográfiai adatokra épülő kérdéseket követően a WHO egészségdefinícióját a kérdésbe illesztve kérdeztem a kitöltőket arról, hogy szerintük igaz-e. Ezzel egyrészt tájékozottságukat kívántam felmérni, másrészt pedig a saját fizikai és mentális egészségükhöz fűződő gondolkodásmódjukat kívántam megismerni. Ezt követően a mentális egészségük ápolásához kapcsolódó szokásaikat mértem fel. Ezen

szokások által szerzett tapasztalataikat is megismertem. Az offline történő tapasztalatok megismerését követően az online térben zajló pszichológiai témájú tartalmakhoz fűződő fogyasztás mikéntjéről, rendszerességéről tettem fel kérdéseket. A kérdőívet a közönség motivációjáról, a tartalmak rájuk gyakorolt hatásairól szóló kérdésekkel zártam.

A kérdőívben a mentális egészséghez kapcsolódó szolgáltatás kifejezést használtam. Ezzel az volt a célom, hogy a kérdéseimben használt kifejezés erre a témára vonatkozóan minél több módját lefedje a segítségkérésnek, minél többféle szakemberre asszociálhassanak a kitöltők. Így az is releváns választ tudott adni, aki pszichológushoz, pszichiáterhez, mentálhigiénés szakemberhez vagy művészetterapeutához jár. Az előbb említett területről pár szakembert említettem meg a mentális egészséghez kapcsolódó szolgáltatás definíció megértéséhez.

6.3 Adatközlők

A kérdőívet 180-an töltötték ki. Az adatközlők 22,2%-a férfi (40 fő), 77,8% pedig nő (140 fő). A kitöltők életkorát tekintve a legmagasabb arányban a 21 és 25 év közöttiek 34,4%-kal (62 fő), a többi korosztály (26-30, 31-35, 36-40, 41-45, 46-50, 50 év feletti) közel hasonló számban képviselteti magát, átlagosan 16 kitöltővel. Az ország 18 megyéjéből érkezett kitöltés. Legmagasabb iskolai végzettséget tekintve az alapdiplomások száma a legmagasabb. A különböző demográfiai adatokat olyan céllal mutattam be, hogy láthatóvá váljon, milyen sajátosságokkal rendelkeznek azon személyek, akik véleményükkel, tapasztalataikkal hozzájárultak a kutatásomhoz.

6.4 Eredmények

A következő kérdésblokkban arra voltam kíváncsi, hogy milyen mértékben elérhetőek a kitöltők számára a különböző mentálhigiénés szolgáltatások. 60%-ban (N=108) válaszoltak nemmel arra a kérdésre, hogy iskolájukban, munkahelyükön elérhető-e ilyen jellegű szolgáltatás. Ennek ellenére viszont 62,2% (N=112) vett már igénybe ilyen szolgáltatást.

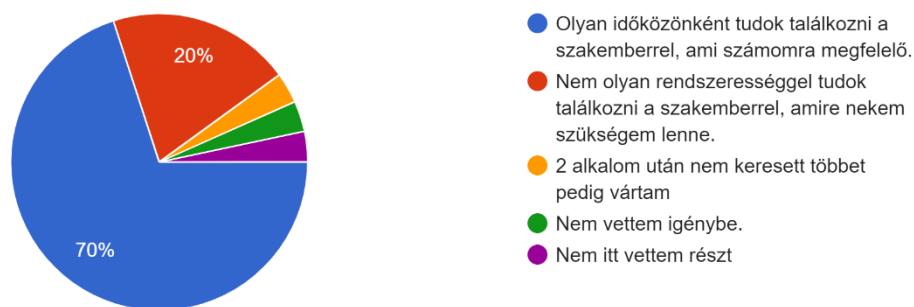
Azon válaszadók számához képest, akik már vettek igénybe mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatást (62,2%), magasabb azoknak a száma, akik tapasztalták magukon 15 napnál tovább a következő tüneteket: levertség, szorongás, alvászavar, pánikrohamok (80%). Az ilyen jellegű tünetek tartós fennmaradása esetén érdemes lehet szakemberhez fordulni.

A következő kérdés arra irányult, hogy milyen okból fordultak segítségért a kitöltők. A legtöbben olyan célból kerestek szakembert, hogy feldolgozzák a múltban átélt kríziseiket (66,1%, N=74), 50 adatközlő (44,6%) az általános közérzetével nem volt megelégedve, 13,4% pedig mások ajánlására fordult szakemberhez. Ezentúl kilenc egyéni válasz érkezett.

Arra a kérdésre, hogy magánúton, vagy államilag finanszírozott formában kerestek segítséget, a következő válaszok születtek: 82-en magánúton kerestek szakembert, mégpedig azért, mert így több pszichológus közül volt lehetőségük választani. A válaszlehetőségeken túl 15-en adtak meg saját választ. Arra hivatkoztak, hogy szinte lehetetlen bekerülni az állami szférában, a rendszer túlterheltsége miatt rengeteget kellett volna várniuk. Ketten úgy válaszoltak, hogy nem tudtak arról, hogy van lehetőség igénybe venni államilag finanszírozott segítséget. Azonban akik az állami ellátást választották elégedettek a szolgáltatással, rendszeresen tudnak találkozni a szakemberrel.

Amennyiben az államilag finanszírozott ellátást vette igénybe, mik a tapasztalatai?

