

BUDAPESTI CORVINUS EGYETEM

Kommunikáció és Szociológia Intézet

Kommunikáció- és Médiatudomány Tanszék

Érzelem hangokba zárva

A zenén keresztül történő kommunikációs minták elemzése a Z generáció közösségimédia-oldalain megosztott tartalmakon keresztül

The emotion of melodies

Analysis of the musical communication patterns
through social media posts of generation Z



Jelige: 7250999G

Lezárás dátuma: 2023.01.11.

Tartalomjegyzék

Köszönetnyilvánítás	4
I. Bevezetés	1
II. A témaválasztás indoklása	2
II.1. Kutatásom tárgya és annak módszertani megközelítése	2
II.2. Az általam vizsgált csoport, a Z generáció	2
II.3. A dolgozat felépítése	4
III. Elméleti áttekintés	4
II.4. A zenéről általában	4
III.2. Zene és kommunikáció	5
III.2.1. A zene és kommunikáció kapcsolata	5
III.2.2. A zene kommunikációs mivolta	6
III.3. A zene és a közösségi média kapcsolata	8
III.3.1. A Last.fm mint kommunikációs csatorna	8
III.3.2. Egyéb közösségi és zenemegosztó oldalak	9
III.4. A zene pszichológiájának vizsgálata	10
III.4.1. A zene pszichológiája	10
III.4.2. A zene nyelvi mivolta	11
III.4.3. Tetteink és érzelmeink vizsgálata zenehallgatás közben	12
III.4.3.1. Az érzelmek és a zene	12
III.4.3.2. Zenei preferenciák és személyiség	13
III.4.4. Az emberi muzikalitás	14
III.4.5. A zene mint kultúraközi csatorna	15
III.4.6. A zene mint befolyásoló tényező	16
IV. A zenei kommunikáció	16
VI.1. Hogyan kommunikálunk a zene segítségével?	16
VI.2. Miért kommunikálnak az emberek a zenén keresztül, zenei megosztás segítségével?	18
4.3 Példák zenén keresztül történő kommunikációra	19
V. Módszertani áttekintés	22
V.1. A kutatás felépítése	22
V.2. Kutatásom módszertanának részletes kifejtése	22
VI. A zenei kommunikáció kutatásának folyamata	24
VI.1. A hallgatóság kérdőíve	24
VI.2. A hallgatóság Instagram kérdései	25
VI.3. Az előadók gondolatai	25
VII. Kutatási eredmények elemzése	26
VII.1. Összefoglaló elemzések az alkotói oldalról	26

VII.2.	Összefoglaló elemzések a befogadói oldalról	28
VII.3.	Instagram történetben feltett kérdések és válaszok	35
VIII.	Konklúzió és kitekintés	38
Irodalomjegyzék.....		40
Ábrajegyzék.....		41
Függelékek		3
Kérdőív		3

Köszönetnyilvánítás

Egészen kicsi korom óta nagy hatással volt rám a zene. Kitöltötte a mindennapjaimat, vigaszt nyújtott, ugyanakkor olyan rejtélyesnek találtam. Sohasem értettem, hogyan képes a melódia ilyen hatást gyakorolni rám. Folyamatosan érek zenei élmények, amelyek új gondolatokat ébresztenek, amelyektől megremeg az ember keze-lába, elakad a szava, talán még a lélegzete is. Hálás vagyok ennek a művészeti ágnak, hogy jelen van az életemben, hogy ösztönöz és inspirál nap mint nap.

Ezúton szeretném hálásan megköszönni a dolgozatomhoz nyújtott jelentős támogatását Pelle Veronika tanárnőnek, illetve Bognár Bálintnak, akik szakmai segítségükkel, kedves és biztató szavaikkal terelgettek engem végig ezen az úton! Továbbá köszönöm a családomnak, a páromnak, barátaimnak és minden kedves ismerőseimnek a folyamatos biztatást és lelki erőt, amit ez időszakban tőlük kaptam! És végül, de nem utolsó sorban külön szeretném megköszönni a dolgozat ihletőinek, hiszen, ha ők nincsenek sohasem születik meg a fejemben az alábbi téma.

Amennyiben az alábbi dolgozat csupán egy személyre is inspirálóan hatott, úgy érdemes volt ezen sorokat, gondolatokat megírnom és továbbítanom és úgy érezhetem zenei szenvedélyem hozzájárulhatott egy láthatatlan érték újonnan történő felfedezéséhez.

„If I play you a piece of music, that’s when you can truly look inside me.”

- Hans Zimmer

I. Bevezetés

„Lehet élni zene nélkül is. A sivatagon át is vezet út. De mi (...) azt akarjuk, hogy az ember ne úgy járja végig élete útját, mintha sivatagon menne át, hanem virágos réteken...” (Kodály Zoltán)

Vannak olyan elemek, amelyek láthatatlanul szerves részét képezik az életünknek. Számomra ezen esszenciális alkotóelem a zene. Mindig is különleges kötődésem volt a dallamokhoz, nyugalmat és vigaszt nyújtottak a nehezebb pillanatokban is. Tapasztalatom szerint mégsem fordítunk elég figyelmet ezen művészeti ág felé, pedig számos értékes információt hordozhat rólunk és társainkról. Apró odafigyeléssel megbizonyosodhatunk arról, hogy milyen mértékű tudás birtokában vagyunk, csupán az egyén zenei ízlésének megfigyelésével. Tanulmányozhatjuk a zene egyénre gyakorolt hatását és befolyását. Ugyanakkor ennél a pontnál nem állhatunk meg, hiszen nem csupán személyes tulajdonságokat köthetünk dallamokhoz, de üzeneteket is közvetíthetünk általa.

Kommunikáció szakos hallgatóként szokásom figyelni az engem körülvevő egyének szociális interakcióját történjen az személyesen vagy az online térben. A korábban említett zene iránti szenvedélyem pedig ezt a kommunikációs megfigyelést a zenehallgatási szokások vizsgálatára fókuszálta a figyelmem. Az utóbbi időben bizonyos közösségi felületek térhódításával jelentős változáson estek át a Z generáció kommunikációs szokásai. Egyre több zenei tartalmat vélek felfedezni a megosztások, napi történetek között és a dolgozat témáját is eme tevékenységek generálta kíváncsiságom alapozta meg. Kutatásom célcsoportjául pedig a Z generációt jelöltem ki. Azért a saját korosztályomat választottam, mert úgy vélem kiemelkedő aktivitást mutatnak a közösségimédia-felületeken, így a vizsgálódásom érthetőbbé, ugyanakkor sokszínűbbé válik általuk.

Az általam megfogalmazott kutatási kérdésnek, amely a dolgozat központi elemét képezi, azt tartom, hogy vajon a Z generáció csupán szórakozás, illetve szórakoztatás céljából osztja-e meg közönségével a zenéket, vagy a dallamokon túl saját érzelmeit és gondolatait is igyekszik kommunikálni az őt követőknek. Képes lehet az egyén olvasni valakiben a zenei ízlése alapján? A dolgozatban ezen kérdésekre keresem a válaszokat, amelyet nem csupán a Z generáció, azaz a befogadói oldal felől közelíték meg, hanem kíváncsi vagyok az alkotói oldalra is. A dolgozat empirikus részében ezért ismert hazai előadókat kérdezek a témával kapcsolatban.

II. A témaválasztás indoklása

II.1. Kutatásom tárgya és annak módszertani megközelítése

A dolgozat kutatásának tárgyát a korábban említettek szerint két irányból közelítem meg. Vizsgálódásom középpontjában a Z generáció áll, és annak közösségi médiában megosztott zenei tartalmai. A 24 órás történetek és egyéb megosztások résztvevő megfigyelésén túl egy online kérdőív segítségével gyűjtök még több információt hipotéziseim vizsgálatára, amely a következő: Hazánkban a Z generáció közösségi médiában megosztott zenei tartalmi nem csupán szórakoztató célt szolgálnak, de egyfajta kommunikációs csatornát is biztosítanak az érzelm kifejezéséhez. A korosztályomnak összeállított kérdőívem a kutatási kérdéseimre keresi a választ, de emellett az innen kapott adatokat kiegészítem a témám „helyszínén”, azaz a közösségi médián keresztül feltett kérdőív-szerű kérdéseimmel. Az Instagrammon feltett napi egy kérdésemre nem csupán a Z generáció válaszolt. Instagramm kérdőívem keretein belül rövidebb eldöntendő, feleletválasztós és kifejtős kérdéseket teszek fel az egyéneknek zenehallgatási és megosztási szokásaik kapcsán.

A kutatás módszertanának másik módszere az interjú, melynek keretein belül hazai előadókat kérdezek, tehát az alkotói oldalról igyekszem megközelíteni a zenei önkifejezés témáját. Mivel az előadók zenei tapasztalataik által jóval árnyaltabb válaszokkal tudnak szolgálni a kutatási kérdéseimre, továbbá egy dal születésénél milyen szerepe van a zenei üzenetküldésnek. Többek között a zene születéséről kérdezem az előadókat, továbbá annak kommunikációs mivoltáról érdeklődöm. A részleteken túl, szó esik a felelősségről is a zene egyénekre gyakorolt befolyása kapcsán.

II.2. Az általam vizsgált csoport, a Z generáció

Vizsgálataim fókuszában a Z generáció áll, azonban eltérő meghatározásokkal találkozhatunk szembe magunkat a csoport körülírásakor, így fontosnak tartom a kifejezés a jelen dolgozatra érvényes definícióját külön taglalni. A Z generáció, vagy egyéb neveiken netgeneráció, digitális bennszülöttek/ -őslakosok (Prensky, 2001) az 1996 és 2009 között születettek csoportját fedi le, amely a nevéből adódóan már egy jóval fejlettebb digitális környezetben nő, illetve nőtt fel, más módon szocializálódott csoport (Pais, 2013). Általában ők a kisebb létszámú családokba született, kisebb létszámmal rendelkező, ugyanakkor oktatottságuk és az internet nyújtotta adatok és információk által meglehetősen

intellektuális, fejlett problémamegoldó képességekkel megáldott egyének. Mivel jellemző rájuk a hatékony figyelemmegosztás is, képesek egyszerre több médium használatára is (Pais, 2013).

A rendkívül nagy lexikális tudás könnyűszerrel történő megszerzéséhez ugyan számos pozitív adottsággal rendelkező korosztály azonban könnyen elidegenedik környezetétől, továbbá a virtuális közösségekben történő jelenlétük által rendkívül sok negatív tapasztalatot szereznek, így kialakul bennük egyfajta megfelelési kényszer, inkább magányosnak bizonyulnak és a sikert hajszolják. Mivel az online világ jelentős átalakítást végez személyiségünk fejlődésén keresztül is rajtunk, így ennél a korosztálynál is könnyen megfigyelhetők a virtuális terek rájuk gyakorolt hatásai, legyenek azok pozitívak vagy negatívak. Ezen változások következtében a tekintélyhez való viszony is módosulhat esetükben, amely például oktatási környezetben igen kellemetlen, negatív szituációkat szülhet. Mivel az online tér egyfajta torzított világba kényszeríti említett generációt előfordulhat, hogy annak tagjai konfliktuskezelési képességüket illetően kevésbé remekelnek, továbbá indulatkezelési nehézségek és az agresszió is jellemzőbb az esetükben (Pais, 2013).

Habár, amennyiben Székely (2014) „magyar (média) generációját” vizsgáljuk, eltérő eredményeket vélünk felfedezni (Székely, 2018). A szerző elmondása szerint az egyén szocializációs közegei közül elsősorban a családot és az oktatási intézményt, majd a munkahely közegeit szükséges megemlíteni. A harmadlagos és negyedleges közegek befolyásoló közegei ugyan csupán néhány évtizede jelentek meg, azonban egyre nagyobb hatással bírnak. Ezek főleg az amerikai társadalmi modellekben fedezhetőek fel, ahol gyakran a generációk jellemzőit, sőt, azok nevét is médiafogyasztási jellemzők határozzák meg. Székely elmondása szerint az egyik legelterjedtebbnek számító felosztás Fekete és Nagy (2020) nevéhez köthető. A generációs logika eddigi egyedüli magyar empirikus adaptációját Székely készítette el 2014-ben.

Székely 2017-es, 18 évesekre és idősebbekre vonatkozó reprezentatív kutatásában azonban a kitöltőket kérdezte a generációk behatárolásáról, illetve arra kérte őket, hogy jellemezzék saját generációjukat. A válaszok részletes elemzését követően kiderült, hogy sok esetben csupán 2-3 év eltérés tapasztalható az önazonosítás és a médiafogyasztás alapjain fekvő generációs besorolások között. Ebben az esetben a magukat Z generációnak valló egyének születési éve 1987 és 1999 között helyezkedik el (Székely, 2018). A korábban leírtak fényében jelen dolgozatban a Z generáció fogalma alatt ezen egyénekre, azaz az 1987 és 1999 között születettekre vonatkoztatom megfigyeléseimet, mivel ez esetben maguk a megkérdezettek vallották magukat ezen határokon belül minden médiafogyasztási szokásukat, azaz a szocializációt befolyásoló tényezőt figyelembe véve.

II.3. A dolgozat felépítése

A definíciókon túl pedig számos kommunikációs modell és zenei aspektus feltárása szükséges a meghatározások verifikálásához. A dolgozat első felében a zenei és kommunikációs elméleti háttérrel tárom fel és taglalom, a kettő ötvözetének középpontba helyezésével. Említést teszek a zene szociális interakcióban betöltött szerepéről, továbbá áttanulmányozom a zene érzelmi befolyásának okát, majd kitérek a ritmus, a dallam és a szöveg kiemelt szerepére is. Fontosnak tartom kiemelni a muzikalitás esszenciáját eme kommunikációs forma jelenlétében.

Az elméleti példák alátámasztására különböző példákat is említek, amelyek a zenén keresztül történő kommunikáció kategóriájába sorolhatók, majd áttérek a kutatásra. Elsősorban a vizsgálataim módszertanát részletezem választásom indoklásával, a továbbiakban pedig a kutatások által szerzett tapasztalataimat hangsúlyozom. Mind a Z generációt érintő kérdőív, mind az Instagrammon keresztül megosztott kérdőív, mind pedig a hazai előadókkal készített interjúk folyamatairól beszámolok. Ezt követően az interjúk, illetve a kérdőív elemzését részletezem a kutatási adatokkal egyaránt mind alkotói, mind befogadói oldalról. Az elemzéseimet pedig a következtetések levonásával egy diszkusszió, kitekintés zárja, amelyben összefoglalom a vizsgálat eredményeit választ adva a kutatási kérdésekre, illetve a hipotézisemre.

III. Elméleti áttekintés

II.4. A zenéről általában

Ahogy Varga (2011) is kifejtette, az ember már az „ősélmények” között, az evolúció során tapasztalta a zene alkotóelemeit, mint például a ritmus, a dallam vagy a forma. Néhány feltevés szerint a zene a minket körülvevő természet hangjaiból, vagy az emberi cselekvést kísérő zajok utánzásából eredeztethető. Ugyan Varga is megemlíti, hogy az érzelmek kifejezésére szolgáló hangokból is kialakultak önálló zenei hangzáskezdemények, az is bizonyos, hogy meghatározó szerepe volt az ének megszólalásában (Varga, 2011). Mivel, ahogy Erdősi-Boda művében D. MacLean alapján Bencze (1985) művei is rávilágítottak az agyi fejlődéssel és a limbikus rendszer kialakulásával hozható kapcsolatba az utódgondozás, ahol a látás mellett a hallás kap domináns szerepet. Ezzel magyarázza azt a tényt, hogy a hanghallás enyhíti a magánytól és a megsemmisüléstől való félelmünket, tehát jelentős

befolyásuk van az érzelmeinkre tudat alatt is. Az érzelmek tudatosítása pedig a verbalitással párhuzamosan fejlődik, így ki is fejezzük azokat (Erdősi-Boda, 2014).

Minden hangadást kísérő tevékenység, legyen az például egy gyermek elringatása, egyformán történik, ismétlődő mozdulatokból áll, így következtethetünk a ritmus, továbbá a dallamismétlés megjelenésére. A különböző egyszerű csörgők, dobok, sípok a mai napig használatban is vannak, mint alapvető hangszerek (Erdősi-Boda, 2014). Ahogyan Varga (2011) is megfogalmazta: „Zenei tapasztalatokat az egyedfejlődés során is gyűjtünk.” Ez azt jelenti, hogy már magzati korban is jól érzékeljük édesanyánk szívdobogását, bélmozgását, véráramlását vagy a külvilág zajait. Varga művében arról is említést tesz, hogy maga a hang megszólaltatása is egyfajta magatartást, emocionális vagy épp nem emocionális kifejezést és egy bizonyos intenzitást árul el az előadóról, továbbá ezen elemek megtapasztalására is lehetőséget ad az egyén saját megnyilvánulása, vagy a partnere reakciója során. Azt is kifejti, hogy a közös zenei munka lehet a megteremtője az érdeklődés aktivizálásának is, ráadásul a megtapasztalt zenei minta utánzásának próbáját a legősibb tanulási módnak tartják, amely fejlesztő hatással van a memóriára, mivel az egyénnek az emlékezetében kell tartania az utánozni kívánt mintát. Szintén esszenciális tény, hogy a közös zenélés nagyszerű lehetőséget ad az éntudat megfelelő kifejlődéséhez és erősödéséhez, amely elengedhetetlen előfeltétele a pontos és egyértelmű önkifejezésnek. Továbbá jelentős szerepe van a kölcsönösség felfedezésében is, amely pedig a partnerünk jelzéseire való nagyobb figyelem ráfordítást motiválja (Varga, 2011). Tehát a zeneiség esszenciája megjelenik az emberi interakciókban is, a következőkben pedig a zene és a kommunikáció kapcsolata kerül kifejtésre.