30 válasz



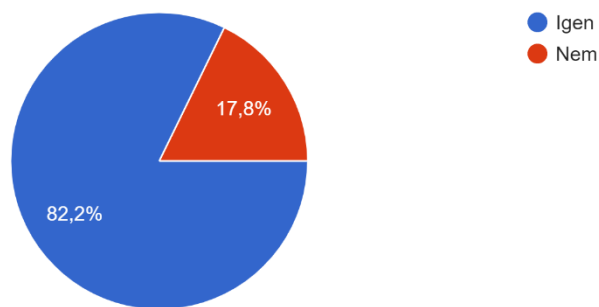
1. ábra: A kérdőíves vizsgálat 18. kérdésére adott válaszok összesített eredményei

Azon válaszadókra vonatkozott a következő kérdés, akik már vettek igénybe mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatást. A kérdés arra irányult, hogy mennyire kerültek be könnyen az ellátórendszerbe. 74 kitöltő könnyen jutott szakemberhez. A legtöbben ajánlás útján kerültek be, vagy iskolapszichológus tudta őket fogadni. Azok, akik úgy vélték, hogy nehezen jutottak segítséghez, főként a megterhelő anyagi vonzatra hivatkoztak. A pénzügyi problémák más kérdésnél is megjelentek. Azoknak, akik még nem vettek igénybe ilyen szolgáltatást, a 39,7%-a (N=27) anyagi okokra hivatkozott. Emellett a legtöbben a hosszú, hónapokig tartó várólistákról nyilatkoztak, illetve arról, hogy a számukra megfelelő szakembert nehéz megtalálni.

A mentális egészség témaköréhez kapcsolódóan a kérdésem arra irányult, hogy a kitöltők szerint előítéllettel kezeli-e a többség, ha valaki pszichológushoz jár. A válaszadók 82,2%-a (N=148) gondolja úgy, hogy sokan előítéletesek azokkal szemben, akik pszichológushoz járnak.

Szerintem sokan előítéllettel kezelik azt, ha valaki pszichológushoz jár.

180 válasz



2. ábra: A kérdőíves vizsgálat 8. kérdésére adott válaszok összesített eredményei

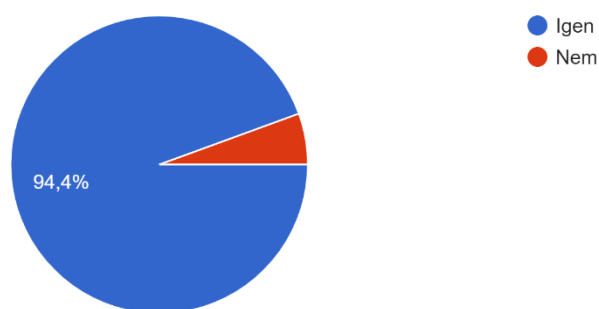
A kitöltők többsége Instagramon (60,6%), Facebookon (57,8%), YouTube-on (44,4%), és TikTokon (38,3%) fogyaszt pszichológiai témájú tartalmakat, a többi platformon az aktivitás elenyésző (X, Spotify, Tumblr). A kitöltők 36,11%-a nem tudja pontosan megnevezni azokat a tartalomgyártókat, akiknek a posztjait, tartalmait követi. Azokat a témákat meg tudják nevezni, amelyekről a tartalmak szólnak, de a konkrét tartalomgyártót már nem. A kitöltők közül többen említették, hogy az algoritmusra hagyatkoznak. A tartalomgyártók közül a kérdőív alapján a legnépszerűbbek: Almási Kitti, Csernus Imre, Mélylevegő Projekt, Baranyi Dorka és Knapék Éva voltak. A kitöltők 31%-a hetente több alkalommal vagy naponta (27,8%) fogyaszt ilyen jellegű tartalmat. 149-en (82,8%) önismereti céllal fogyasztanak ilyen tartalmat, ami teljesen egybeesik azzal, hogy 147-en nyilatkoztak úgy, hogy bővültek ezen témában ismeretei. Így kijelenthető, hogy az ilyen jellegű médiatartalmak fogyasztásának célja megvalósul.

A kitöltők 94,4%-a (N=170) válaszolt igennel az alábbi kérdésre: „Előfordult már, hogy egy pszichológiai témájú tartalom alapján elgondolkozott azon, hogy a feldolgozott téma Önt is érinti?” Ehhez kapcsolódóan a kérdőív következő kérdése arra irányult, hogy a felismerést követően hogyan cselekedett a kitöltő. 54,7%-uk tájékozódott, olvasott tovább a témában.

21,8% családjával, barátaival osztotta meg gondolatait, érzéseit a témával kapcsolatban. 8 egyéni válasz is érkezett a kérdésre. Ezekben a kitöltők főként arra tértek ki, hogy a médiatartalmakból szerzett információkat pszichológusukkal beszélük át, vagy éppen azt fejtik ki, hogy szeretnének szakemberhez fordulni, és szakmai felügyelet mellett átgondolni a problémát, azonban erre nincs módjuk.

Előfordult már, hogy egy pszichológiai témájú tartalom alapján elgondolkozott azon, hogy a feldolgozott téma Önt is érinti?

180 válasz



3. ábra: A kérdőíves vizsgálat 24. kérdésére adott válaszok összesített eredményei

Arra a kérdésre, hogy kedvezőnek tartja-e mentális egészségére az ilyen jellegű tartalmakat 85% válaszolt igennel, 7,5% nemmel, emellett 14 egyéni válasz érkezett. A válaszadók egy része azt fejtette ki válaszában, hogy szorongást okoz nekik egy-egy téma, illetve vigyázni kell, hogy saját magukat és másokat ne címkézzék fel mindenféle jelzővel, személyiségzavarral, vagy ne állítsanak fel diagnózist.