III.2. Zene és kommunikáció

III.2.1. A zene és kommunikáció kapcsolata

A zene és kommunikáció kapcsolatának módja számtalan – a tárgykörrel már foglalkozott Schramm (Wirth & Schramm, 2005), vagy Károly (2006) is. A kérdésre adott válasz már-már triviális mivolta még inkább a téma megerősítését szolgálja, mivel már Cicero retorikai értekezésében is találkozunk a zeneiség fogalmával, mint esszenciális alkotóeleme a hatékony szónoklásnak: „A beszédben is lappang ugyanis valami rejtett zeneiség; nem a phrügiai és kariai szónokok beszédeinek szinte éneklő befejezéséről van szó, hanem arról, amiről Démoszthenész és Aiszkhinész is említést tesz, amikor egyik a másik szemére veti a hajlékonyan változó hanglejtést.” (Cicero, 1987, pp.8.)

Persze Cicero munkásságán és a retorikán túl más tényezőket is megemlíthetünk, ahol a két ág szorosabban összefonódik. Ahogyan Nicholas Cook is említette, „a nyelv nem egyszerűen tükrözi, hanem teremti a valóságot” (1998). A zenét is hasonlóképpen határozza meg, illetve a zenei nyelvhasználatot. Állítása szerint a hitelesség a zenéről való gondolkodásunk által nyeri el validitását, és eme gondolkodás pedig jelentős hatással van a zenélésre körkörösé téve a folyamatot (Cook, 1998). A zene valódi tartalma pedig nem csupán tükrözi társadalmunk természetét, az emberek egymáshoz való viszonyulását, hanem átalakító hatással is bír felettük (Cook, 1998).

III.2.2. A zene kommunikációs mivolta

Ahogyan Takó (2017) is fogalmazott művében a zene kommunikációs mivolta sokak számára egyértelmű lehet, a zenén keresztül történő információátadás ugyanis jelen van a dallam megjelenése óta. A kommunikáció maga az emberiség őstörténetéig visszavezethető, mivel az emberi lényt mindig is érdekelték a körülötte zajló világ történései és ezek megértéséhez mindenképp kommunikációra van szükség (Takó, 2017).

A zenei kommunikáció esetében számos lépést és alkotó-elemet figyelembe kell venni, hogy egy egészset alkothasson. Mivel már a puszta hang megszólaltatásakor is megfigyelhető, az egyén nonverbális kommunikációja, legyen az mimika, testtartás vagy arckifejezés. Ezek mind emóciókat fejeznek ki, közvetítenek (Takó, 2017).

Nonverbális kommunikációs eszközeink jelentősen megelőzték verbális társaikat evolúciós szempontból, így hatékonyságuk foka is jelentősen magasabb. Az emberek ugyanis a megfelelő érzelmeket már az arcizmaik adott helyzetbe történő mozgatásával átélik (Takó, 2017). Például a pozitív élmények, dallamok hallgatása esetén a befogadó arca önkéntelenül is mosolyra fakad, míg egy tőle idegen, kellemetlen szituáció egyenes undort fest az arcára.

Takó András azt is kiemelte, hogy a szóbeli tartalom csupán igen csekély részét képezheti egy teljes üzenetnek. A szavakon túl pedig a hangunkkal is számtalan dolgot kifejezhetünk. Szóbeli üzenetnek annak tartalmát nevezzük, magát az előadásmódot paralingvisztikának hívjuk. Ez utóbbihoz sorolhatjuk a beszéd tempóját, sebességét, ritmusát, a hangerőt, hangszínt, illetve a hangmagasságot. Tehát a legtöbb olyan elemet, amely a hangképzéshez elengedhetetlen. Amennyiben a vokális zenei stílusokat vesszük figyelembe, itt egyedül a dalszöveget tartjuk a verbális kommunikáció részének. Ezen zenei tartalmak üzenetküldési mechanizmusa azért bizonyul hatékonyabbnak, mivel számos nonverbális eszközzel társul, azaz zenei köntösbe van bújtatva. Az összes olyan vokális jelzés, amit nem

beszédnek tekintünk, paralingvisztikai üzenetnek tekinthető, állítja Takó András. Tehát a kommunikációelmélet alapjainak tisztázásával a zenei kommunikáció is értelmezhető, annak minden elemével. A szerző elmondása szerint nem szabad megfélekednünk arról sem, hogy ugyanúgy, ahogyan például az öltözékünkkel egyfajta üzenetet közvetítünk a külvilág számára, ugyanezen metódus átültethető a zenei világra is, azaz az általunk kedvelt melódiák, koncertek, előadások, mind elárulnak rólunk valamit (Takó, 2017).

A különböző hangerővel, hanglejtéssel, ritmussal rendelkező zene, amit kommunikáció vokális csatornájaként azonosítunk, jelentést hordoz, azaz üzenetet közvetít és ezen impulzusok hatására a befogadóban érzések generálódnak. Lovász Irén a szakrális kommunikáció jelenségének kutatása során, Lotman autokommunikációs folyamatára alapozva dolgozta ki elméletét 2011-ben. Ez alapján két mód, avagy modell különböztethet meg; Az első a feladó-vevő alapú kommunikáció, ahol kvantitatív üzenetküldés a jellemző, a másik kommunikációs forma pedig az autokommunikáció, amelyben a feladó és a vevő ugyanazon egyén marad. Ez a forma inkább kvalitatív változást eredményez, emotív jellegű. Az információ nem változik, csupán közvetítésének módszere. Lovász Irén ezen elméleti alapokat a zenei kommunikációra is alkalmazza. Elmélete szerint akár az előadóművész vagy hallgatóság zenei élményének folyamata alatt is kvalitatív, belső változáson megy keresztül, ami katarzishoz vezet. Ezen esetekben az egyén igyekszik egy idealisztikus világot megélni, amely változtathat annak teljes képén (Lovász, 2011).

A zene érzékelése során az agyunk műveleti sorrendje a következőképpen zajlik: Kezdetben a hangot fizikai rezgésként érzékeljük, majd a megfigyelés és megkülönböztetés folyamata zajlik le, ezt követően pedig a hangok megértése és tudatosítása kezdődik. Ahogyan a korábbiakban is szó esett róla, egy bizonyos hang megszólaltatásának módja magatartást, emóciókat és intenzitást árul el a küldőről, amelyekre a befogadó partner reagál valahogyan. Mivel a hang minden esetben utal valamire, így az asszociációs képességekre is fejlesztő hatással van (Lovász, 2011).

A közös zenélés az egyént kezdeményezésre, önkifejezésre, továbbá a társaira való odafigyelésre, toleranciára ösztönöz, amelyek a mindennapokban is hasznosnak bizonyulnak. Ezen tényezők formálják az éntudatát is. Továbbá a közös éneklésben számos előny rejlik, mint például oldja a szorongást vagy gátlást, ugyanakkor elősegíti a hanghordozást, artikulációt, ritmusérzéklet a helyes tagolással és légzéssel. Fontos kiemelni azt is, hogy az érzelmek kifejezése elősegíti a beszéd hitelességét (Varga, 2011).

III.3. A zene és a közösségi média kapcsolata

Számos téma köré szerveződhetnek szubkultúrák, a zene is ilyen. Kifejezetten közösségformáló erővel rendelkezik és az internet térhódítását követően színtere tekintetében egy egészen új szintre lépett. Természetesen beszédtema is lehet egy adott koncert vagy zenei előadó, mivel a közös tudás és a téma szeretete fenntartja a diskurzust, azonban a közösségi média virtuális kapcsolattartó rendszerének köszönhetően ezen szubkultúrák táborai rohamosan nőni kezdtek, hiszen a világ minden tájáról tudtak csatlakozni és interakciót kezdeményezni a világhálón keresztül. Tófalvy ezen hálózatokról tesz említést Zenei hálózatok (2011) című művében. A szerző három különböző színteret említ, amelyeket Benett és Peterson (2004) szemléletéből, azaz a lokális, a transzlokális és a virtuális színterekből eredeztet (Tófalvy, 2011). Ezen színtereket pedig műfaji alapon különbözteti meg, így alkotva lokális, globális és online színteret a zenei közösségek számára (Tófalvy, 2011). Lee és Peterson (2004) közösségvizsgálata ugyan bizonyította, hogy az online forma „betölti egy színtér összes alapvető funkcióját”, ugyanakkor a szerző szerint vitatott, hogy mennyiben minősülhet mégis elkülöníthető színtérnek, mivel kevésbé nevezhető „valós” kapcsolatnak (Tófalvy, 2011). Ugyan a világhálón szerveződő közösségek többnyire offline eredetű stílusok vagy zenei műfajok mentén tudnak kialakulni, tehát pont az a preferencia-rendszer, amely ezen csoportot összetartja az online térben a valóságban is létezik, így inkább egy on- és offline színtérhálózat elemeként lehet kezelni, mint önálló színtérként (Tófalvy, 2011). Azonban számos változás ment végbe pusztán a virtualitás fogalma körül is, ahogyan egyre elterjedtebbé vált az online jelenlét a mindennapokban. Az online közösségi alkalmazások rohamos népszerűsödésével az interneten keresztül történő információ- és eszmecsere nem csupán ismeretlen egyénnel történik, hanem nagyban az offline ismeretségi körökre és barátságokra épít, s csupán felgyorsítja, egyszerűbbé teszi az egyéneknek a műfajokról való társalgást az online térben átalakítva bizonyos színtereket (Tófalvy, 2011).

III.3.1. A Last.fm mint kommunikációs csatorna

A zene és közösségi média kapcsolatára tökéletes példa lehet a – hazánkban kevésbé elterjedt – Last.fm. A Médiakutató.hu 2008-as bemutatója alapján a 2002-ben létrehozott platform a rádiózás, tehát a zenei streaming szolgáltatások és a közösségimédia-oldalak szerelemgyermekének nevezhető. A platform újdonsága abban is megmutatkozott, hogy a médiapiaci szereplők már nem várták el fogyasztóiktól, hogy saját csatornáikra kapcsoljanak,

hanem tartalmaikat ők maguk szállították a fogyasztók által kedvelt platformokra, ahol más esetben is szívesen töltik az idejüket, ilyen oldal például a Last.fm is.

Az oldal a személyre szabott internetes rádiózásra fókuszál a leginkább. Továbbá lehetőséget teremt arra, hogy minden egyes felhasználó tökéletesen egyedi rádióadót generáljon, csak az általa kedvelt zenét játszva. A személyre szabott műsoron kívül számos egyéb szolgáltatással is találkozhat a felhasználó az oldalon belül. Például a Last.fm ingyenesen elérhető mp3-akat biztosít letöltésre, közösségileg szerkesztett, Wikipédia-stílusú aloldalakat mutat egy adott előadóról személyre szabott koncertinformációkkal, illetve a Last.fm-től független internetes üzletekre visz, és ezen e-kereskedő partnereken keresztül jegyeket, CD-ket, mp3-akat is vásárolhatnak az érdeklődők.

Mindemellett a platform a közösségi oldalak tipikus funkcióival is rendelkezik, mivel a felhasználók ugyancsak egyéni adatlapot hozhatnak létre, ismerkedhetnek, kiépíthetik és bővíthetik kapcsolati hálójukat. Sőt az oldal algoritmusának köszönhetően, az ajánlások alapján megismerkedhetnek a sajátukéval tökéletesen egyező zenei ízlésű felhasználókkal is (Izsó, 2008). Természetesen manapság nem ez a zenei közösségi oldal az egyetlen platform. Számos hasonló tulajdonságokkal rendelkező oldal fellelhető manapság az interneten, amelyek közül a legismertebbek iTunes és a Spotify.

III.3.2. Egyéb közösségi és zenemegosztó oldalak

Természetesen Tófalvy említést tett a MySpace-ről is, amelyen keresztül zenei közösségek kialakulása volt megfigyelhető. 2004-től kezdve a zenekarok elkezdtek létrehozni saját profiljaikat és megosztották azokat az értékes információkat és dalokat, amelyeket a rádiók fő műsoridőben nem játszottak le és észrevették, hogy ezen zenekarok egyre több emberhez jutottak el, dalaik elérése pedig rohamosan nőtt hatalmas népszerűséget hozva a kreátoroknak (Tófalvy, 2011). Kényelmes volt, gyors és elérhető. Tehát már egészen régóta jelen vannak a közösségi médiában megosztott zenei tartalmak.

A MySpace-hez hasonlóan a Facebook készítői is hamar ráeszméltek a közösségi oldalak zeneiparral való összekapcsolásában lévő hatalmas potenciálra, így rövidesen a Facebook fejlesztői is megalkották a zenei szakembereknek vonzó audio- és vizuális funkciókat, továbbá támogatták a művészek és a rajongók kapcsolatát vállalati kapcsolatokat teremtve a zeneiparral (Mjøs, 2013). A Facebook segítségével a legnépszerűbb zenekarok hatalmas követőszámra tettek szert, közösségimédia-profiljaik által, emellett kialakult a kapcsolat az előadó és a rajongó között. A Facebook azonban abban különbözött a MySpacetől,

hogy együttműködő szerződést kötött a Spotify-al, egy, a piacon jelen lévő, on-demand ¹ szolgáltatóval. A Spotify 2008-ban indult egy svéd vállalkozó vezetése alatt. A két vállalat megállapodása egyenlő volt azzal a ténnyel, hogy a globális zenei szereplők bebocsátást nyertek a globális társadalmi médiaszolgáltatásba, így azok a Spotify-felhasználók, akik a Facebookot is használták, megoszthatták kedvenc zenelistájukat Facebook-ismerőseik között (Barnett, 2009a In: Mjøs, 2012). Ugyanakkor a Spotify vezérigazgatója a következőket emelte ki 2009-ben: *„A Spotify nem közösségi hálózat. Az olyan cégek, mint a MySpace és a Facebook már most is remek munkát végeznek. Azonban úgy gondoljuk, hogy a zene a legerősebb közösségi tárgy a világon, és az emberek szívesen osztják meg a zenét.”*

Céljait tekintve a Spotify természetesen minden piacon működő vállalattal egyaránt arra törekszik, hogy elsődleges szolgáltatóvá váljon, ha zenéről van szó (Mjøs, 2013).

Fontos fordulatot jelentett a zene és közösségi média kapcsolatában, amikor Mark Zuckerberg a Facebook oldalán bejelentette, hogy felvásárolta az Instagrammot – számolt be róla az Index.hu (Lica, 2012). Így már nem is olyan meglepő, hogy miért látjuk az Instagram megosztásokban a Spotify dalokat, mint megosztott tartalmak. Hiszen azzal, hogy az Instagram és a Facebook fejlesztői munkatársakká váltak, az Instagram is élvezi a Spotify és a Facebook megegyezésén alapuló előnyöket, azaz a közvetlen zene megosztást a Spotify rendszeréből egyenesen a történetekbe, azaz sztorikba. A kérdés már csupán az, hogy az emberek miért szeretik megosztani egyéni lejátszási listáikat, az általuk kedvelt dalokat és vajon létezik burkolt üzenetküldési szándék a zeneszámok mögött? Releváns példa erre a Spotify év végi Wrapped szolgáltatása. Ugyanis, ha december, akkor Wrapped! A Spotify felhasználók minden évben megkapják a saját részükre az algoritmus által összeállított kedvencek listáját, amelyet azonnal meg is osztanak követőikkel. Vajon milyen célból? Miből gondolják, hogy más embereket érdekelhet az, ami bennünket?

A következő fejezetben, a zene pszichológiáján belül ezen kérdésekre is keresem a választ.

III.4. A zene pszichológiájának vizsgálata

III.4.1. A zene pszichológiája

Az alapvető zenei, illetve kommunikációs definíciók és modellek taglalását követően megemlítenének tartom a zene pszichológiai háttérének rövid áttekintését is. Margulis

¹ Így: ez azt jelenti, hogy az On-demand szolgáltatás igény szerinti szolgáltatás, vagyis a felhasználó akkor nézi meg a tartalmat, amikor az neki a legmegfelelőbb (Mjøs, 2013).

művében úgy jellemzi a zenei pszichológiát, mint azt a tudományágat az emberi viselkedéstanon belül, amelyet a legnehezebb körülírni, hiszen az emberek kevésbé képesek nyíltan kommunikálni a zenei pszichológia témájáról (2018). A szerző azt is kifejtette, hogy természetesen a zene szóbeli megfogalmazásával szemben tanúsított emberi ellenállás mégsem tántorított el bennünket annak értelmének keresésében.

Már számos irányból közelítették meg a zene vizsgálatát, legtöbbször matematikai kifejezésekkel, modellekkel próbáltak jellemzést találni, vagy éppen a történelemben és a kultúra vizsgálatában keresték kérdéseikre a választ, a zene pszichológia azonban kognitív szempontból vizsgálja a témát (Margulis, 2018). Azaz a zenét, mint szellemi terméket próbálja körülírni (Margulis, 2018). A pszichológia módszereivel természetesen olyan eszközök birtokába lehet jutni, amelyek segítségével könnyedén vizsgálhatóak az egyén kognitív tudati folyamatai, akár zenei reakció gyanánt, vagy annak befolyására (Margulis, 2018). A szerző a zenével kapcsolatos kognitív tudományba foglalja még a filozófiát, továbbá a zeneelméletet, antropológiát, kísérleti pszichológiát, az idegtudományt és a számítógépes modellezést, melyek integrálásának segítségével talán választ kaphatunk a zene, illetve a muzikalitás köré fogalmazott kérdéseinkre (Margulis, 2018).