A kérdőívet ezzel a kérdéssel zártam: „Milyen személyes tapasztalatai vannak (akár negatív, akár pozitív) a pszichológiai témájú tartalmak fogyasztásával kapcsolatosan?” Ez egy nyitott kérdésként szerepelt. Erre a nyitott kérdésre 163 válasz érkezett. A kitöltők közül sokan reflektáltak arra, hogy meg kell válogatni, hogy milyen tartalmakat fogyasztunk, hiszen nagyon sok szakmailag nem megalapozott tartalommal találkozhatunk magunkat szemben, amelyek akár kifejezetten károsak lehetnek. Megfigyelhető, hogy a válaszadók jelentős része tudatosan, odafigyelve válogatja meg, hogy milyen tartalmakat fogyaszt, utána néz annak, hogy az adott tartalomgyártó szakmailag hiteles-e. Az egyik válaszadó így fogalmazott „Kétélű fegyver, de mivel segítő szakember vagyok, én meg tudom szűrni ki a hiteles, és ki

nem. Laikusok számára már veszélyesebb terep, rengeteg a kókler, magát »szakembernek« hirdető, valójában kb. egy pár hetes coach tanfolyamot elvégző ember, aki nem rendelkezik sem hiteles szakmai tudással, sem megfelelő önismerettel.» Akik pozitívan nyilatkoztak, nagy részük mindemellett kiemelte, hogy a tájékozódás fontos, de a szakemberrel való konzultációt nem lehet helyettesíteni. Egy másik válaszadó erre hívta fel a figyelmet az általa leírtakban: „Szerintem többnyire hasznosak, hogyha tudatosan fogyasztja az ember, akkor tudnak javítani a mentális egészségen. Azonban azt gondolom, hogy fennáll a téves öndiagnózis felállításának veszélye, ami semmiképp sem pozitív hatás. Illetve szerintem ezek a tartalmak nem helyettesítik a pszichológust, komolyabb esetben mindenképp jobb a személyes terápia.”

A kommentelői attitűdök és a kérdőívben fellelhető válaszok között megfigyelhetők hasonlóságok. A következő válasz például a hipochonder attitűddel rokonítható: „*Ha tudom nagyjából, hogy mi a problémám és olyan témát találok, akkor elolvasom értelmezem, és próbálok javítani magamon viszont ha olyan bejegyzés van kint ami engem személy szerint nem érint, akkor sajnos néha túl pörög az agyam, hogy Úristen lehet, hogy ez igaz rám és akkor még 1 problémát a listámra rakhatok, és mi van ha eddig erről én nem tudtam meg ilyenek. Csak néha van így aztán rájövök, hogy hülyeség és nem jellemző rám de attól még, hogy elolvasom végig futtat az agyam egy negatív szálát*”. Ez a válasz egyértelműen a hipochonder attitűdbe beilleszthető.

6.5 A kérdőívezés tapasztalatai

A fejezet elején kifejtett hipotézisem részben igazolódni látszik a kérdőíves kutatásból, miszerint a pszichológiai témájú tartalmat fogyasztók sok esetben magukra ismernek a médiatartalomban tárgyalt mentális betegség kapcsán. A válaszadók 94,4%-a nyilatkozott úgy, hogy előfordult már vele, hogy egy pszichológiai témájú tartalom alapján elgondolkozott azon, hogy a feldolgozott téma őt is érintheti. A kitöltők a kérdőívben arról fejtették ki véleményüket, hogy az ellátórendszerbe nehéz bekerülni az ellátás megterhelő anyagi vonzata miatt, illetve a hosszú várólisták okán. Az is megfigyelhető, hogy a tartalomfogyasztók jelentős része tudatosan dolgozza fel a közösségi médiában szerzett információkat. Igyekeznek hiteles forrásból tájékozódni, és nem elhamarkodottan messzemenő következtetéseket levonni saját mentális állapotukról, hiszen úgy gondolják, hogy szakember bevonása nélkül nem lehetséges bármilyen diagnózis megállapítása.

Konklúzió

Összességében kijelenthető, hogy a TikTokon megjelenő pszichológiai témájú tartalmak hatást gyakorolnak közönségükre. A kutatás során kvalitatív és kvantitatív kutatói módszereket egyaránt alkalmaztam. A félig strukturált interjúk, a kérdőíves kutatás és a kommentelemzés révén más-más aspektusból tudtam rávilágítani a pszichológiai témájú tartalmak hatására.

Az első fejezetekben a rendelkezésemre álló szakirodalmakat és statisztikákat felhasználva ismertettem a Magyarországon működő mentális egészségre vonatkozó ellátás- és a lakosság mentális egészségnek az állapotát. Ezen felül áttekintettem a pszichológiai tudománykommunikáció színtereit.

A dolgozatban ismertetett kutatásokból kiderül, hogy az ilyen jellegű tartalmak képesek befolyásolni azt, hogy a tartalomfogyasztó hogyan tekint magára, környezetére. A birtokába kerülő információk segítségével olyan kifejezéseket sajátít el, amelyeknek köszönhetően definiálni tudja a saját és a környezetében élők érzéseit, viselkedését. A tartalomfogyasztók egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek arra, hogy hiteles forrásból tájékozódjanak. A magyar lakosság egyre nagyobb mértékben vesz igénybe, illetve kíván igénybe venni mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatást, ami mind a pszichológus tartalomgyártókkal készített interjúk, mind a kérdőíves kutatás alapján igazolódni látszik. Mindennek ellenére a kérdőíves kutatásban résztvevők úgy gondolják, hogy sokan elítélik azt, ha valaki pszichológushoz jár.