Természetesen a szerző által említett tudományos vizsgálatok során (a különböző területek egyetemistáinak reagálása a tonális zenei impulzusokra, legyen az moll, azaz szomorkásabb vagy dúr, azaz vidámabb hangok szerepeltetésével) felmerülhet a redukcionizmusnak, azaz a túlzott leegyszerűsítésnek a veszélye is, amelyre Elizabeth Hellmuth Margulis külön fel is hívja a figyelmet (2018). Azonban a korábban említett technikák ötvözése számos olyan kérdésre is választ ad, amelyek a történelem során megfogalmazódhattak bennünk a zene kapcsán (Margulis, 2018).

III.4.2. A zene nyelvi mivolta

Gyakran találkozunk a zene egyfajta nyelvként történő azonosításával, hiszen rendkívül gazdagon képes kifejezni gondolatainkat, érzéseinket. A zene azonban valóban rendelkezik a nyelvhez hasonlatos jegyekkel. Amennyiben kommunikációs rendszerekként tekintünk rájuk mindkettő rendelkezik bizonyos egyetemes tulajdonsággal és számos olyannal is, amely kulturálisan meghatározott, hiszen mindkettő olyan összetett hangjelzésekkel áll, amelyeket képesek vagyunk vizuálisan megjeleníteni, körülírni (Margulis, 2018). Mindkét esetben szükségessé válhat az interperszonális együttműködés, azaz párbeszéd vagy közös zenélés (Margulis, 2018). A különálló hangegységekből mind a zene, mind a nyelv gazdag

szerkezeteket alkot: például beszédben a mondatok vagy szövegszerűen, míg a zenei megközelítésben frázisok és szakaszok formájában (Margulis, 2018).

A zene egyik fő megkülönböztető elemének a szintaxist, azaz a mondattant tartjuk. A nyelvhez hasonlóan azonban a zenét is atomegységek, szavak helyett különálló hangok alkotják, amelyek valamilyen meghatározott szabályrendszer alapján követik egymást (Margulis, 2018). Szintén közös vonásként említhető, hogy mindkét esetben az egyén kezdetben implicit módon ismeri meg a szintaktikai szabályokat és mindkét forma tanulható explicit módon is, amely a nyelvnél nyelvórák keretei között, míg a zene esetében zeneelméleti oktatásban valósul meg (Margulis, 2018). Persze fontos megvizsgálnunk a két entitás kapcsolatát is, hiszen a zenét, illetve beszédet feldolgozó, értelmező kognitív rendszerek között átfedéseket fedezhetünk fel, így az egyik területen szerzett ismeretek és tapasztalatok, illetve a tehetség könnyen hasznos komponenseit képezhetik a másik területen mutatott képességeinknek egyaránt (Margulis, 2018).

III.4.3. Tetteink és érzelmeink vizsgálata zenehallgatás közben

III.4.3.1. Az érzelmeink és a zene

Az emberek gyakran kötik az érzelmi világhoz a zenét, ha nem is egzaktan az érzelmeink kifejezéséhez, de saját érzelmeink személyes feltárása kapcsán azonnal a zenére asszociálnak. A következőkben a két elem közötti összefüggéseknek, kapcsolatuknak fogok a mélyére ásni. Ahogyan H. Schramm is kifejtette Behne, Gabrielsson és Rösing gondolataira alapozva; a zene képes az egyén egyenesen intenzívnek mondható reakcióinak kiváltására, amelyek érzelmi alapokon nyugszanak. Azt is kiemelte, hogy ezen ok is hozzájárul ahhoz, hogy a zenét az érzelmeink nyelveként definiálják. Kiemelendőnek mondható a szöveg nélküli zenei kompozíció szerepe, ha az érzelmeinkről van szó, mégis a hallgatók ritkán utalnak a zenei kompozícióra mind szöveg vagy dallam, vagy szerkezete terén, általában inkább a hangulatára és az általa generált érzelmekre esik a fókusz (Wirth & Schramm, 2005). A szerző állítása szerint gyakori, hogy a hallgató nem is emlékszik kedvenc dalának címére, vagy szövegére, sokkal inkább azt tudja felidézni, hogy pozitív vagy negatív hangulatú és hogy milyen érzéseket keltett benne (Wirth & Schramm, 2005).

Nem véletlen tehát, hogy a zene maga a legfontosabb elemét képezi a különböző típusú tartalmaknak, mint például a kazetták és CD-k, vagy akár az audiovizuális, azaz a videóklippek, filmek, sorozatok és egyéb hasonló produktumoknak is. Ezen tartalmaknak ugyanis funkcionális részét adja a melódia (Schramm, 2004, idézi Wirth & Schramm, 2005). Így

fordulhat elő, hogy a filmek példájában az aláfestő zene képes kiemelni, hangsúlyozni a képernyőn látottakat, ugyanakkor az alábbiak ellenkezőjét is könnyedén elérni a közönség fejében (Bullerjahn, 2001; Cohen, 2001; Vitouch, 2001, idézi Wirth & Schramm, 2005). Schramm azt is kiemelte, hogy a zene hatását illetően az az általános tendencia, hogy pozitív hatással van az egyénre, amennyien annak komplexitása megfelel a megszokottnak. Fontos, hogy a közönség ne kerüljön túl nagy kihívásokkal szembe a dal komplexitását illetően, így a rádióadók igyekeznek ezt alacsonyan tartani ugyanakkor érzékelhetően változatos műsorlistát összeállítani a monotonitás elkerülése végett. Így érhető el a zene által a maximális emberi jólét (Wirth & Schramm, 2005). Wunsch (2001) munkássága alapján Schramm megemlíti azt a tényt is, hogy az érzelmileg instabilnak bizonyuló, inkább introvertált emberek körében egészen sikeres a negatív hangulat javítása zenehallgatás által. Ennek okán ezek az egyének többet hallgatnak zenét, mint mások (Wirth & Schramm, 2005).

A szerző továbbá említést tesz az elsők között lévő nagy szisztematikus tanulmányra Schoen és Gatewood által, amely a zene hangulatra gyakorolt hatását elemezte. Az 1927-es vizsgálat eredménye szerint a legtöbb esetben pozitívan hat a hangulatunkra a zene és gyakran ugyanazt a hatást fejtheti ki különböző személyeknél is, különböző körülmények között (Wirth & Schramm, 2005). Számos további kutatás és tanulmány foglalkozott a zene érzelmekre gyakorolt hatásának vizsgálatával, amelyek kapcsán megemlíthető DeNora (1999), Knobloch és Zillmann (2002), illetve North és Hargreaves (2000) nevét is. A korábban említett nevek kutatásaihoz minden esetben a nők vizsgálata kapcsolódott, amelynek célja az volt, hogy megfigyeljék hogyan hat a zene a mindennapjaikra, képes-e motiválni őket, pozitív irányba billenteni olykor szomorkás vagy fáradt hangulatukat. Ezeket továbbgondolva Sloboda, O'Neill és Ivaldi (2001) kimutatták, hogy alanyaik hangulatának pozitív irányba történő változása annál inkább fokozódott, minél inkább saját maguk választhattak a zeneszámok közül (Wirth & Schramm, 2005).

Tehát az alábbiak példájából kiderült, hogy a zene képes befolyásolni, megváltoztatni a hangulatot. Természetesen minden esetben érdemes figyelni a kontextusra, és a környezetre, amelyek tovább fokozhatják ezen folyamatot (Wirth & Schramm, 2005).

III.4.3.2. Zenei preferenciák és személyiség

Amennyiben a személyiség és a zenei preferenciák között keresendő az összefüggés Schwartz és Fouts cikke nyomán lehet elindulni. A szerzők többek között a serdülők személyiségét vetették össze azok zenei preferenciájával. A zenéhez kapcsolható érzelmek

megérintik a hallgatóságot és ehhez kapcsolódó aggodalmaikat megszüntetik, megnyugtatóják őket és megerősítést nyújtanak (Larson és Kubey, 1983; Roe, 1985; Rosenbaum és

Prinsky, 1987, idézi Schwartz és Fouts, 1998). Schwartz és Fouts korábbi kutatásai azt is megmutatták, hogy a serdülők zenehallgatási szokásai gyakran összefüggenek az őket érintő fejlődési problémákkal (Schwartz és Fouts, 1998). Például Burke és Grinder 1996-os tanulmányának nyomán kifejtették, hogy a kevésbé szociális életet élő, kevés barátal rendelkező tinédzserek többnyire a magánnyal és függetlenséggel kapcsolatos témaválasztást preferálnak zenei kontextusban. Persze egyéb témákat is ki lehet emelni, mint például a boldogság és elfogadás (Gordon et al., 1992, idézi Schwartz és Fouts, 1998), illetve autonómia, identitás, szerelem, szexualitás témáinak népszerűsége a serdülők körében (Avery, 1979; Larson and Kubey, 1983;

Mainprize, 1985, idézi Schwartz és Fouts, 1998). A szerzők szerint a kérdés azonban még mindig abban gyökerezik, hogy a könnyűzene iránti érdeklődés mennyiben lehet összefüggésben a személyiséggel, tehát az egyén pszichológiai felépítésével. Elméletben tehát a megkérdezett egyéneknek az általuk választott zene pszichológiai jellemzőivel kellene megegyezniük a témától függően, ugyanakkor mindenki rendelkezik sajátos tulajdonságokkal, problémákkal vagy bizonytalanságokkal, talán így tudnák kifejezni önmagukat az adott fejlődési szakaszban (Fouts, 2003). Ugyan a szerzők nem állítanak ok-okozati összefüggést vagy szignifikáns kapcsolatot a vizsgálataik alapján, ugyanakkor további szélesebb perspektívával rendelkező részletesebb kutatásokat javasolnak a témában, hiszen látják a serdülő közelebbi megismerésének potenciálját a zenén keresztül (Fouts, 2003).

III.4.4. Az emberi muzikalitás

A magyar nyelv értelmező szótára szerint a Muzikális ember az az egyén, aki jó zenei hallással rendelkezik, zenéhez értő, kedveli a zenét; olyan, akinek érzéke van a muzsikához (A Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézete, 1959-1962). A muzikalitásról lehet úgy értekezni, hogy az ember túlélése szempontjából nincs jelentős szerepe. Ugyanakkor Hámori József szavai szerint a muzikalitásnak – különösen annak még igen fiatal korban történő fejlesztése – esszenciális eleme az egyén személyiségének teljessé válásához. Zenei élmények hiányában nem csupán a melódiák szépségétől fosztjuk meg magunkat, de a sajátos kommunikációnkat és érzelmeink kifejezésével összefüggő tudati szféránknak megfelelő fejlődését is gátoljuk. Számos pszichofizikai vizsgálat rávilágított arra, hogy a zenei érzékelést a jobb agyféltekéhez köthetjük. Ugyanarról a féltekéről beszélünk, amely a látásban, az érzelmfeldolgozásban, kreativitásban vagy az újdonság felfedezésére való hajlamban játszik

jelentős szerepet. Ugyanakkor nem érdemes megfeledkezni a bal féltekéről sem, amely a beszéd és a logikus gondolkodás mellett az időérzékelést azaz a muzikalitáshoz elengedhetetlen ritmusérzéklet nyújtja számunkra (Hámori, 2019).

III.4.5. A zene mint kultúraközi csatorna

A korábban említett kapcsolatokon túl érdemes kitérni a zene kulturális aspektusának jelentőségére is, mivel a köznap nyelvben is gyakorta elhangzik, hogy a zene lehet az összekötő nyelv, a kapocs akár kultúrák között is. Schramm állítása szerint a zene érzelmi kifejezőmódja nem képes a társadalomtól és a kulturális rendszertől független lenni, amelyben megszólal (Heister, 1993; Rösing & Oerter, 1993, idézi Wirth & Schramm, 2005). Ugyanúgy ahogyan a nyugati kultúra zenéi meglehetősen különböznek például a Közel-Kelet vagy Kelet-Ázsia műveitől. Mivel a különböző kultúrák más zenei skálákkal, ritmikákkal dolgoznak és zenei paramétereik különbözősége alapján, ezen paraméterek is eltérő a szerepük, fontosságuk. Máshova helyeződik a zenei hangsúly például Afrikában, ahol a ritmus gyakran nagyobb fókuszba kerül (Wirth & Schramm, 2005). Ezen zenei funkciókra erős befolyást gyakorol az adott kultúra általános viselkedésmódja és attitűdje (Brandl & Rösing, 1993; Heister, 1993, idézi Wirth & Schramm, 2005). Elődei munkásságának alapján Schramm megállapította, hogy egy kulturális területen belül az expresszív hangulatok, illetve a zene érzelmkifejező tulajdonságai meglepően állandónak bizonyultak az emberi észlelésben (Wirth & Schramm, 2005).

Azonban nem csupán Schramm tartotta figyelemfelkeltőnek a zene és kultúra kapcsolatát. Marcia Herndon és Norma McLeod *Music as Culture* című művükben azt állítják, hogy nincsenek kultúra nélküli konstansok az érzékelésben, az azonosulásban és a zenei kifejezés minőségének észlelésében, továbbá annak érzékelésében. Gondolataik szerint a zene a zajtól való megkülönböztetését sokkal inkább a kulturális kondicionáltság adja, továbbá a személyes sajátosságok a csoportidentitással (McLeod, 1982). Ez az oka annak, hogy míg egy csoport zenének tekint valamit, addig azt a másik elutasítja vagy figyelmen kívül hagyja. Kijelenthető tehát hogy a zene kulturálisan is meghatározott.

Remek példa lehet erre a szerzők által említett maorik háborús tánca, amelyet éneklés helyett inkább ritmikusan kiabálnak, mégis zenének kell tekinteni, mivel a maorik is ennek tekintik (The Lexicon of Musical Intuitive (1965), idézi McLeod, 1982). Ilyen szempontból metodológiailag nehéz a zene csupán emberi értelemben vett meghatározása (McLeod, 1982).

Amennyiben azonban az egyén verbális információt kap a hangmagasságok esetleges változásáról egy új zenében, akkor a meghallgatásának folyamata kevésbé válik fiziológiailag

zavaróvá számára. Ebből arra lehet következtetni, hogy némi információátvitel lehetséges az agyféltekék között, így a verbalitásnak köszönhetően lehetővé válik, hogy az új tanulás a szubkulturális agyféltekében menjen végbe a domináns helyett. Ennek hiányában az egyén képtelen lenne egy másik kultúra elsajátítására, az idegen kultúra zenéje alapján. Érdekes azt is kiemelni, hogy a zene felismerésének biológiai korlátai kevésbé jelentősek a kulturálishoz képest. Példának okáért míg a nyugati típusú zenében a frázisok nem haladják meg a megközelítőleg hét másodpercet és normális, rövid strófával rendelkeznek, addig a japán zenékben akár 50 hangrészletnek is fültanúi leszünk, mielőtt ismétlődni kezdene a szekvencia. Ezen hangsorozatok hosszát is kulturális megfontolások határozzák meg (McLeod, 1982).

III.4.6. A zene mint befolyásoló tényező

Nem véletlenül észleljük a zene jelenlétét az idők kezdete óta az emberi történelem során, hiszen ritmikájának, intenzitásának köszönhetően egyedülálló összehangoló erővel rendelkezik. Cialdini is kiemelte művében, hogy a hallgatóság tagjai könnyedén egy hullámhosszra tudnak kerülni többek között a vokális és az érzelmi dimenziók mentén egyaránt, amely egyfajta kölcsönösen támogató társas kohézió jelenséget von maga után az egyének között (Cialdini, 2017).

Ezen egységnek a vizsgálatára Németországban négyéves gyermekekkel végzett kutatást, melyben kiderült, hogy a két kisebb csoport közül az bizonyult összetartóbbnak és segítőkészebbnek a csoport tagjaival, amelyben a gyerekek énekeltek a játék közben, ellentétben a csendben játszó társaik csoportjával. Megbizonyosodott róla, hogy a közös zenehallgatás és mozgás nagyban hozzájárult az egyén önfeláldozó viselkedéséhez és ami szintén ilyen fontos, hogy eme hajlandóság teljesen ösztönös jelenség volt, amely a közös zenehallgatásból kiinduló kapcsolatérzésen alapult (Cialdini, 2017). Cialdini kutatásának példáján túl további eseteket lehetne említeni a zenei befolyással kapcsolatban. Ezek közül, még egy további példával fogok élni a zenei üzenetátvitel konkrétumait taglaló fejezetben.

IV. A zenei kommunikáció

VI.1. Hogyan kommunikálunk a zene segítségével?

Ami a zenei kommunikáció kontextualizálását illeti, a zenei kommunikációról alkotott modellek legtöbbször a Shannon és Weaver által 1949-ben megfogalmazott információátviteli modell befolyásolja. Ez egy olyan kommunikátori szemmel által meghatározott megközelítés, miszerint az információ csupán egy irányban mozog a feladó, a csatorna és a vevő esetleges

változataitól függetlenül (Miell, 2005). Minden esetben a feladótól indul és a vevőnél fejeződik be a kommunikáció folyamata, így előbbi aktív, utóbbi passzív szerepet játszik. Ugyanakkor ezen a ponton megemlítendő Cross és Juslin ellenvetése is a modell zenei kontextusba történő helyezéséről, hiszen a zenei kommunikációt sokkal interaktívabbnak és kevésbé egyoldalúnak vezetik le (Miell, 2005). Úgy is értelmezhetnénk, hogy eme kommunikációs modell egyfajta hatalmi viszonyt reprezentál a feladó és a vevő között, így azt hihetnénk a korábban említett komponens képes a teljes diskurzus irányítására, mivel az utóbbi passzív tényezőként, csupán hallgatóként van jelen a folyamatban (Miell, 2005). Az ellenérveket figyelembe véve azonban mi is tapasztalhatjuk, hogy a passzívnak bemutatott befogadó fél igenis képes aktív szerepet játszani az üzenet tartalmának értelmezésében.