A kommentelői attitűdök vizsgálata során négy fő csoportot különböztettem meg: *kíváncsiak*, *visszajelzők*, *érintettség spektrumon elhelyezkedők* és *tudósok*. Az alcsoportok bemutatása révén láthatóvá válik a motivációk és a tartalmak által kiváltott érzések, gondolatok diverzitása.

Kutatómunkám eredményeképpen megállapítható, hogy a közösségi médiában megjelenő pszichológiai tartalmak – annak ellenére, hogy nem pótolják magát a konkrét terápiát – sokat segítenek abban, hogy a tartalomfogyasztók pontosabb képet kapjanak saját mentális egészségi állapotukról. Emellett ezek a kifejezetten szakemberek által gyártott, hiteles forrásból származó tartalmak bizonyos problémák esetén még iránymutatást is tudnak adni arra vonatkozóan, hogy az egyének hogyan tudnak segíteni saját élethelyzetükön. A pszichológiai témákkal kapcsolatos edukáció napjainkban rendkívül fontos, ugyanis a

korábbiakban hivatkozott irodalmak is alátámasztják azt, hogy egyre több a mentális problémákkal küzdők száma társadalmunkban.

Felhasznált irodalom

Szakirodalmak, internetes források:

Aczél Petra – Veszelszki Ágnes (2021). *Kommunikáció üzletben és tudományban*. Budapest: Wolters Kluwer Hungary.

Bánszegi Rebeka (2016). FoMO – Tényleg mindenről lemaradunk?. *mindsetpszichológia*. Hozzáférés: 2024. július 20. URL: <https://mindsetpszichologia.hu/fomo-tenyleg-mindenrol-lemaradunk>

Bezzeg Hanna (2022). Ez a harmadik legnépszerűbb szak az idei felvételin, majdnem hatezren választották. *Eduline*. Hozzáférés: 2024. július 20. URL: https://eduline.hu/erettsegi_felveteli/20220416_felvi_pszichologia

Csákó Beáta (2021). Mentális egészség. *Képviselői Információs Szolgálat*, 2021/5. *Infotabló*. Hozzáférés: 2024. március 11. URL: https://www.parlament.hu/documents/10181/39233533/Infotablo_2021_5_mentalis+egeszseg.pdf/ccae69ba-1044-d770-7110-c3593ff93810?t=1615535905486

eurostat (2023). Deaths by suicide down by almost 14% in a decade. Hozzáférés: 2024. július 20. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-eurostat-news/w/edn-20230908-3>

F. Lassú Zsuzsa – Fodor Róbert – Költő András – Németh Ádám (2023). UNIDIV - a sokszínű egység: Szakmai összefoglaló jelentés – Pszichológusok. *mpt.hu*. Hozzáférés: 2024. március 11. URL: https://mpt.hu/wp-content/uploads/2023/05/pszichologusok_mpt.pdf

Gáti Balázs – Mór Zoltán (2022). Depresszió-mutatószámrendszer: Magyarország. *www.depressioncare.eu* Hozzáférés: 2024. március 11. URL: <https://www.depressioncare.eu/src/files/local/HUNGARY.pdf>

Haimann Éva (2020). Pszichiáter: a gyerekek negyedének mentális problémái vannak, vegyük észre ezeket. *Növekedés.hu* Hozzáférés: 2024. április 2. URL: <https://novekedes.hu/interju/pszichiater-a-gyerekek-negyedenek-mentalis-problemai-vannak-vegyuk-eszre-ezeket>

- Holló Bettina (2022). Válságos állapotban a pszichiátriai ellátás. Index.hu Hozzáférés: 2024. április 2. URL: <https://index.hu/belfold/2022/10/29/magyar-pszichiatriai-tarsasag-egeszsegugy-atalakitas-reform-betegutak-antidepresszans/>
- Horváth Gabriella (2023). Miért ette meg Anyu a Holdat? – A pszichoedukáció fontossága a mentális betegségek kapcsán. *pszichoforyou.hu* Hozzáférés: 2024. július 20. URL: <https://pszichoforyou.hu/anyu-megette-a-holdat-a-pszichoeducacio/>
- hvg.hu (2011). Miért akar mindenki pszichológus lenni? HVG. Hozzáférés: 2024. július 20. URL: https://hvg.hu/plazs/20110304_menynire_konnyu_pszichologusnak
- Király Gábor – Dén-Nagy Ildikó – Géring Zsuzsanna – Nagy Beáta (2014). Kevert módszertani megközelítések. Elméleti módszertani alapok. *Kultúra és közösség*, IV. folyam 5 (2). Hozzáférés: 2024. április 14. URL: <https://unipub.lib.uni-corvinus.hu/1895/1/09.pdf>
- Mátyus Imre (2015). Terepcsere: A terep fogalmának átértékelődése a virtuális etnográfiaiban. *Replika*, (90-91). Hozzáférés: 2024. január 19. URL: https://publicatio.bibl.u-szeged.hu/19064/1/90-91_03_Matyus.pdf
- Molnár-Kovács Dorottya (2018). Olvasd jobbra az életed! A magyar self-help kultúra helyzete a könyvpiac tükrében. *ME.dok*, 13 (2). Hozzáférés: 2024. január 19. URL: https://medok.ro/multisite_storage/medok/app/media/pdfs/MEdok_2018_02_01_molnar%20kovacs.pdf
- Pretorius, Claudette – Chambers, Derek – Coyle, David (2019). Young People's Online Help-Seeking and Mental Health Difficulties: Systematic Narrative Review. *JMIR Publications*. Hozzáférés: 2024. július 20. URL: <https://www.jmir.org/2019/11/E13873/>
- Simon Adél Csenge – Mészáros Noémi Zsuzsanna – Pachner Orsolya Csilla – Kiss Orhidea Edith (2021). Az okostelefon- és a közösségimédia-addikció hatásai a munka világában. *Alkalmazott Pszichológia*, 21(2). Hozzáférés: 2024. július 20. URL: https://real.mtak.hu/178959/1/AP_2021_2-web-jo-Az-okostelefon-C3A9s-kC3B6zC3B6ssC3A9gimC3A9dia-addikciC3B3-hatC3A1sai.pdf
- Stokes, Jane (2008). *A média- és a kultúrakutatás gyakorlata*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Tamás Anita (2021). Szorongás, depresszió, cyberbulling – hogyan segíthet a TikTok-pszichológus? *Nők Lapja*. Hozzáférés: 2024. április 2. URL:

<https://www.noklapja.hu/aktualis/2021/02/01/szorongas-depresszio-cyberbulling-hogyan-segithet-a-tiktok-pszichologus/>

Tóth József – Mirnics Zsuzsanna (2014). Önértékelési kontingenciák, kötődés és Facebook-használat. *Alkalmazott Pszichológia*, 14(1). Hozzáférés: 2024. július 20. URL: https://real-j.mtak.hu/12264/1/AP_2014_1.pdf#page=134

Tózsér Anett (2019). A magyar társadalom mentális egészségi állapotának bemutatása. *Polgári Szemle*, 15 (4–6). Hozzáférés: 2024. április 2. URL: <https://polgariszemle.hu/aktualis-szam/172-tudomanyos-muhely/1067-a-magyar-tarsadalom-mentalis-egeszsegi-allapotanak-bemutatasa>

Ujhelyi Adrienn (2014). A Facebook szociálpszichológiája. *Alkalmazott Pszichológia*, 14(1). Hozzáférés: 2024. július 20. URL: https://www.researchgate.net/profile/Ujhelyi-Adrienn/publication/278025124_A_FACEBOOK_SZOCIALPSZICHOLOGIAJA_SZAKIRODALMI_OSSZEFOGLALO/links/557988de08aeacff2003c446/A-FACEBOOK-SZOCIALPSZICHOLOGIAJA-SZAKIRODALMI-OSSZEFOGLALO.pdf

Vadaskert: Telt ház van a gyermekpszichiátrián, sok az önsértő fiatal. (2021.11.23.). *Hvg.hu*
Hozzáférés: 2023. december 11. URL: https://hvg.hu/elet/20211123_Vadaskert_gyermekpszichiatria_fiatalok

Zonda Tamás – Paksi Borbála – Veres Előd (2013). Az öngyilkosságok alakulása Magyarországon (1970–2010). *Központi Statisztikai Hivatal Műhelytanulmányok 2*.
Hozzáférés: 2024. április 2. URL: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/muhelytanulmanyok2.pdf>

WHO (2020). COVID-19 disrupting mental health services in most countries, WHO survey. *who.int*
Hozzáférés: 2024. április 2. URL: <https://www.who.int/news/item/05-10-2020-covid-19-disrupting-mental-health-services-in-most-countries-who-survey>

WHO (2022). Mental disorders. Hozzáférés: 2024. április 2. *who.int* URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-disorders>

WHO (2015). *The European Mental Health Action Plan 2013–2020*. Hozzáférés: 2024. április 2. URL: https://www.npg-rsp.ch/fileadmin/npg-rsp/Themen-Bibliothek/Internat_OECD_EU_WHO/WHO-Eu_Mental-Health-Action-Plan-2013-2020.pdf

Elemzett szövegek:

TikTok csatornák (népszerűségi sorrendben):

biankafuller Fuller Bianka pszichológus. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL: <https://www.tiktok.com/@biankafuller>

pszincs Cintia Kalász. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL: <https://www.tiktok.com/@pszincs>

csernUSDOKI_official Csernus doki. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 2. URL: https://www.tiktok.com/@csernUSDOKI_official

knapekeva Knapek Éva Pszichológus. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 2. URL: <https://www.tiktok.com/@knapekeva>

baranyidorka Baranyi Dorka Pszichológus. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL: <https://www.tiktok.com/@baranyidorka>

schellervirag Scheller Virág Pszichológus. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2023. december 7. URL: <https://www.tiktok.com/@schellervirag>

szonjaszobeczki Szobeczki Szonja Pszichológia. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 2. URL: <https://www.tiktok.com/@szonjaszobeczki>

sema_terapia Sématerápia. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2023. november 23. URL: https://www.tiktok.com/@sema_terapia

TikTok-videók:

baranyidorka (2023) #foryou #foryoupage #fyp #fy #nekedbe #pszichológia #trauma #baranyidorka #pszichológia #önismeret. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL: https://www.tiktok.com/@baranyidorka/video/7188194290194156806?_r=1&t=8lgRVXNK8rx

baranyidorka (2023) A parkolás pszichológiája. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL: https://www.tiktok.com/@baranyidorka/video/7221946949182688539?_r=1&t=8lufdjetK1h&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMATAAR1tmGMzQ2wjutBwkfvkS3uPTwtmuXHyZOHKR80Y3_ElS1uyY9pZbug6Vhg_aem_Ac0NtHXo-m3deUAtjL_VNFw39HK3rhpwuov0DiQPweedchoh1YlUPdCsKKP92xQgjjOvIV99f-jen1qBUc_Lg4IT

baranyidorka (2023) Így ismerd fel a Szorongást magadon és másokon! 12 gyakori tünet.

TikTok. Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL:

https://www.tiktok.com/@baranyidorka/video/7244574312840154394?_r=1&_t=8lgRuRARyLp

biankafuller (2022) A szorongás rejtett arcai. Készíts duettet, ha magadra ismersz. *TikTok*.

Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL:

https://www.tiktok.com/@biankafuller/video/7128437750977645830?_r=1&_t=8lgRMdjKls0

biankafuller (2021) Te is gyakran bélyegzed magad lustának? Lehet, többről van szó. *TikTok*.

Utolsó megtekintés: 2024. április 14. URL:

https://www.tiktok.com/@biankafuller/video/6981096588961647877?_r=1&_t=8lgUKJCx5dI

csernurdoki_official (2022) Válasz @Valéria Meliska-Győri részére. *TikTok*. Utolsó

megtekintés: 2024. április 11. URL:

https://www.tiktok.com/@csernurdoki_official/video/7169205686633549062?_r=1&_t=8lgSgu0ALNB

pszincs (2020) A bipoláris személyiségzavar. *TikTok*. Utolsó megtekintés: 2024. április 14.

URL:

https://www.tiktok.com/@pszincs/video/6826364616151502086?_r=1&_t=8lufsJjGTNg&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMATAAR0fJR7bAJ3zioVnwSy9gkJNuBS2lEKgy4gOaqWnsR1rn1w1ZrYvJjvMGIE_aem_Ac2i8YhBKjC8BEAZKtxsW2p7d4gWs-knGdGai9pTXqMrBX5fP8eKmwMFTFQJJ6UKS3m4EVfpCyrnrwcUXtvt9aId

schellervirag (2023) Tudtad, hogy a szorongásnak legtöbbször nincs külső jele? *TikTok*.

Utolsó megtekintés: 2024. április 2. URL:

https://www.tiktok.com/@schellervirag/video/7210789849203363077?_r=1&_t=8lgQ3kuadPN

szonjaszobeczki (2023) Ha a 9. jelen van, kérj minél előbb segítséget. *TikTok*. Utolsó

megtekintés: 2024. április 8. URL:

https://www.tiktok.com/@szonjaszobeczki/video/7191876734831136005?_r=1&_t=8lug7Kb5Ogj&fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMATAAR3AOTc_4dt_8_jka5LsfEJQkrLuhU7dCZlBKeRwxFc5Ab6qxb4sQ1MopUo_aem_Ac2lRYrU5ze3qMIEgeyaX4D1XmtWdv6kzpT1wEs81C_2ATqC_ceXhynh-g3tNTIjUvHRZvAjdgYLBtGtVyioFDcm

Függelékek

1.Függelék

		Jellemző:	Motiváció:
Kíváncsi	Követelőző	érdeklődő	új téma megismerése
	Kérdező	lényegre törő	további információ szerzése a videóban tárgyalt témáról
	Terápiára vágyakozó	rajongó	sikeres terápia
	Megoldást kereső	udvarias	problémájának kezelése, megszüntetése
Visszajelző	Lázadó	frusztrált	frusztráció levezetése
	Asszisztens	segítőképz	tartalom sikerességének növelése
	Támogató	rajongó	tetszésnyilvánítás
Érintettség spektrumon elhelyezkedő	Öndiagnosztizáló	őszinte	meghallgassák
	Megosztó	bizonytalan	megerősítés
	Önironikus	humoros	kitárulkozás
	Gyógyult	kitárulkozó	története megosztása, mások segítése
	Reményvesztett	őszinte	segítségkérés
	Versengő	bizonytalan	megerősítés
	Hipochonder	félelemmel teli	félelmének hangadás
	Heurisztikus	meglepődött	megerősítés
	Elutasított	bizonytalan	támogatás szerzése
Tudós	Holisztikus	humoros	másokkal való azonosulás
	Önkéntes terapeuta	készséges	mások segítése
	Okoskodó	frusztrált	frusztráció levezetése
	Összeesküvő	határozott	frusztráció levezetése

2. Függelék

Az interjúk előkészítésekor megfogalmazott témák, kérdések

Témakörök:

1. Magyarország lakosságának mentális egészségügyi állapota, ellátása.
2. A tartalomgyártó saját karrierje a közösségi médiában
3. Pszichológiai tartalmak hatása a közönségre
4. A közönségre gyakorolt hatás saját tapasztalatok alapján

1. Témakör

1. Hogyan értékeled a magyarok mentális egészségének állapotát?
2. Ezesetben egyéni esetekként vizsgálhatjuk ezt az állapotot, esetleg inkább társadalmi szintű problémáról beszélhetünk?
3. Szerinted mi az oka, hogy ilyen a mentális egészségünk?
4. Történt bármi változás (akár radikálisabb is) a társadalmunk mentális egészségét illetően a közelmúltban?
5. Fel van készülve az ellátói rendszer arra, hogy érdemben kezeljen minden embert, akinek segítségre lenne szüksége?
6. Szerinted milyen a megítélése a mentálhigiénés szakmáknak?
7. Könnyen fordulnak az emberek segítségért?
8. Szerinted többen járnak már pszichológushoz?
9. Te hogy tapasztalod kik, vagy melyik az a korosztály, akik pszichológushoz fordulnak?
10. Szerinted megfelelő minőségben elérhetők a mentálhigiénés szolgáltatások?
11. Van elegendő szakember az országban?