Az 1960-as években zajló „kognitív forradalom” ihlete megjelent a zenepszichológia kutatásaiban is, hiszen a vizsgálatok alapja ezen ágazatban is az inger és inger-válasz alapkérdését fejtegette (Miell, 2005). A zenepszichológiában az előbb említettek az elszigetelt hangok és harmóniák kognitív hatásainak laboratóriumi alapú vizsgálataiban mutatkoztak meg. Ezen elméletek magyarázhatják a korábbiakban említett összefüggést a zenei kommunikáció és az információátvitel modelljei között (Miell, 2005). Szintén említésre méltó azonban, hogy a zenepszichológia tudománya nem állt meg a laboratóriumi vizsgálatoknál, megfigyeléseik jóval komplexebb irányt vettek, így érdemes egy szélesebb perspektívával vizsgálni a zenei kommunikáció kérdését a hagyományos vagy egyszerűbb kommunikációs modellekkel ellentétben (Miell, 2005).

Johnson-Laird 1992-es munkájában arra fókuszált, hogy a kommunikátorok milyen módon használják a szimbolikus kódokat, üzenetközvetítés céljából a befogadók felé. Felépítik a megosztani kívánt üzenet valamilyen reprezentációját, azaz kódolnak, majd ezt a kódot úgy továbbítják, hogy a címzett képes legyen értelmezni az üzenetet, így az üzenet átadása a szimbolikus kódrendszer kölcsönös megértésétől függ (Miell, 2005). A szerző kitért arra is, hogy Kendall és Carterette 1990-ben némi formalizálással továbbfejlesztve ezt az elképzelést, a zenei kommunikáció háromlépcsős modelljének javaslatát szemléltette, amely a zeneszerző által kódolt zenei jelentések hallgatóhoz történő eljutását igyekezett bemutatni az előadóművészen keresztül (Miell, 2005). Az alábbi modell azt sugallja, hogy az előadó az a komponens, amely dekódolja ezeket a jelentéseket, majd az előadáson belül egyfajta újra kódolással továbbítja üzenetét a hallgatóságnak, akinek újabb dekódolást kell végeznie, hogy értelmezni tudja azt. Ezen folyamatok minden egyes állomásának sikeressége mind a három korábban említett résztvevő közös implicit és explicit tudásától függ, továbbá a folyamatok erős

befolyásolója a kontextus és a környezet, amelyben az adott procedúra zajlik ugyan az utóbbiról a modellben nem lelünk részletesebb említést (Miell, 2005).

Juslin ezen elméletet összefoglalva mutatja be azt a folyamatot, amelynek során az érzelmek közvetítése a zenében valósul meg. Kendall és Carterette 1990-es években bemutatott munkája nyomán egy olyan kommunikációs hálózatot mutat be, amelyben a zeneszerző egyfajta ok-okozati hatást gyakorol a hallgatóra. Ez esetben a kommunikáció akkor jön létre, amikor a zeneszerző által kódolt üzenetet a hallgató végül értelmezi, azaz dekódolja érzelmi választ generálva (Miell, 2005). A kapcsolatlánc a zeneszerző szándékától az előadó szándékáig tart, amely az előadás akusztikai jellemzőit vonja maga után. Tehát a hallgató érzékeli és észleli ezeket a jellemzőket, beleértve a kapcsolódó és releváns minták tudatosulását, ami végül egy érzelmi válaszban, azaz egy új mentális állapot előidézésében nyilvánulhat meg (Miell, 2005). Juslin szerint azt is érdemes hangsúlyozni, hogy az ebben a környezetben zajló kommunikáció túlmutat a zenei kifejezésen, amennyiben a zene szerzője valamilyen módon kifejezi azt a szándékát, hogy egy meghatározott állapotot, eseményt vagy fogalmat akar közvetíteni, és a hallgató képes felismerni ezt a szándékot, azaz képes a zenei üzenet dekódolására (Miell, 2005).

VI.2. Miért kommunikálnak az emberek a zenén keresztül, zenei megosztás segítségével?

Az alábbi Donna-Claire Chesmantól származó idézet némiképp választ ad a feltett kérdésre, amely lefordítva a következőket jelenti: „Amikor zenét osztasz meg egy másik emberrel, akkor az idejét kéred. Te is teszel egy ígéretet, hogy a rászánt ideje kifizetődik. Most már egy család vagytok, így bízik abban, hogy értékes idejét szeretettel és törődéssel kezeled, aztán megnyomod a lejátszást.” (Chesman, 2020)

A DJBooth 2018-as cikkének újragondolása során a szerző kiemelte a zenei megosztás fontosságát, azt is kiemelve, hogy mindig is fontos lesz a valódi megosztás. Úgy véli, hogy az alábbi gesztussal azt az üzenetet közvetítjük a másinak, hogy szeretnénk, ha az illető ezt a tényt is tudná rólunk, ha jobban megismerne minket. Tapasztalataiban kiemeli az emberi kötődést is a zenemegosztás kapcsán. Úgy fogalmazott: „Valamilyen apró, de jelentőségteljes módon most már egymáséi vagyunk.” (Chesman, 2020)

Azonban a tudományos háttérét is érdemes megvizsgálni a zenemegosztási szokásoknak. A következő beszámolóban az online zeneipar és az online zenei megosztás közötti összefüggéseket vizsgálták. A szerzők állítása szerint a különböző zenei termékeknek új terjesztési folyamatai alakultak ki annak érdekében, hogy alkalmazkodni tudjanak a változó

piaci igényekhez. Ezért beszélhetünk manapság inkább digitális csatornákról a zenemegosztások kapcsán (Dongwon Lee, 2011). Nem véletlen, hogy az Apple iTunes Music Store a világ egyik legnagyobb, de nem a legnagyobb digitális zenei kiskereskedője (Dongwon Lee, 2011). Waldfogel 2010-es beszámolója alapján a zenei megosztások a digitális zenei előadások háromnegyedét teszik ki és hatásuk egyre jelentősebb a zeneiparban. Ezen zenefájlok online elérése legális módon egyedül online zenei áruházakban történő vásárlás vagy előfizetéses szolgáltatáson keresztül történik (Dongwon Lee, 2011). Jelenleg már az SNS szolgáltatók is nyújtanak streaming zenei szolgáltatásokat, melyek segítségével a felhasználók szabadon vásárolhatnak vagy oszthatnak meg zenét. Ezen felület segíthet a zenén keresztül történő kapcsolattartásban, illetve az előadóknak a zenéik népszerűsítésében (Dongwon Lee, 2011).

Ugyanakkor Benjamin K. Johnson és Giulia Ranzini beszámolójukban, melyben a zene-, illetve filmmegosztásokat vizsgálva a közösségi médiában, arra az eredményre tértek ki, hogy a csoport ízlésének való megfelelés igenis létfontosságú ezen felületeken és ennek érdekében kevésbé volt megfigyelhető az egyedi zene vagy filmválasztás, továbbá a bűnös élvezetek, azaz az erkölcs szempontjából megkérdőjelezhető tartalmak nem támogatottsága miatt ezek sokkal elenyészőbb számban kerültek megosztásra (Ranzini, 2018). Azok az egyének pedig, akiknek céljuk, sajátmagunk lehető legjobb bemutatása, legtöbbször presztízsértékű zenét és filmet választottak (Ranzini, 2018). Azt is megfigyelték, hogy a Facebook-használat intenzitása nagyban mérsékelte a más-ideál hatását a tartalommegosztására (Ranzini, 2018). Ezen megfigyelések alapján egyre hihetőbbé válik az a tény, hogy a zene elárul rólunk valamit, amely vagy tudatosan az egyénben vagy a megosztás eszközét tudatalatt használja saját maga egyfajta prezentálásához, hiszen az bizonyos, hogy az alábbi metódus információkat közöl róla az őt követők számára.

4.3 Példák zenén keresztül történő kommunikációra

A zenén keresztül történő üzenetközvetítés nem is olyan ritka, sőt, egészen híres példák tudják bizonyítani a zene összekovácsoló, ösztönző erejét egy-egy téma, esemény, ideológia kapcsán. Ugyan manapság már kevésbé jellemző, hogy sárga szalagot kötünk a tölgyfára várva kedvesünket, azonban a Tie a Yellow Ribbon Round the Ole Oak Tree című zeneszám, azon túl, hogy dallama által kedvelt, ugyanakkor igen ismert és elterjedt jelentést is hordozott a múltban. Több volt, mit dal. Erről árulkodik Dave Paulson cikke a dal történetéről. Amerikában a polgárháború idejéből származott egy cikk egy katonáról, aki hadifogságba esett. A férfi évek óta nem látta kedvesét, így nem volt benne bizonyos, hogy még várja haza és nem szeretett bele

más férfiba. A katona tehát rég nem látott szerelmét egy levélben arra kérte, hogy amennyiben még mindig őt szereti és hazavárja, kössön sárga zsebkendőt a városon kívüli nagy tölgyfára és onnan tudni fogja, hogy leszálljon a postakocsiról és hazatérjen, vagy már nem várják haza. A történet olyan mélyen meghatotta olvasóját, L. Russel Brown-t, hogy azonnal elmesélte alkotó társának Irwin Levinnek és ketten egy igen népszerű slágert komponáltak az olvasottak alapján. Néhány apróság azonban megváltoztatásra került, mint például a zsebkendőt szalag, a postakocsit pedig busz helyettesítette a dalban (Paulson, 2018). A kezdeti visszautasítások ellenére a dal később hatalmas sikert aratott és ezen túl komoly üzenetet is hordozott hallgatóságának, hiszen a dal befolyására számos ember kötött sárga szalagot a fák törzsére, ezzel is kifejezve a törődésüket, hogy hazavárják szeretteiket (Crook, 2014). Azóta, ahogyan a BBC is beszámolt róla cikkében számos jelentést köthetünk a sárga szalagok használatához. Ugyanúgy jelenti a háborúban lévő katonák támogatását, a szolidaritás jelképét, tüntetési jelképet és még sorolhatnánk. Már jótekonysági alapítványt is ihletett a történet, így a Yellow Ribbon Foundation 2003-as megalapítása óta a katonacsaládok megsegítésén fáradozik. Ezen történeten keresztül is megfigyelhető a zene üzenetének ereje és az a tény, hogy egy dalhoz kapcsolódó „ideológia” vagy jelentés mögé milyen sok ember beállhat a világ minden tájáról. Ezt a kommunikációt és gesztust mindenki megérti, persze kiemelendő, hogy például a sárga szalagok esetében, csupán a dal és ezáltal a történet, azaz a kontextus ismerői tudták megfelelően értelmezni ezt a kódolt üzenetet.

Persze nem a sárga szalag ez egyetlen példa zenei üzenet jelentőségére. A híres dalok kapcsán megemlíthetjük a népszerű Netflix sorozatot, a *La Casa De Papel*-t, avagy *A nagy pénzrablást*, amelynek vörös ruhás, Salvador Dali maszkot viselő szereplői hamar visszacsempészett egy fasizmus elleni partizándalt a köztudatba. A *Bella Ciao* címet viselő dal története a 19. század végi Olaszországba vezethető vissza. Először a mondinai munkások énekelték, hogy tiltakozzanak a rizsföldeken uralkodó kemény munkakörülményekkel szemben. Később pedig, a korábban említettek szerint, az olasz partizánok a náci német erőkkal szembeni antifasiszta ellenállás himnuszaként használták az olasz ellenállás idején (Sáfrány-Birkás, 2021.). Az olasz ellenállók partizándalának híre nemzetközi babérokra tört, számos feldolgozását megtalálhatjuk különböző nyelveken. Mindenféle szabadságért vívott küzdelem himnuszának tartják és egyes szaklapok világmegváltó zenévé is avanszálták a művet (Lendvai, 2020). Az eredetileg Mussolini-ellenes, később a háború utáni megújuláshoz köthető olasz dalnak rendkívüli összekovácsoló ereje van, amelynek hatására napjainkra már számos jelentést, eszmét kapcsolnak hozzá. Ahogyan cikkében Lendvai Ildikó is említi a dal új

értelmezése is olasz eredetű, azóta pedig felcsendült a brexit ellenes Britek, vagy akár az Erdogan ellen lázadó Isztambuliak körében is (Lendvai, 2020).

Nem is szükséges olyan hosszasan visszautazni a múltba, ha konkrét példákat keresünk a zenén keresztül történő kommunikációra. Ugyan a korábban említett példák is szignifikánsak, mégis fontos szót ejteni a tragikus történések példáiról is. A 2022 márciusában kirobbant Orosz-Ukrán háború rendkívül jelentős forrássá vált a média napi hírei tekintetében. Természetesen a borzalmak hallatán és láttán számos „ellenmozgalomról”, békét hirdető konstellációkról, szankciókról és egyéb érdekességről tájékozódhatunk a médián keresztül nap, mint nap. Ez a világot megmozgató és megosztó esemény számos vizuális, audiovizuális ötlet ihletadója. Többek között a zenével kapcsolatos ötletek is. Így fordulhatott elő, hogy Murakami Haruki, egy japán rádióműsor vezetője úgy döntött háborúellenes zenékkal fog tiltakozni az orosz invázió ellen. A Könyvesmagazin.hu 2022. március 17-én megjelent cikkében írnak az esetről, melyben szemelláthatóan a zene, mint tömegeket megmozgatható kommunikációs eszköz jelenik meg. A háborúellenes dalokból készült válogatásával Murakami a békét igyekszik hirdetni pénteki rádióadásában. A The Japan News-nak adott nyilatkozatában kifejtette, hogy „Ukrajnában egy olyan háború kezdődött, amit senki nem akar. Meg tudja állítani a zene a háborút? Talán nem. De úgy hiszem, a zene fel tudja rázni a hallgatókat, hogy gondolkodni kezdjenek a háború befejezésén” (Könyvesmagazin.hu, 2022). Murakami tiszta és egyértelmű üzenete kifejezi a zene esszenciáját és esetleges minimális befolyásoló képességét is, hiszen gondolatébresztési célját nem tudjuk vitatni. A zeneválogatást a zeneszámok japán fordítása és eredetük háttere színesíti. Ezen példa is tökéletes demonstrációja a zene erejének és üzenetközvetítő mivoltának (Könyvesmagazin.hu, 2022).

A zene erejét megemlítve mindenképpen ki kell térnünk a zene általi befolyásra is, mivel a zeneszámok által közvetített üzenet – legyen az szöveges, vagy csupán a dallamon keresztül érzékelt – egyfajta befolyással bírnak. Természetesen eme befolyás lehet pozitív és negatív egyaránt. Az egyik legnegatívabbnak bizonyuló példa a korábban említettekre Seress Rezső és Jávor László közös szerzeménye a Szomorú vasárnap. Ugyan Jávor László tragikus költeménye Seress Rezső zseniális dallamával hatalmas internacionális sikereket aratott, több országban hamar be is tiltották szerzeményüket, mert elmondások szerint a dal hatására emberek ezrei vetettek önkezüleg véget az életüknek (Iván, 2009). A különös esetet évekig vizsgálták, azonban a megtalált dalszövegek és újrarájátszott dallamok terhelő bizonyítékoknak bizonyultak a zene negatív üzenete, illetve befolyása terén. Felmerül a kérdés, hogy egy előadót milyen mértékben terhelhet a felelősség egy hasonló esetben, hiszen nem kényszerítette áldozatait a dal meghallgatására, ugyanakkor mégis megírta a dalt, amely a tragédiához vezetett az üzenete

hangulatváltató képessége miatt. Persze nem állíthatjuk, hogy egy dal minden előzetes lelki vagy mentális probléma nélkül egymaga képes lehet „gyilkolni”, viszont a számos halálos esetből mégis egy olyan trendre következtethetünk, hogy a dallam a hangulatunk megváltoztatásával, illetve a negatív szöveg értelmezésével a dal egyfajta katalizátorrá válik felerősítve sötétebb érzelmeinket a és a tragikus végzetünk irányába sodorhat (Iván, 2009). Ezen sorokat követően kezdjük realizálni a zene építő, alkotó, vagy pusztító erejét.

V. Módszertani áttekintés

V.1. A kutatás felépítése

A dolgozatban bemutatott kutatást három részre bontom. Hipotézisem tekintetében, miszerint a Z generáció közösségimédia-platformjain megosztott zenei tartalmak nem csupán szórakozás, illetve szórakoztatási céllal születnek, de egyfajta kommunikációs csatornaként is szolgálnak, amelyen keresztül az egyén az érzelmeit, gondolatait tudja burkoltan közölni társaival, igyekeztem olyan kutatási módszertant választani, amely a legrészletesebb módon tudja alátámasztani állításomat. Továbbá fontosnak tartom, hogy a választott módszertannak köszönhetően a hipotézis ihlette kérdések és felvetések is megválaszolásra kerüljenek. Úgy vélem, az igazán alapos munkához nem csupán egy kutatástípusra van szükségem. Mivel kettő különböző oldalról közelítem meg a zene kommunikációs mivoltát, lényegesen mélyebb jelentéstartalmat és sokszínűbb képet kaphatok a témáról az elméleti áttekintés mellett. Nem lehet ugyanis egy kategóriában kezelni a zene alkotói és befogadói oldalt, azaz az előadókat és a hallgatóságot. Természetesen lehetnek közös pontok, ahogyan a korábban említett muzikalitás fogalma is bizonyítja, mégis teljesen más perspektíva jellemzi a két csoportot.

V.2. Kutatásom módszertanának részletes kifejtése

Tehát a dolgozatban háromfelé választva a két célcsoportot, három különböző típusú kutatási módszertant választottam:

Elsősorban a célcsoportommal, azaz a Z generáció vizsgálatának módszertanát fejtem ki, majd áttérek az előadókra is. Ahogyan a második fejezetben az általam vizsgált Z generáció meghatározásában kifejtettem, ezen kutatásban a magukat Z (média) generációnak (Székely, 2018) valló sokaságot kérdeztem egy online kérdőív segítségével. Választásom pedig azért az alábbi kutatási módszerre esett, mivel az innen kapott kvantitatív adatokból számszerűsíthető bizonyítékot is tudok kínálni a kérdésekre adott válaszaim pontosabb alátámasztása érdekében. Ugyanakkor az anonimitás elősegítheti a kitöltők őszintébb válaszainak mértékét.

Online kérdőívemben használt kérdésformák változatosnak bizonyultak a kitöltői visszajelzések alapján. Kutatási kérdésem körüljárását alapvető demográfiai adatok lekérése előzött meg. Mind eldöntendő, mind feleletválasztós, illetve rövid kifejtős kérdésekkel is találkozhattak a kitöltők az ív során. A kérdéseim döntő többsége zenei tárgykörre fókuszált, ezen belül zenehallgatási szokásokra, a zenéről alkotott képre, ugyanakkor kíváncsi voltam ennek közösségi médiával való kapcsolatára is, így ezen témakört is érintettem némiképp. Ezen kérdőív 19 pontját további kérdések egészítik ki, amelyek egy új módon, Instagram történetek formájában kerültek megosztásra napi egy kérdéses leosztásban. Ezen metódus módszertanával nem találkoztam a korábbiakban szakirodalmak olvasása során, így kérdéses, a módszertani mivoltának validitása, azonban mindenképpen egy innovatív módszernek tartom. A kutatás során szerzett tapasztalataim alapján a kitöltők szívesebben és nagyobb energiaráfordítással hajlandók megválaszolni az ezen formában megosztott kérdéseket, mivel a napi egy kérdést nem tartják fárasztónak és nem unnak bele a kérdéssor monotonitásába. Cserébe pedig az általuk adott válaszok összessége megosztásra kerül és ezen alapuló kíváncsiságuk adja a kitöltés alapmotivációját. Továbbá ezen kérdéseket kevésbé érzik személytelennek a kérdőívvel szemben, mivel a közösségi média környezetének hála egyfajta nyílt chat érzése játszódik le a kitöltő fejében. Időbeosztás szempontjából is alkalmasabb lehet, mivel egyetlen kérdés megválaszolására könnyebben ráveszik magukat, mint több tíz darab végig pörgetésére. Természetesen a kérdőívet megelőzően tájékoztattam követőimet, hogy válaszaikkal kutatói munkámat segítik, az általam feltett kérdésekre ezen tudás birtokában válaszolnak.

Az innovatív módszertan egyetlen hátrányának a korlátozott elérést, azaz a követőszámot tapasztaltam. Mivel saját fiókomban osztottam meg a kérdéseket, amely csupán néhány száz követővel, ebből alig száz aktív kitöltővel rendelkezik, így a válaszaikból gyűjtött mintám nem mondható reprezentatívnak és igen csekélynek bizonyul. Ugyanakkor ezen kevés válaszok között igazán részletes kifejtett válaszokkal is találkoztam, így ezen metódust tudtam használni az olyan kiegészítő kérdésekhez, amelyek nem esszenciális, mégis fontos részét képezik zenei elemzésemnek és amelyeket nem tehettem fel a kérdőívemben annak komplexitása, vagy egyéb okok miatt. Fontosnak tartom kiemelni azt a tapasztalatot is, hogy míg a kérdőívek gyakran esnek valótlan és komolytalan kitöltők válaszainak áldozatául, ez esetben azonban annak segítségével, hogy profil alapján nyomon követhetőek a válaszok, sokkal megfontoltabb gondolatok érkeztek.

Talán az Alternatív kutatási kézikönyvben fellelhető, Sabatella (2000) nevéhez köthető Dzsesszzenész metaforával lehetne leginkább jellemezni közösségi médiás módszertanomat. E szerint mindenki zenész, csak néhányan előadói szerepet, a többség pedig hallgatói szerepet tölt

be ezen belül. Természetesen új kvalitatív kutatásnál is létfontosságú, hogy a korábbi ismeretében, azok tulajdonságainak finom összehangolásával, keverésével alkossunk valami újat (Mitev, 2015). Ahogyan Sabatella is megfogalmazta, kevésbé lehetséges improvizálni megfelelő zenei háttérismeret nélkül, hiszen egy kottát nem ismerő ember sem képes olyan zsenialitásra pusztán a kreativitása felhasználásával. Így ezen módszertan alátámasztásához is megfelelő elméleti háttérrel kell rendelkezni a kreativitás virágzása mellett (Sabatella, 2000, idézi Horváth Dóra & Ariel Mitev, 2015).

A leírtak fényében az alábbi módszert az egyszerű, spontán interjú és a kérdőív keverésének tekintem (Solt, 1998). Beszélhetünk róla, akár egyfajta bontott kérdőívként is, mivel a lényeg pontosan a kérdések lebontásában rejlik. Interjú mivoltát a személyesebb hangnem, illetve az adott kérdések hosszabb, részletesebb kifejtése adja (Sheatsley, 1963). A kutatást pedig a zenei előadókkal készített rövid kevert interjúk színesítik és egészítik ki, amelyek az ő perspektívájukból vizsgálják a zenei kommunikáció témakörét. Ezen interjúk személyes megjelenéssel, telefonon vagy írásban készültek az adott zenei előadó elfoglaltságaihoz és leterheltségéhez alkalmazkodva. Saját tapasztalataik és gondolataik által juthatunk közelebb az üzenetközvetítés ezen formájának részletesebb kifejtéséhez és az okok feltárásához. Továbbá a zene befolyásának lehetséges következményeiről és ezek előadókra gyakorolt hatásairól is szó esik. Azért interjú formátumot választottam az előadókkal kapcsolatos információszerzésre, mivel egyrészt a személyes diskurzus elősegítette a félreértések elkerülését, továbbá mélyebben és részletesebben ki tudták fejezni alanyaim a válaszaikban a véleményüket, gondolataikat egyfajta „flowban” a teljes beszélgetés során.

VI. A zenei kommunikáció kutatásának folyamata

VI.1. A hallgatóság kérdőíve

Ahogy a korábbi fejezetekben is említettem, a kutatást több komponensre bontva végeztem, annak érdekében, hogy pontosabb, részletesebben kifejtett információkhoz juthassak a témám kapcsán. Elsődleges forrásként a hallgatóságnak, azaz a Z generációnak szánt kérdőívemet tartom számon, mivel úgy vélem, az esszenciális adatokat ezen kérdőív adja a dolgozathoz. Az alábbi online kérdőív, amelyet Google Forms segítségével készítettem el 19 kérdést tartalmaz, amely az alapvető demográfiai adatok lekérdezésén túl vegyesen eldöntendő, röviden kifejtendő, illetve feleletválasztós és skála formátumú kérdésekből áll.

Ezen módszertan azért képezi fontos alkotóelemét a kutatás egészének, mivel virtuális módon számos egyénhez eljuttathattam és az anonimitásnak köszönhetően szinte válaszokat kaptam a vizsgált generáció korbeli intervallumának egészét lefedve. Ugyanakkor érdemes megemlíteni, hogy sajnos minden esetben akadnak olyan kitöltők, akik anonimitásukat nem pozitív célokra használják, de szerencsére ezen szabotőrök fáradtságos munkáját könnyűszerrel kiszűri a rendszer. Kérdőívem számos emberhez elért, így összesen 132 kitöltést eredményezett. Az alábbi, többnyire kvantitatív adatokat tartalmazó halmazt a következő fejezetben fogom részletezni a válaszok elemzésével együtt.

VI.2. A hallgatóság Instagram kérdései

Ahogy a módszertani áttekintésben kiemeltem, Instagrammon keresztül feltett kérdéseim egyfajta kiegészítésként szolgálnak a további két fő kutatási forma mellett, amelyek kérdőív és interjú formájában valósultak meg. Az egy-egy kérdésemre kapott válaszok összege átlagosan 30-35 volt, míg a legtöbb válaszom a legelső kérdésemre érkezett 61 kitöltéssel egy eldöntendő kérdésre, úgy a legkevesebb válaszadók száma 5 fő volt egy kifejtendő kérdésnél. Legtöbbször azonban a kitöltők száma 20 és 45 fő között mozgott. Természetesen az alábbi számokat nem lehetséges reprezentatívnak nevezni, azonban mégis fontosnak tartom ezen platformon gyűjtött információimat, hiszen a folyamatos inspiráció mellett egy-egy mélyebb történet vagy ötlet további ötleteket szült, további kérdéseket vetett fel bennem, amelyekre igyekeztem választ találni. -Ezen kérdések tartalmát, továbbá az azokra kapott válaszokat a következő fejezetben részletezem.

VI.3. Az előadók gondolatai

A kutatás másik fókuszpontja a zenei előadókra esett, akiket kvalitatív interjúk keretein belül kérdeztem a témáról. Számos értékes gondolattal lett gazdagabb a kutatás a beszélgetések, üzenetváltások során. Szerencsésnek mondhatom magamat, hiszen interjú alanyaim egytől-egyig nagyszerű személyiségű, igen segítőkész emberek voltak, akik értékes szabadidejüket nem sajnálva töltötték el velem és a kérdéseimmel közel egy-egy órát. 6 nagyszerű tehetség, 6 különböző gondolatmenet. Természetesen rengeteg kommunikációs tapasztalatot nyertem a beszélgetések során. Ahogy a kérdőívnel és Instagram kérdéseimnél is említettem a gondolatok részletezéséről a következő fejezetben esik szó. Továbbá a függelékek között megtalálható mind a 6 interjú teljes átirata.

VII. Kutatási eredmények elemzése

VII.1. Összefoglaló elemzések az alkotói oldalról

Az alkotók, azaz az általam megkérdezett zenei előadók a következők voltak: Meszes Balázs, 'Meszi' – Punnany Massif, Törőcsik Kristóf – Margaret Island, Beck László – 30Y, Vavra Bence – Talk2night, Varga Szabolcs – 90Goes és Bánszki Botond – Fiúk. Ezen előadók zenei tapasztalataik és tudásuk által mélyebb megközelítéssel tudtak szolgálni számomra a zenei kommunikáció téma kapcsán. Kérdéseim hozzájuk is hasonlóak voltak, mint amelyeket a hallgatóságtól kérdeztem kérdőívemben. Azonban szeretnék az alábbi kérdések közül ötöt kiemelni, amelyek kapcsán különösen figyelemre méltó gondolatokat kaptam. Az első kérdésekre többnyire koherens válasz érkezett, mi szerint inkább dallam vagy szöveg helyeződik előtérben számukra a dalszerzésnél. A legtöbb előadó úgy nyilatkozott, hogy mindkettő ugyanolyan fontossággal bír, és néhányuk kifejtette, hogy dalonként képes változni a két komponens sorrendje. Némelyik előadó a dallammal és némelyik a szöveggel kezdi az alkotói folyamatot.

Saját tapasztalataikról is beszámoltak, hogy mennyire jellemző rájuk, hogy dalon keresztül kommunikáltak, továbbá arról is szó esett, hogy mennyiben saját tapasztalatok vagy előre megtervezett üzenetek adják egy-egy zenés szám alapját. Ezek mellett még meséltek arról is hányszor találkoznak saját szerzeményeikkel a közösségi médiában és ez milyen érzéseket vált ki belőlük. A közösségi médiaplatformokról beszélve a TikTok alkalmazás is említésre került, habár inkább, mint a zenei átdolgozások tartalomgyártó platformja. Kíváncsi voltam a véleményükre a TikTokkerek tevékenysége kapcsán is. Arról érdeklődtem, hogy szerintük mennyiben változhat egy teljes dal üzenete az 5-10 másodperces kiragadott részekre történő tartalomgyártás által. Ebben az esetben már sokkal megosztóbb válaszokat kaptam, mert míg az egyik előadó pozitívan, a másik negatívabb színben tüntette fel a platformot és az azon folyó tevékenységet. Valaki inspirálónak, mások inkább időrablónak tartották az alkalmazást. Érdeklődésem nem állt meg a TikTok használatnál, hiszen az egyik legfontosabb kérdésem a zenei befolyás témakörét taglalta. Mégpedig az ezzel kapcsolatos „felelősség” terhére kérdeztem rá az előadóknál, természetesen itt is megosztó válaszok születtek, azon kérdés kapcsán, hogy mennyiben érzik a felelősséget a dalaik pozitív, vagy negatív befolyása kapcsán. Ezen válaszokból idézek néhányat:

„Ez mindig is megvolt, pontosan, amit az elején is mondtam, ez baromi nagy felelősség, ugyanakkor nem tudunk és nem is lehet lebontani. Hogyha van egy rajongótáborod többszáz,

többezer, többtízezer ember, akkor nem tudsz egyénenként leállni vizsgálódni, hogy kire milyen hatással volt, de ezt tudomásul kell venni, hogy mindenki máshogy reagál és igenis vannak erősebb és labilisabb emberek. {...}. Viszont meg van kötve a kezünk, nem nyúlunk el a végtelenségig, nem tudunk mindenki után nyúlni, mert ha az egyik embernek adsz szeretetet, lehet, hogy a másiktól ez egy szeretet elvevés. {...} Tehát a világ legnagyobb felelősségéről beszélünk.” (Meszes Balázs)

„Mi is elég fiatalok vagyunk, reméljük, hogy inspirálunk kezdő zenekarokat/előadókat, de különösebb felelősségérzet nincs bennünk.” (Bánszki Botond)

Utolsó kérdésem azonban megegyezett a hallgatóságnak feltett utolsó kérdéssel, ami pedig nem más mint: „Mit gondol, miért választhatja a fiatalság a zenét, mint kommunikációs csatornát?”

A válaszok tartalmának összegzését tekintve teljesen koherensnek bizonyultak, azonban minden előadó egy kicsit más szempontból ástott mélyebbre a gondolataiban:

„Talán azért, mert olyan gondolatokat hallanak, amik bennük is ott vannak, de nem fogalmazódtak még meg bennük, vagy csak nem tudták így megfogalmazni magukban, esetleg más perspektívából néztek egy adott szitut. Ezen kívül sokszor egy szubkultúrához való tartozást is kifejez.” (Bánszki Botond)

„{...} a zene volt az tulajdonképpen, ami mindenkihez egy közös nyelv volt, egy közös pont. És a zene azon túl a tánc, az együtt éneklés, az együtt töltött esték... Pl. Dionüszosz ünnep, már a görögöktől kezdve, ez valahogy így mindig összeboronálta a különböző embertípusokat és akkor mindig így együtt tudtak gondolkodni, együtt tudtak szórakozni egy közegben. A zene az az univerzális nyelv számomra. {...} Annak idején az őseimbek is a dobolással és a történetmeséléssel, ami egyfajta slam poetry volt, már annak idején ezzel húzták össze az embereket a tábortűz körül így adták tovább egymásnak a történeteiket. Tehát a zene szerintem a legegységesebb nyelv és ez a mai napig így működik. Az, hogy milyen formába van töltve az az adott kornak a sajátja.” (Meszes Balázs)

„Amit már korábban is említettem, hogy egy olyan komplex kommunikációs forma.... Azt az üzenetet, amit a zenével próbálunk átadni, azt máshogy nagyon nem lehet. Ez egy olyan új dimenziót ad a kommunikációnknak, amit szerintem nem nagyon lehet helyettesíteni. Szerintem ez a rejtelmes, nem egyértelmű kódolt üzenet, aminél pontosabban az érzelmeinket meg a gondolatunkat nem tudjuk átadni.... csak zenével...” (Varga Szabolcs)

„Nem tudom, hogy azt választják-e, illetve, hogy csak azt választják-e. Az édesanyám a zenét zajnak hallotta fiatalon is, ellenben egy képzőművészeti alkotást látva ugyanúgy tudott sírni, mint én, mondjuk, amikor az éjszakába kiáltva énekeltem „hogy nem hallod, üvöltök lenn

a mocskos utcán”². Azt hiszem, a popzene valamiféle népzene, vagy legalábbis kíváncsi vagyok, hogy 200 év múlva visszanézve rá nem lesz-e valami egyenes ágú folytatása mindannak, amit ma népzeneének hívunk. Természetesen az üzleti szempontokat, a popzene ránk üvöltését is érdeme lenne megvizsgálni ebben a kérdésben, hogy valóban választás ez, avagy csak „no escape from the mess mind rape”³.” (Beck László) A fentiekben taglalt válaszok többnyire koherensnek bizonyultak és alátámasztják a zenei kommunikáció jelenségét az előadók körében is.