12. Vannak olyan terápiás módszerek, amelyek nem, vagy csak kis mértékben elérhetők, pedig fontos lenne?

2. Témakör

13. Miért kezdted el TikTokra tartalmat gyártani?
14. Számítottál arra, hogy ilyen sokan fogják figyelemmel kíséreni a videóidat?
15. Szerinted miért ilyen népszerűek a tartalmaid?
16. Milyen szempontok alapján választod ki egy-egy tartalmad témáját?
17. Az a motiváció vagy cél, ami miatt elkezdted aktívan működni a közösségi médiában beteljesülni látszik?
18. Az idő elteltével változtattál valamit a kommunikációs stratégiádon?
19. Hogyan tudod összeegyeztetni a praxisodat a közösségi médiával?
20. Kollégáid, vagy más szakemberek milyen véleménnyel vannak arról, hogy jelen vagy a közösségi médiában?

3. Témakör

21. Mit gondolsz általánosságban a közösségi oldalakon közzétett pszichológiai témájú tartalmakról?
22. Szerinted milyen pozitív, vagy negatív hatásai vannak az ilyen jellegű tartalmaknak?
23. Szerinted miért lehet az, hogy már mindenki rámondjuk, hogy valaki depressziós, vagy narcisztikus, stb.?
24. Sokan ha valami testi tünetük van, rákeresnek a Google-n, hogy milyen betegségük lehet, és magukat próbálják diagnosztizálni. Megfigyelhető hasonló jelenség a mentális betegségeket illetően?

4. Témakör

25. Milyen arányban követnek téged nők/férfiak?
26. Milyen korosztály követ téged?
27. Szoktad figyelni, olvasni, reagálni a kommentekre?
28. Sokan keresnek fel téged privát üzenetben?
29. Esetleg van valami olyan 'sikersztori' amit megosztottak veled? például miben segített valakinek a videóid, esetleg ez ösztönözte őket arra, hogy keressen fel szakembert, stb.

3. Függelék

Pszichológiai témájú tartalmak a közösségi médiában

Kedves Kitöltő!

Molnár Anna vagyok, a Szegedi Tudományegyetem kommunikáció- és médiatudomány alapszak végzős hallgatója. Kutatásomban a pszichológiai témájú tartalmak közönségre gyakorolt hatását vizsgálom. Az alábbi kérdőív a téma mélyebb megismerését segíti, a kérdések egy része a mentális egészség témakörét is érintik. Amennyiben Ön is fogyaszt a közösségi médiában pszichológiai témájú tartalmakat, kérem segítse a munkámat a kérdőív kitöltésével! A kutatás a tudományterület etikai normáinak megfelelően zajlik. A kitöltés anonim módon történik, az eredményeket a szakdolgozatomhoz és tudományos célokra használom fel.

Köszönöm a segítséget!

* Kötelező kérdés

1. A kitöltő neve: *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐

Nő

☐

Férfi

2. A kitöltő életkora: *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- | | |
|-----------------------|------------------|
| ☐ | 15-20 év közötti |
| ☐ | 21-25 év közötti |
| ☐ | 26-30 év közötti |
| ☐ | 31-35 év közötti |
| ☐ | 36-40 év közötti |
| ☐ | 41-45 év közötti |
| ☐ | 46-50 év közötti |
| ☐ | 50 év feletti |

3. Melyik vármegyében él? (állandó lakcíme szerint) *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| ☐ | Baranya |
| ☐ | Bács-Kiskun |
| ☐ | Békés |
| ☐ | Borsod-Abaúj-Zemplén |
| ☐ | Csongrád-Csanád |
| ☐ | Fejér |
| ☐ | Győr-Moson-Sopron |
| ☐ | Hajdú-Bihar |
| ☐ | Heves |
| ☐ | Jász-Nagykun-Szolnok |
| ☐ | Komárom-Esztergom |
| ☐ | Nógrád |
| ☐ | Pest |
| ☐ | Somogy |
| ☐ | Szabolcs-Szatmár-Bereg |
| ☐ | Tolna |
| ☐ | Vas |
| ☐ | Veszprém |
| ☐ | Zala |

4. A település jellege ahol él? (állandó lakcíme szerint) *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ falu
- ☐ város
- ☐ megyeszékhely
- ☐ főváros

5. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége? *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Általános iskola
- ☐ Szakmunkásképző, szakiskola
- ☐ Szakgimnázium
- ☐ Gimnázium
- ☐ Alapképzés (BA/BSc)
- ☐ Mesterképzés (MA/MSc)
- ☐ Egyetemi diplománál magasabb végzettség (PhD, DLA)

6. Ön szerint igaz-e az állítás? „Az egészség a teljes testi, lelki, szellemi és szociális jóllét állapota, és nem csupán a betegség vagy fogyatékosság hiánya.” *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Igaz
- ☐ Hamis

7. Az iskolában/munkahelyemen elérhető mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatás. (pszichológus, pszichiáter, mentálhigiénés szakember, egyéb terápiás szakemberek, stb.) *

Továbbiakban a mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatás kifejezés a zárójelben megjelentek alapján értelmezendő.

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐

Igen

☐

Nem

8. Szerintem sokan előítélettel kezelik azt, ha valaki pszichológushoz jár. *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐

Igen

☐

Nem

9. Tapasztaltam már magamon ezeket a tüneteket 15 napnál tovább: *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

☐

Levertség, rossz hangulat

☐

Szorongás

☐

Alvászavar (álmatlanság/aluszékonyosság)

☐

Pánikrohamok

☐

Ezek közül egyiket sem

10. Ön számára fontos a saját mentális egészsége? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐

Igen

☐

Nem

11. Hogyan ápolja saját mentális egészségét? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Olyan tevékenységeket végzek, amelyek jól esnek.
- ☐ Elegendő időt töltök pihenéssel.
- ☐ Meditálok.
- ☐ Olvasok a témában, a témához kapcsolódó tartalmakat fogyasztok.
- ☐ Mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatást veszek igénybe.
- ☐ Hozzáértőimmal, barátaimmal megosztom a problémáimat.
- ☐ Nem ápolom mentális egészségemet.
- ☐ Egyéb: _____