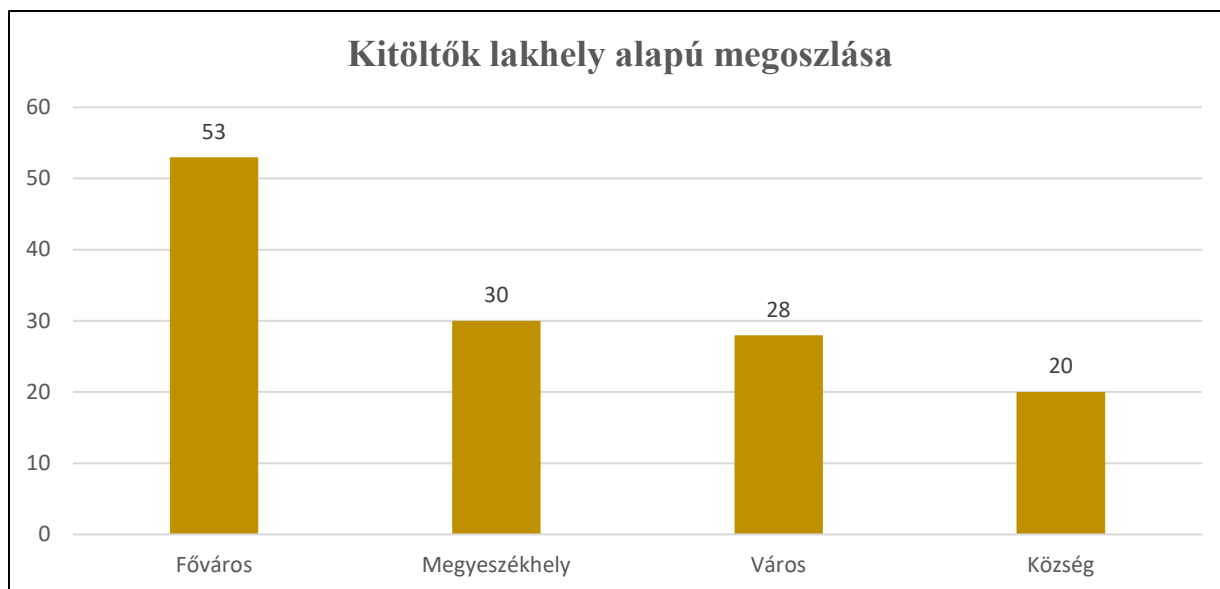
VII.2. Összefoglaló elemzések a befogadói oldalról

A következőkben az általam megkérdezett zenei előadók gondolatait fogom részletezni, illetve összevetni a hallgatóság válaszaival és a szakirodalmi háttérrel. Mint korábban említettem kérdőívemet 132 személy töltötte ki. Elsőkörben a demográfiai adatokra voltam kíváncsi. Kérdőívemet 29%-ban töltötték ki férfiak és közel 70%-ban nők és 1%-ban nem-binárisok. Természetesen nem véletlen, hogy az én kutatásom esetében a női kitöltések bizonyultak jóval magasabbnak. Ahogyan a Culture Counts is beszámolt róla, ausztrál adatbázisukban a több, mint 500.000 kitöltő több, mint 65%-a nő volt (Genovese, 2020). Megállapították, hogy a nők legtöbbször nagyobb valószínűséggel járulnak hozzá a kérdőívek kitöltéséhez, azonban azt is hozzáfűzték, hogy ezen nemek közötti torzítás általában nincs hatással a kutatás végeredményére (Genovese, 2020).

A kitöltők döntő többsége 22 éves, míg a korosztálybeli intervallumban 33-34 évesek nem töltötték ki a kérdőívet. Ami a lakhelybeli megoszlást illeti a következő eredmények állnak rendelkezésre:

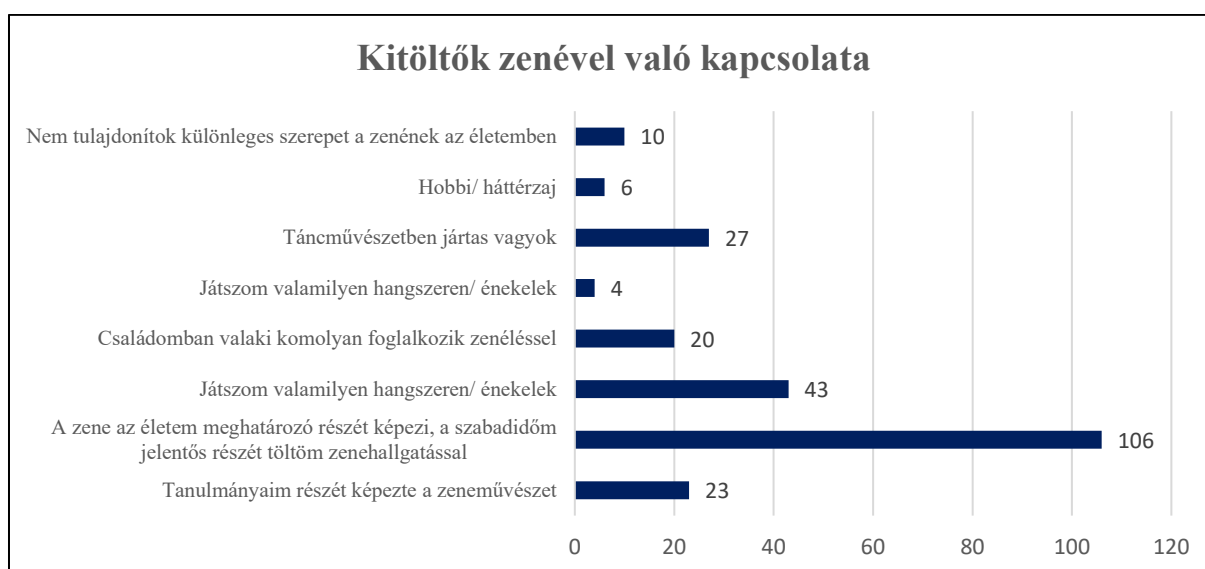
² Hobo Blues Band: Nem hallod, üvöltök; Oly sokáig voltunk lenn, 1982.

³ Rage Against The Machine: Bullet In The Head; Rage Against The Machine, 1992.



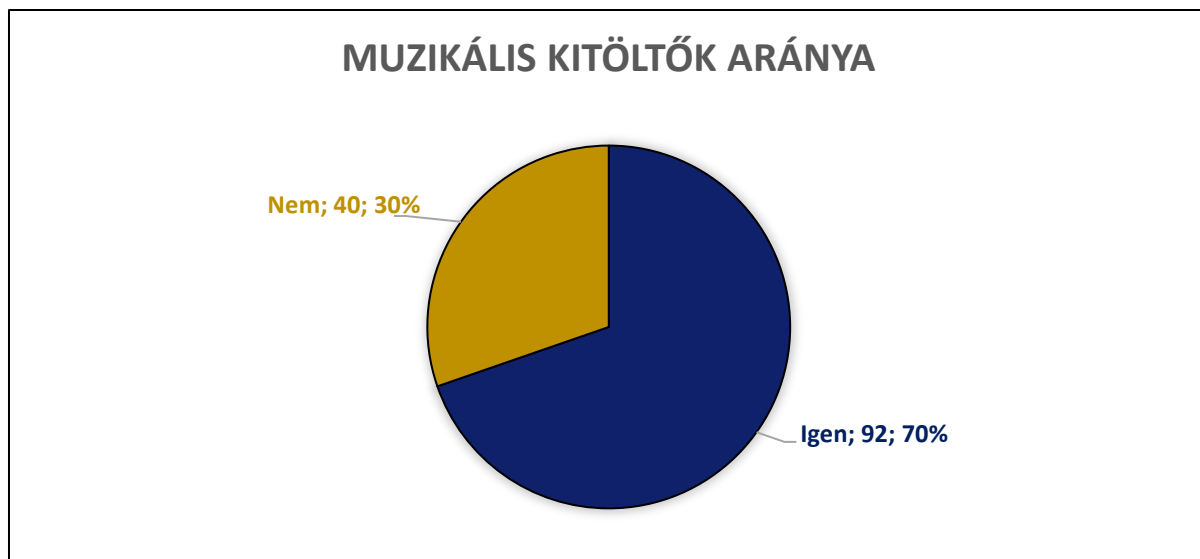
1. ÁBRA: KITÖLTŐK LAKHELY ALAPÚ MEGOSZLÁSA (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

Tehát ahogyan az 1. ábra is mutatja kitöltőim többségét fővárosban és megyeszékhelyen lakók adták. A demográfiai kérdéseket követően az első kérdésem a kitöltők zenével való kapcsolatára irányult, ugyanis kíváncsi voltam, hogy ezen adat mennyiben meghatározó tényező a további válaszaik kapcsán.



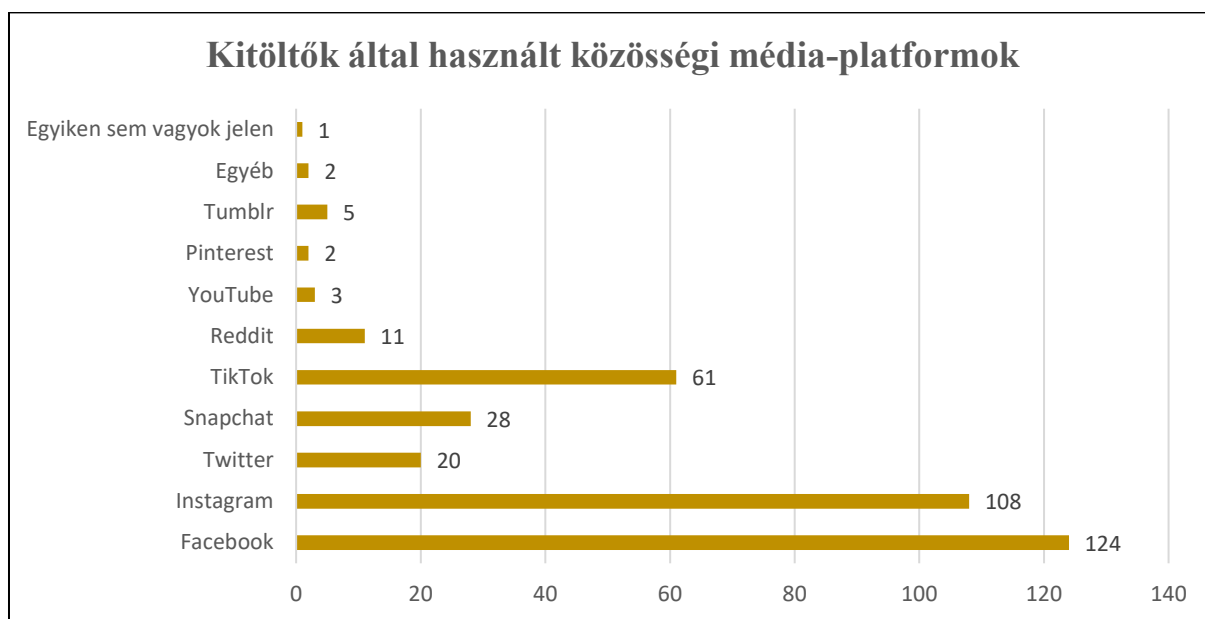
2. ÁBRA: KITÖLTŐK ZENÉVEL VALÓ KAPCSOLATA (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

Az eredményekben megmutatkozik, hogy a kitöltők kimagasló többsége azt a lehetőséget választotta, amely szerint: „Az életem meghatározó részét képezi a zene, szabadidőm jelentős részét töltöm zenehallgatással.” Tehát a válaszadók 80,3%-ának nagyon fontos a zene a mindennapokban is. És ahogyan a 3. ábra megmutatja ugyanezen kitöltők 70%-a tartja magát muzikálisnak, a definíció alapján. Ezen tendencia alapján feltehető, hogy a következőkben a muzikalitás és a zenén keresztül történő önkifejezés is összefüggésben lesz.

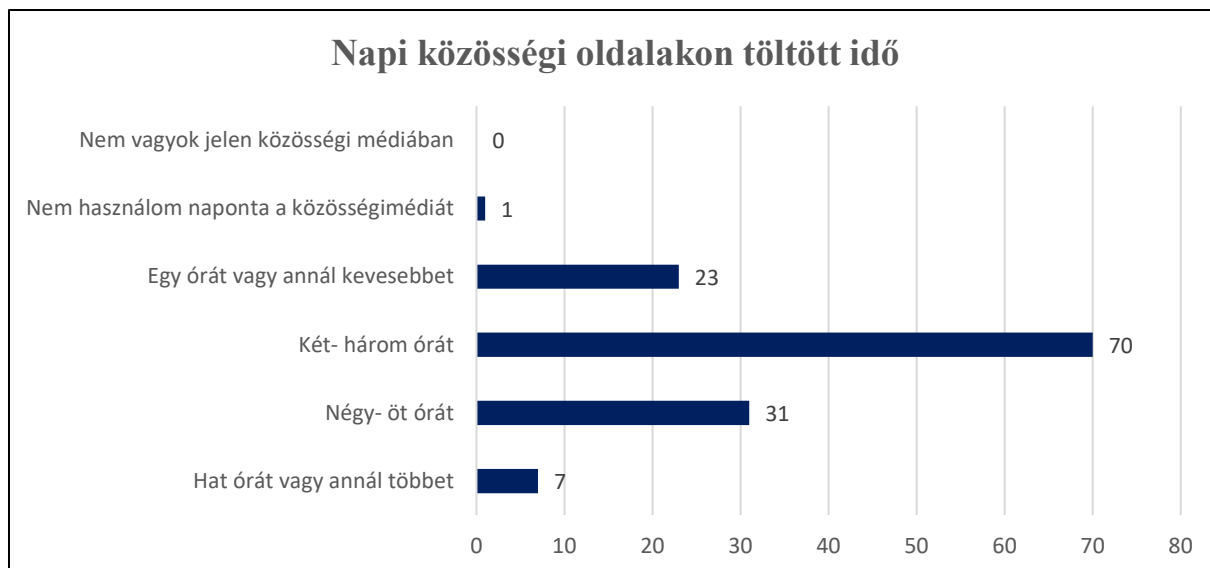


3. ÁBRA: A MAGUKAT MUZIKÁLISNAK VALLÓ KITÖLTŐK ARÁNYA (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

Továbbá arra is kíváncsi voltam, hogy milyen közösségi médiafelületeken vannak jelen és mennyi időt töltenek el ezen platformokon.

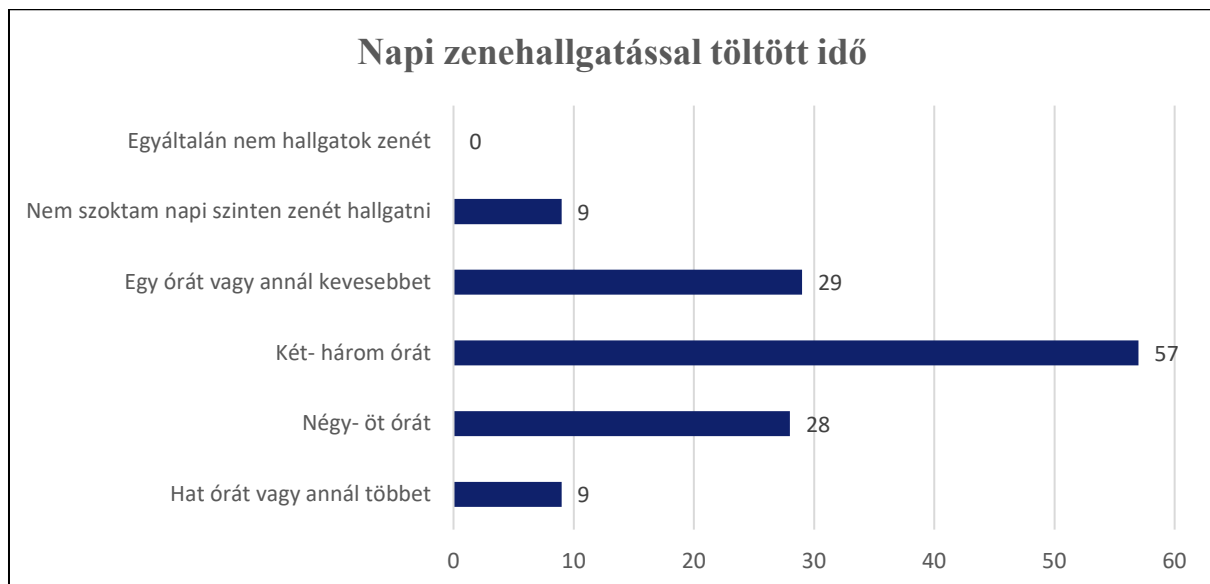


4. ÁBRA: KITÖLTŐK ÁLTAL HASZNÁLT KÖZÖSSÉGI MÉDIA-PLATFORMOK (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)



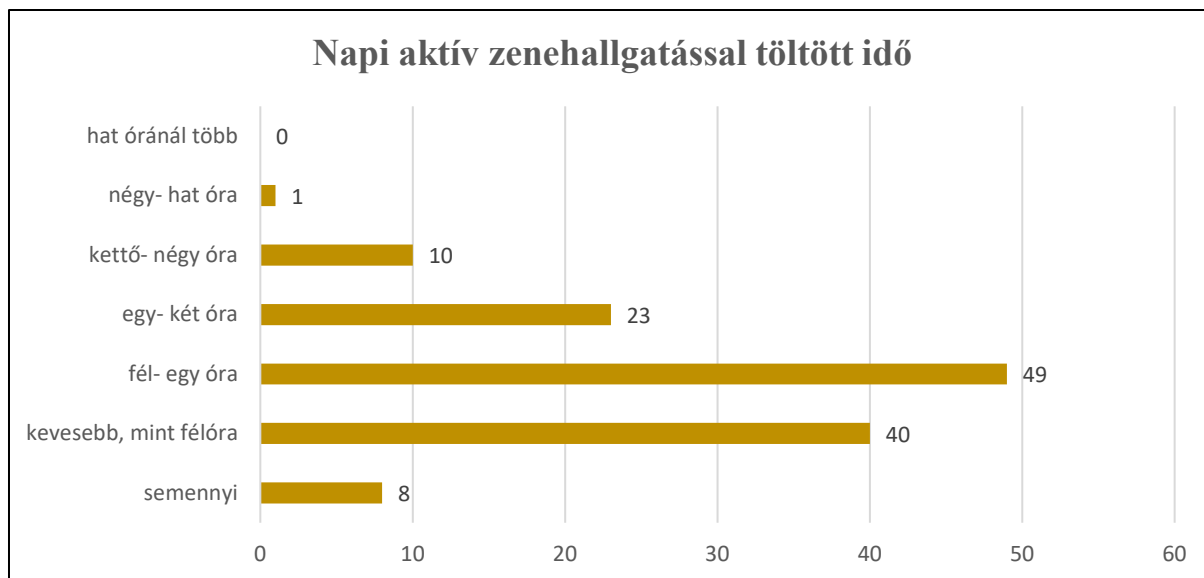
5. ÁBRA: NAPI KÖZÖSSÉGI OLDALAKON TÖLTÖTT IDŐ (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

Ahogy a 4., illetve az 5. ábra mutatja a kitöltők főképp a Facebook, Instagram és TikTok felületeket használják, amelyeken többnyire két-három órát töltenek. A két ábra adatai alapján teljesen egyértelművé válik, hogy miért ezeket a platformokat ajánlották a leginkább zenei megosztásokra. A 4. és 5. ábra információit azzal vetem össze, hogy mennyi időt töltenek zenehallgatással. Ahogy az 5. és 6. ábra is bizonyítja a két tevékenység időtartama nem sokban különbözik, ám a zenehallgatás némelyest lemarad a közösségi médiahasználat mögött.