12. Vett már igénybe mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatást? *

Soranként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Igen *Ugrás a(z) 14. kérdésre*
- ☐ Nem *Ugrás a(z) 13. kérdésre*

13. Ha nem, miért nem vett korábban igénybe mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatást? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Nem éreztem szükségét.
- ☐ Nem találtam meg a számomra megfelelő szakembert.
- ☐ A hosszú várakozási idő miatt lemondtam róla.
- ☐ Tartok attól, hogy mások ezért elítélnek.
- ☐ Pénzügyi okokból nem engedhetem meg magamnak.
- ☐ Nem tudok rá időt szakítani.
- ☐ Nem szeretném megosztani az érzéseimet egy "idegennel".
- ☐ Egyéb: _____

Ugrás a(z) 19. kérdésre

14. Ha igen, miért vett igénybe mentális egészséggel kapcsolatos szolgáltatást? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Az általános közérzetemmel nem voltam megelégedve.
- ☐ Mások ajánlására, javaslatára.
- ☐ A múltban átélt kríziseket egy szakemberrel szerettem volna megbeszélni.
- ☐ Egyéb:

Ugrás a(z) 15. kérdésre

15. Államilag finanszírozott, vagy magánúton keresett segítséget? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Államilag finanszírozott formában *Ugrás a(z) 18. kérdésre*
- ☐ Magánúton *Ugrás a(z) 17. kérdésre*

16. Mennyire jutott könnyen segítséghez? *

17. Amennyiben magánúton fordult szakemberhez, indokolja meg döntését! *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Rossz tapasztalataim vannak az államilag finanszírozott ellátással kapcsolatban.
- ☐ Rosszakat hallottam az államilag finanszírozott ellátásról.
- ☐ Más egészségügyi ellátást is magánúton veszek igénybe, ezért ezt is.
- ☐ Kiszámíthatóbbnak érzem a magánellátást.
- ☐ Több szakember közül tudok így választani.
- ☐ Egyéb:

Ugrás a(z) 19. kérdésre

18. Amennyiben az államilag finanszírozott ellátást vette igénybe, mik a tapasztalatai? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Olyan időközönként tudok találkozni a szakemberrel, ami számomra megfelelő.
- ☐ Nem olyan rendszerességgel tudok találkozni a szakemberrel, amire nekem szükségem lenne.
- ☐ Egyéb: _____

19. Milyen közösségi oldalon követ pszichológiai témájú tartalmakat? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ YouTube
- ☐ Egyéb: _____

20. Milyen pszichológiai témájú oldalakat, tartalomgyártókat követ? *

21. Milyen gyakran fogyaszt pszichológiai témájú tartalmakat? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Naponta
- ☐ Hetente több alkalommal
- ☐ Hetente
- ☐ Havonta
- ☐ Egyéb: _____

22. Mi motiválja a pszichológiai témájú tartalmak fogyasztására? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ Önismeretem fejlesztése.
- ☐ Szeretném fejleszteni az empátiámat.
- ☐ A környezetemben lévő embereknek szeretnék segíteni a tartalmakból tanultakkal.
- ☐ Gyarapítani szeretném pszichológiai ismereteimet.
- ☐ Egy konkrét pszichológiai jellegű problémára keresek választ.
- ☐ Gyakorlatias pszichológiai tanácsok miatt.
- ☐ Egyéb:

23. Milyen hatást gyakoroltak Önre ezek a tartalmak? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

- ☐ A tartalmak sarkalltak arra, hogy szakembert keressek fel.
- ☐ Nagyobb empátiával fordulok az emberek felé.
- ☐ Jobban megismertem önmagam.
- ☐ Bővültek ismereteim a témával kapcsolatban.
- ☐ Hasznos gyakorlatokat sajátítottam el.
- ☐ Nem voltak rám hatással.
- ☐ Egyéb:

24. Előfordult már, hogy egy pszichológiai témájú tartalom alapján elgondolkozott azon, hogy a feldolgozott téma Önt is érinti? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

- ☐ Igen *Ugrás a(z) 25. kérdésre*
- ☐ Nem *Ugrás a(z) 26. kérdésre*

25. Amennyiben rájött, hogy Önt is érintheti az adott probléma, hogyan cselekedett? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐

Tovább olvastam a témában.

☐

Szakembert kerestem fel.

☐

Családommal, barátaimmal beszélgettem erről.

☐

Nem csináltam semmit.

☐

Egyéb:

26. A pszichológiai témájú tartalmak fogyasztását kedvezőnek tartja saját mentális egészségére nézve? *

Soronként csak egy oválist jelöljön be.

☐

Igen

☐

Nem

☐

Egyéb:

27. Hogyan reagál a közösségi médiában ezekre a tartalmakra? *

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

☐

Csak megnézem.

☐

Ha elnyeri a tetszésemet, lájkolom a tartalmat.

☐

Kommentelek.

☐

Megosztom ismerőseimmel, barátaimmal.

☐

Egyéb:

28. Amennyiben kommenttel reagál a tartalmakra, milyen céllal teszi azt?

Válassza ki az összeset, amely érvényes.

☐

Szeretném megosztani saját tapasztalataimat a témával kapcsolatban.

☐

Kinyilvánítom a tetszésemet.

☐

Kinyilvánítom a nemtetszésemet.

☐

Kérdésem van a témával kapcsolatban.

☐

Egyéb:

29. Milyen személyes tapasztalatai vannak (akár negatív, akár pozitív) a pszichológiai témájú tartalmak fogyasztásával kapcsolatban? *