6. ÁBRA: NAPI ZENEHALLGATÁSSAL TÖLTÖTT IDŐ (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

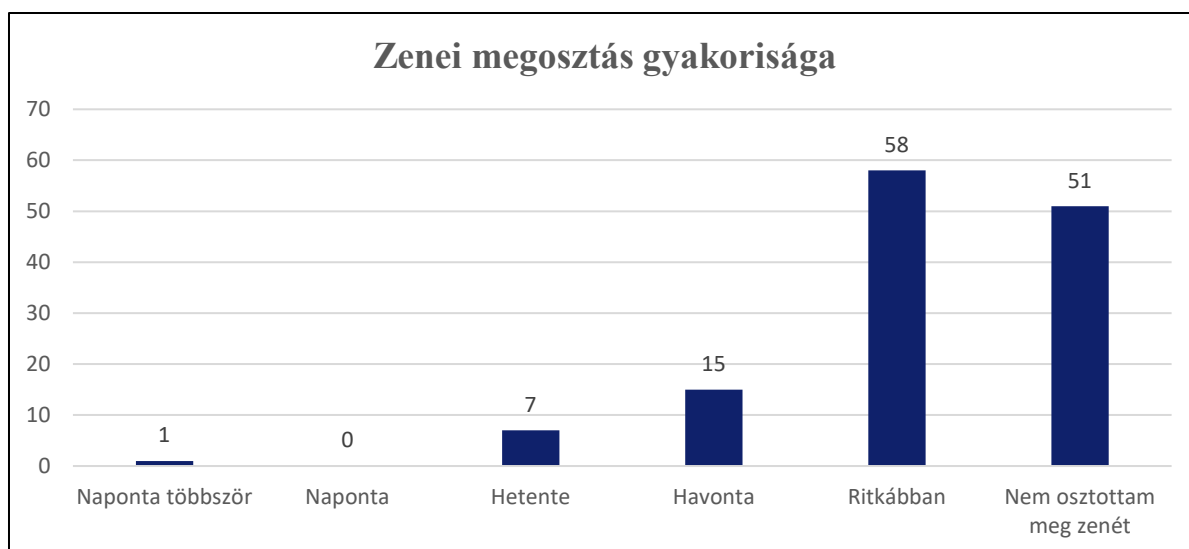
Természetesen nem lehet biztosat állítani, mégis úgy gondolom a két tevékenység akár fedheti egymást. Talán ezt a felvetést alátámasztja a következő kérdésem, amelyben arra voltam kíváncsi, hogy az előző válaszban leírt időintervallumból mennyi időt töltenek aktív zenehallgatással.



7. ÁBRA: NAPI AKTÍV ZENEHALLGATÁSSAL TÖLTÖTT IDŐ (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

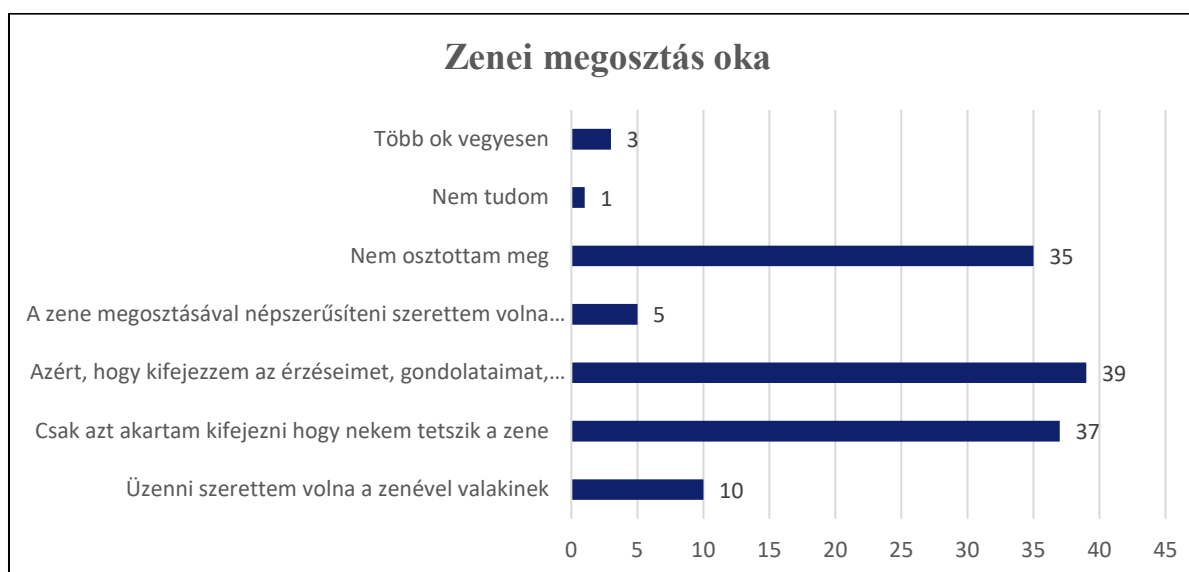
A 7. ábra eredményei alapján a legtöbben a fél- egy óra, illetve a kevesebb mint félóra lehetőség mellett döntöttek. Mivel az eredmények nem verifikáltak ugyan, de nem is cáfolták korábbi felvetésemet, elképzelhetőnek tartom, hogy bármely közösségi médiát böngészve az egyén zenehallgatás közben nagyobb inspirációt érez arra, hogy ezen dallamokat meg is ossza platformján a követőivel. Természetesen ez felvetés csupán, ugyanakkor a jövőben érdemes lehet megvizsgálni a két komponens közötti lehetséges korrelációt.

A következő két kérdésemre kapott válaszok vizsgálatakor gondolataim azon időztek, hogy vajon csupán szerencse alapján sikerült olyan kitöltőket találnom, akik döntő többségének igazán kiemelkedő a zene esszenciája a mindennapokban, vagy tényleg elmondható általánosságban a Z generációról a zene ilyen nagy fokú szeretete. Mivel mintám nem számít reprezentatívnak, úgy vélem egy reprezentatív kérdőív segítségével sikerülne választ találni ezen kérdésre is. Kitöltőim válaszai alapján, kiderült, hogy a többség, azaz 67, 4%-uk amikor csak teheti zenét hallgat, míg a legkevesebben, azaz mindössze 5,3%-uk hallgat zenét a déli órákban. Továbbá, mintegy 50,8%-uknak nagyon fontos a zene a mindennapjaikban és további 38,6%-nak inkább fontos a zene jelenléte. Ezen kimagaslóan zeneközel kérdéseket követően az alábbi kérdésem meglepő válaszokra lelt, miszerint a kitöltők mintegy 43,9%-a csak ritkábban oszt meg zenét közösségi fiókjában, továbbá 38,6%-a egyáltalán nem oszt meg zenei tartalmat a közönségével. Ezen ellentmondást azért is találom különösnek, mivel a gyakorta tapasztalt megosztott zenei tartalmak, mégis más spekulációkra bátorítanak következtetni. Ám ennek magyarázata a rengeteg „ritka” opciót választó kitöltők megfelelő megoszlásában is rejtőzhet.



8. ÁBRA: ZENEI MEGOSZTÁS GYAKORISÁGA (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

A következő kérdésem a lehetséges zenei tartalom megosztásának okát igyekezett vizsgálni. Tehát arra voltam kíváncsi, hogy amennyiben kitöltőim már osztottak meg zenei tartalmat milyen okból tették.



9. ÁBRA: ZENEI MEGOSZTÁS OKA (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

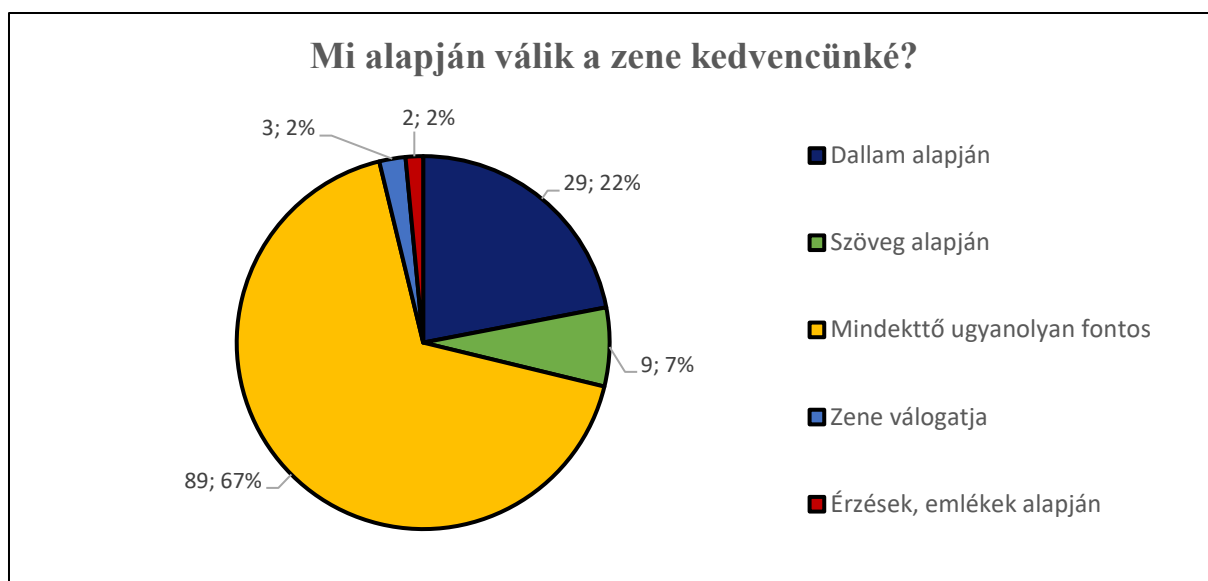
Az eredmények alapján kiderül, hogy a válaszadók többsége érzelemkifejezésre, vagy tetszése kifejezése érdekében osztott meg zenei tartalmat közösségi oldalán, továbbá 10 kitöltő használja ezt a módszert konkrét üzenetküldés céljára. Arra is kíváncsi voltam, hogy esetleges zenei tartalom megosztásának szándékánál, milyen felületet választanának kitöltőim és miért. Itt legtöbb esetben a Facebook, Instagram, Spotify, Soundcloud lehetőségek voltak a legnépszerűbbek. Az első két lehetőségnél pedig a közelebbi ismerősök jelenléte, illetve a dolgozat során említett Spotify összekapcsolási lehetőség merült fel, a miértek válaszaiként. Ugyan eddigi kérdéseimre adott válaszok is fontos információkat hordoztak, azonban a

következők kapcsolódnak a leginkább hipotézisemhez és annak alátámasztásához. A következő kérdésben arról érdeklődtem, hogy kitöltőim érezték-e már valaha úgy, hogy zene segítségével jobban ki tudták fejezni gondolataikat, érzéseiket és hangulataikat. Az „igen” válaszra szavazók meghaladták a teljes csoport 90%-át. Tehát a kitöltők tisztában vannak a zene üzenetközlő képességével. Ugyanakkor amennyiben az ismerkedés, szerelem témája került előtérbe, kevésbé nevezhető népszerűnek a zenén keresztül történő érzelm kifejezés. A válaszadók csupán 2,3%-a választotta ezt a lehetőséget, a verbális kommunikáció vagy egyéb gesztusok helyett.



10. ÁBRA: GYENGÉD ÉRZELMEK KIFEJEZÉSÉNEK MÓDJA (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

Arra is kíváncsi voltam, hogy inkább a dallam vagy a szöveg van nagyobb hatással az egyénre zeneszám választás során. És míg a döntő többség a kettőt ugyanolyan fontosnak tartották, második helyen mégis inkább a dallam helyeződik előtérbe a verbalitás helyett, amely kapcsán visszacsatolnék a korábban említettekre, mi szerint a dallam van nagyobb hatással az érzelmeinkre, továbbá előfeltétele a pontosabb önkifejezésnek (Varga, 2011).



11. ÁBRA: ZENEKEDVELÉSEK ALAPJA (FORRÁS: SAJÁT SZERKESZTÉS, N=132)

Az eddigi összes kérdés mellett mégis a legutolsóra kapott válaszokat találtam igazán inspirálónak, amely szintén alátámasztja hipotézisemet a zenei üzenetküldés fontosságáról. Ebben arra voltam kíváncsi, hogy amennyiben valaki zenén keresztül közvetíti a gondolatait, érzéseit, hangulatát, mit gondolnak, miért pont a zenét választhatja kommunikációs csatornaként. Az erre kapott válaszok döntő többsége fogalmazta meg ugyanazt más szavakkal. Kiemeltem néhány választ, amely összegzi ezen koherens gondolatokat. A következő válaszokat kitöltőimtől idézem:

- „Nem mindenki tudja szavakban kifejezni a hangulatát, érzéseit, de egy zeneszám megosztásával könnyen meg tudja osztani bárki.”
- „A zene sokkal jobban át tud adni egy érzést mint bármilyen szöveg.”
- „A zene az a nyelv, amit mindenki megért.”
- „Képzeld el egy kifestő könyvet. A fekete vonalak a szavak, a zenei harmóniák a színek.”
- „Mert ezzel tudja azokat a belső és eltitkolt vagy nehezebben elérhető érzéseit és gondolatait megosztani.”

Az alábbi idézetek kifejezik a többség gondolkodását a zenei kommunikációról, a kitöltők, tehát a zenei előadókkal egyaránt érzik, hogy a zenén keresztül egy olyan komplex érzelmi tartalmat tud az egyén közvetíteni, amelyhez a szavak meglehetősen kevesek lennének.

VII.3. Instagram történetben feltett kérdések és válaszok

Instagrammon megosztott kérdéseimben próbáltam olyan perspektívából is mélyebb betekintést nyerni a témába, amelyben az egyén egy kérdőív során kevésbé mélyül el az

egymás után következő kérdések monotonitása miatt. A napi egy-egy kérdés nagyobb odafigyelést és talán állíthatom, hogy még inkább kidolgozott és összeszedett válaszokat eredményezett. Továbbá arra a megfigyelésre jutottam, hogy a kitöltőim nagyobb mértékben mélyültek el a gondolataikban és az anonimitás hiányának ellenében is bizalmat szavazva megnyíltak, így fantasztikus tapasztalatokat, történeteket olvashattam a kérdéseket követően. Természetesen akadtak eldöntendő formátumú bejegyzések is a napi történeteimben és ezen kérdésekre is kaptam kiegészítő válaszokat is.

A következőkben felsorolok néhányat az általam feltett kérdésekből és az arra érkezett válaszokból:

Az első kérdésemből kiderült, hogy válaszadóim 70%-a fejezte már ki társainak az érzéseit vagy hangulatát dalban. Itt visszacsatolnék néhány gondolattal, ahhoz a fejezethez, melyben a zenemegosztás miéértjére kerestem a választ. A zene által az emberek megtudnak valamit az egyénről, függetlenül attól, hogy az alábbi „bemutatkozás” tudatosan vagy épp nem tudatosan zajlik. Amikor megosztunk bármilyen tartalmat közösségi oldalainkon az valamilyen formában minket reprezentál. Azt árulja el közönségünknek, hogy mi azonosulni tudunk az adott tartalommal, mi ilyenek vagyunk, ezt szeretjük. Remek példa volt erre Johnson és Ranzini kutatása is, ahol néhány esetben a csoportnak megfelelő dal vagy film megosztásával igyekeztek egyfajta presztízskérdés végett a legjobb fényben feltüntetni magukat a kitöltők (Ranzini, 2018). Persze az alábbi kérdésre kapott válaszok alapján is észrevehető, még ha nem is bizonyulnak reprezentatívnak, hogy a válaszolók tisztában vannak azzal a ténnyel, hogy ha tartalmat osztanak meg, az sosem történik üzenetközvetítő szándék nélkül.

Voltak kérdések, amelyekben egy adott dallamot osztottam meg és arra voltam kíváncsi, hogy ennek hallgatása mennyiben vált ki hasonló érzelmeket követőimből. Az eredmény meglepően koherensnek bizonyult a válaszadók között, hiszen szinte mindenki egyfajta szomorkás, melankolikus érzést és nyugalmat társított a megosztott melódiához.

Természetesen absztraktabb, szubjektívebb válaszokat váró kvalitatív kérdésekre is sor került, mint például: „Mit jelent számodra a zene?”

Ezen kérdés esetén a következő kifejezésekkel azonosították és jellemezték a zenét: érzelem, érzelemkifejezés, önkifejezés, nyugalom, szabadság, kiteljesedés, út önmagunkhoz, kapcsolódás, öröm. Akadt olyan kérdés is, amelyben a válaszolókat vontam be egy apró, egyszerű kvantitatív kutatásba. A feladatuk az volt, hogy számolják meg ismeretségi körükben az adott napon hány darab zenei megosztással találkoztak. Ebben az esetben a válaszadók közel 50%-a szavazott az „5-nél több” választási lehetőségre, amely nem csupán a hipotézisem és kutatási kérdéseim bizonyos pontjait validálja, de ugyanakkor számos szakirodalom

magyarázatát is alátámasztja, erősíti. Ezt követően tettem fel a talán egyik legszemélyesebb kérdést: „Találkoztál már olyan dallal, melynek befolyása meghatározó volt az életedben?”

Az eredmény meglepően magas majdnem 90%-os „Igen” szavazatot mutatott. Ehhez a kérdéshez tartozott egy kiegészítés is, amelyben a kitöltőknek lehetőségük volt kifejtteni a korábban említett történetet. Számomra ezen történetek adták a legnagyobb inspirációt, illetve a bizonyosságot a zene esszenciális létéről a mindennapjainkban.

Utolsó posztom a témában pedig arról szólt, hogy követőim mennyiben ismernek olyan zenéket, amelyeknek történetük van. Tehát olyan melódiákat, amelyek mögé esetleges eszmék, cselekedetek épültek. Ezen válaszok adták többnyire az inspirációt a zenei kommunikációs példáim kifejtése során.

Ezen kérdések számomra is tanulságos tapasztalatokat adtak, mivel igyekeztem figyelni az Instagram aktivitás idejére, a kitöltőim hangulatára, a kérdések összetételére (, hogy melyik volt érthetőbb, szerethetőbb és melyik kevésbé), továbbá arra is, hogy lehetőleg minden felmerülő bizonytalanságra választ kapjak, ami még a téma kidolgozása során felmerült bennem. Kapcsolatok mélyítése terén pedig különösen pozitív élménynek könyveltem el az alábbi ötletet, hiszen további mélyebb diskurzusok születtek rég nem látott ismerősökkel egy-egy altéma kapcsán. A legnagyobb pozitívumként mégis az elismerő szavakat és bátorításokat éltem meg, amelyeket a válaszokhoz csatolva kaptam. Hatalmas erőt meríthettem eme szavakból és gesztusokból. Szívet melengető példája volt az apróbb emberi segítségnyújtásnak és hajlandóságnak ez a kérdés sorozat. Ahogyan arról a Psychology Today is beszámolt, a pro-szociális tevékenységek minimum három okból bizonyulnak kifizetődőnek (Hoffman, 2017). Elsősorban azért segítünk embertársainkon, mert ezáltal kielégítjük azon igényünket, hogy érzelmileg közelebb kerülhessünk másokhoz, ahogyan azt Correl & Park (2005) megfogalmazta. Továbbá a segítségnyújtás javítja a hangulatunkat is, boldogság és elégedettség érzését kelti bennünk (Wegener, Petty & Smith, 1995, idézi Bobby Hoffman, 2017). Illetve arról sem szabad megfeledkezni, hogy amennyiben idő által vagy pénzbeli befektetést nyújtunk, mint segítség, az szociális és anyagi előnyökkel is jár (Penner, Dovidio, Piliavin, & Schroeder, 2005, idézi Bobby Hoffman, 2017). Természetesen, mivel a kérdéssor a saját Instagram profilomon készült, a napi történetek kiemelésénél egy külön mappát szenteltem az alábbi kérdéseknek és válaszoknak remélve, hogy másoknak is inspirációt adhatnak a későbbiekben bármilyen kapcsolódó témához, vagy csupán a mindennapokhoz.

VIII. Konklúzió és kitekintés

A dolgozat során áttekintésre került a zene általánosságban vett értelmezése, majd annak pszichológiai háttere és kommunikációval való kapcsolata. Ezen elméleti fejezeteket követték a kutatási vizsgálatok, melyek keretein belül kérdőív és interjú, valamint Instagrammon keresztül közzétett bontott kérdőív nyújtott segítséget a szakirodalmi háttér feldolgozásában. A hipotézisem, miszerint a Z generáció közösségimédia-platformjain megosztott zenei tartalmak nem csupán szórakozás, illetve szórakoztatási céllal születnek, de egyfajta kommunikációs csatornaként is szolgálnak, amelyen keresztül az egyén az érzelmeit, gondolatait tudja burkoltan közölni társaival, továbbá a megosztással kapcsolatos kérdések is válaszra találtak. Tehát az egyén igenis képes lehet mások érzelmi világát mélyebben megérteni a zenei megosztások által, továbbá ezen megosztások által az egyén közelebb érzi magát társaihoz. Számos szakirodalom vizsgálatát és a kutatás eredményeit követően összegezve a végkifejlet tekintetében kijelenthető, hogy az általam felállított hipotézis verifikálásra került. Természetesen biztos vagyok abban is, hogy további kutatások pontosítani tudnának még az állításomon. Az alábbi hétköznapi, mégis érdekességeket rejtő téma nem csupán az én figyelmemet keltette fel. Kitöltőim visszajelzéseiből is azt szűrtem le, hogy számukra is figyelemfelkeltővé vált a zenei kommunikáció tárgyköre a kérdéseim által, olyannyira, hogy 43 kitöltő küldte el nekem személyes e-mail címét, megszüntetve anonimitásukat, annak érdekében, hogy osszam meg velük a dolgozatot, annak elkészültével.

Ahogy már korábban említettem, a kutatás és a szakirodalmi áttekintés összessége azt a feltételezést implikálja, hogy hazánkban a Z generáció többsége igenis tudatában van a zenei érzelmkifejezésnek, ráadásul maguk is tapasztalták, hogy a zenén keresztül az ember képes az önkifejezésre. Tehát a szakirodalmi áttekintésben említetteket is megerősíti, mint például Miell és társai által Juslin szavait a zenei kommunikációról (Miell, 2005).

Elkerülhetetlen egy tudományos kutatás során a limitációk jelenlétét kizárni, így magam sem állíthatok hasonlót. A kutatás ugyanis nem mondható reprezentatívnak 132 kitöltővel és a női kitöltők túlzó aránya is torzíthat az összképen. Habár a kvantitatív eredmények segítették elő a hipotézisem verifikálását, mégis a kvalitatív értékeit szeretném igazán kiemelni a dolgozatnak. Úgy vélem az itt megosztott gondolatok és történetek mind alátámasztják a zene meghatározó szerepét. Persze, mindig lesznek olyan egyének, akiknek kevésbé játszik fontos szerepet az életében a zene, azonban úgy látom, hogy a dolgozat és a kutatás által sikerült felhívnom a figyelmet a zenei önkifejezésre, és ez talán másokat is arra inspirál, hogy megfigyeljék környezetük zenei tartalmak által megosztott közléseit, jobban megismerve

egymást ezáltal. Amennyiben csak egyetlen célt kellene megnevezni a dolgozat elkészítésének talán ezt a célt választanám.

Ami pedig a jövőt illeti, hatalmas örömmel töltene el további zenei kutatások olvasása, főképp hazánk viszonylatából. Érdekes lehet például egy tanulmány arról is, hogy a magyar fiatalok milyen véleményekkel rendelkeznek a magyar zenéről és milyen összefüggésben van ez az identitásukkal. Továbbá, zenei viselkedésmintával kapcsolatban is rengeteg a kutatási potenciál, ráadásul tapasztalataim szerint hazánkban csekély körben népszerű ez a témakör, tehát számos külföldi zenei kutatást is lehetne reprodukálni, amely a pszichológia tudományának segítségével tudná a társadalomtudomány fejlődését szolgálni. Számos személyiségjegyet lehetne azonosítani például zenei megosztás vagy preferencia által, mivel a zene betekintést enged az egyén belső világába és többet mond a szavaknál.

„Music is the literature of the heart; it commences where speech ends.”

- *Alphonse de Lamartine*

Irodalomjegyzék

- A Magyar Tudományos Akadémia Nyelvtudományi Intézete (1959-1962). *A Magyar Nyelv Értelmező Szótára*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Chesman, D.-C. (2020). *DJBooth*. Forrás: DJBooth.net: <https://djbooth.net/features/2018-11-26-sharing-music-love-family> (Letöltés dátuma: 2022.03.12.)
- Cialdini, R. B. (2017). *Előhatás*. Budapest: HVG könyvek
- Cicero & Balázs Gy. (szerk.). (1987). *Cicero válogatott művei*. Budapest: Európa Könyvkiadó.
- Cook, N. (1998). *Zene - Nagyön rövid bevezetés*. Oxford: Oxford University Press.
- Crook, R. (2014). *The history of the yellow ribbon*. Forrás: BBC.com: <https://www.bbc.com/news/uk-29521449> (Letöltés dátuma: 2022.03.10.)
- Erdősi-Boda K. (2014). Zene és kommunikáció. Forrás: <https://www.parlando.hu/2014/2014-3/2014-3-04-Erdosi.htm> (Letöltés dátuma: 2022.03.15.)
- Fouts, G. T. & Schwartz, K. D. (2003). Music Preferences, Personality Style, and Developmental. *Journal of Youth and Adolescence*, 32(3), 205–213.
- Genovese, K. (2020). *Culture Counts*. Forrás: culturecounts.cc: <https://culturecounts.cc/blog/a-womans-perspective-a-look-at-gender-and-survey-participation> (Letöltés dátuma: 2022.03.09.)
- Gfeller, K. E. (2002). Music as communication. In: R. F. Unkefer & M. H. Thaut (szerk.), *Music therapy in the treatment of adults with mental disorders: Theoretical bases and clinical interventions* (pp. 42–59). MMB Music.
- Hámori J. (2019). *Az emberi agy*. Forrás: [parlando.hu: http://www.parlando.hu/2019/2019-6/Hamori_Jozsef-Az-emberi-agy.pdf](http://www.parlando.hu/2019/2019-6/Hamori_Jozsef-Az-emberi-agy.pdf) (Letöltés dátuma: 2022.03.11.)
- Hoffman, B. (2017). *3 Reasons Why People Refuse to Help Others*. Forrás: Psychology Today: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/motivate/201710/3-reasons-why-people-refuse-help-others> (Letöltés dátuma: 2022.04.01.)
- Iván M. (2009). *Szomorú vasárnap*. Forrás: urbanlegends.hu: <https://www.urbanlegends.hu/2009/03/szomoruvasarnap-muller-peter-ongyilkos-legenda/> (Letöltés dátuma: 2022.04.01.)
- Izsó Á. (2008). *Közösségi zene*. Forrás: Médiakutató.hu: https://mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/06_kozossegi_zene (Letöltés dátuma: 2022.03.19.)
- Károly R. (2006). *A zene, mint a humán kommunikáció sajátos megnyilvánulása*. Budapest-Pécs.
- Könyves Magazin (2022). *Murakami háborúellenes zenéssel tiltakozik az oroszok inváziója ellen*. Forrás: https://konyvesmagazin.hu/friss/murakami_haboruellenes_zenekkel_tiltakozik_az_oroszok_invazioja_ellen.html (Letöltés dátuma: 2022.03.16.)
- Lee, D., Park, J. Y., Kim, J., Kim, J., & Moon, J. (2011). *Understanding music sharing behaviour on social network services*. Forrás: <https://cpb-us-w2.wpmucdn.com/u.osu.edu/dist/9/75088/files/2019/05/Lee-et-al.-2011-OIR.pdf> (Letöltés dátuma: 2022.03.17.)
- Lendvai I. (2020). *O bella ciao*. Forrás: nepszava.hu: https://nepszava.hu/3062415_o-bella-ciao (Letöltés dátuma: 2022.03.08.)
- Lica. (2012). *A Facebook megvásárolta az Instagramot*. Forrás: Index.hu: https://index.hu/tech/2012/04/09/a_facebook_megvasarolta_az_instagrammot/ (Letöltés dátuma: 2022.03.18.)
- Lovász I. (2011). *Szokrális Kommunikáció*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Margulis, E. H. (2018). *The Psychology of Music: A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- McLeod, M. H. (1982). *Music As Culture*. Darby, Pennsylvania: Norwood Editions.

- Miell, D. J. (2005). *How do people communicate using music?* In: *Musical Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- Mitev, D. H. (2015). *Alternatív kvalitatív kutatási kézikönyv*. Budapest: Alinea Kiadó.
- Mjøs, O. J. (2013). *Music, Social Media and Global Mobility: MySpace, Facebook, YouTube*. Routledge.
- Pais, R. E. (2013). *Alapvetések a Z generáció tudomány-kommunikációjához – tanulmány*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem.
- Paulson, D. (2018). *Story Behind the Song: 'Tie a Yellow Ribbon'*. Forrás: eu.tennessean.com: <https://eu.tennessean.com/story/entertainment/music/story-behind-the-song/2018/11/09/tie-yellow-ribbon-tony-orlando-dawn-l-russell-brown/1895280002/> (Letöltés dátuma: 2022.03.16.)
- Prensky, M. (2001). *Digitális bennszülöttek, digitális bevándorlók*. Forrás: http://goliat.eik.bme.hu/~emese/gtk-mo/didaktika/digital_kids.pdf (Letöltés dátuma: 2022.04.11.)
- Ranzini, G. & Johnson, B. K. (2018). Click here to look clever: Self-presentation via selective sharing of music and film on social media. *Computers in Human Behavior*, 82, 148–158.
- Sáfrány-Birkás I. (2021). *Így váltak A nagy pénzrablás vörös overálljai, Dalí maszkjai és a Bella Ciao az ellenállás szimbólumává*. Forrás: Filmsor.hu: <https://filmsor.hu/igy-valtak-a-nagy-penzrablas-voros-overalljai-dali-maszkjai-es-a-bella-ciao-az-ellenallas-szimbolumava/> Letöltve: 2022.03.20.)
- Sheatsley, P. (1963). *A kérdezés szabályai. Az interjú művészete*. In: *A szociológiai felvétel módszerei*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó: Budapest.
- Solt, O. (1998). Interjúzni Muszáj In: *Méltóságot mindenkinek. Összegyűjtött írások I. Beszélő* (pp. 29–48).
- Takó A. (2017). *A zene mint kommunikációs eszköz biopszichoszociális hatása*. Forrás: https://www.parlando.hu/2018/2018-8/Tako_Andras.pdf (Letöltés dátuma: 2022.03.23.)
- Tófalvy T. K. (2011). *Zenei Hálózatok*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Varga K. U. (2011). A zene - mint ősi nyelv - szerepe és lehetőségei a kommunikációban. *tatikazene.hu*. (Letöltés dátuma: 2022.03.22.)
- Wirth, W., & Schramm, H. (2005). Media and emotions. *Communication research trends*, 3-39.

Ábrajegyzék

1. ábra: Kitöltők életkori megoszlása (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	Hiba! A könyvjelző nem létezik.
2. ábra: Kitöltők lakhely alapú megoszlása (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	29
3. ábra: Kitöltők zenével való kapcsolata (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	29
4. ábra: A magukat Muzikálisnak valló kitöltők aránya (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	30
5. ábra: Kitöltők által használt közösségi média-platformok (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	30
6. ábra: Napi közösségi oldalakon töltött idő (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	31
7. ábra: Napi zenehallgatással töltött idő (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	31
8. ábra: Napi aktív zenehallgatással töltött idő (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	32
9. ábra: Zenei megosztás gyakorisága (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	33
10. ábra: Zenei megosztás oka (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	33
11. ábra: Gyengéd érzelmek kifejezésének módja (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	34
12. ábra: Zenekedvelések alapja (Forrás: saját szerkesztés, N=132).....	35

Függelékek

Kérdőív



Érzelem hangokba zárva

Kedves Kitöltő!

Kocsis Gréta vagyok, a Budapesti Corvinus Egyetem harmadéves alapszakos hallgatója. Kommunikáció és Médiatudományhoz kapcsolódó tanulmányaimat zárván a segítségedet kérem.

Vizsgálódásom középpontjában a zene kommunikációs mivolta áll a Z generáció közösségi médiában megosztott tartalmain keresztül, azaz kíváncsi vagyok a Te kapcsolatodra a zenével.

A kérdőív közel 10 percet vesz igénybe és teljesen anonim módon történik. Kitöltése által értékes információkkal járulsz hozzá a szakdolgozatomhoz, amelyet ezúton is hálásan köszönök Neked!

Kezddhetjük? :)

Nemed *

☐ Nő

☐ Férfi

☐ Egyéb: _____

Életkorod *

Kiválasztás



Lakhelyed *

- ☐ Főváros
- ☐ Megyeszékhely
- ☐ Város
- ☐ Község
- ☐ Egyéb: _____

Milyen a kapcsolatod a zenével? (Itt arra vagyok kíváncsi milyen érzelmi kötődéssel esetleg tapasztalattal rendelkezel a zene kapcsán) Több lehetőséget is megjelölhetsz. *

- ☐ Játsszom valamilyen hangszeren/ énekelek
- ☐ Tanulmányaim részét képezte a zeneművészet
- ☐ Táncművészetben jártas vagyok
- ☐ A zene az életem meghatározó részét képezi, a szabadidőm jelentős részét töltöm zenehallgatással
- ☐ Családomban valaki komolyan foglalkozik zenéléssel
- ☐ Nem tulajdonítok különleges szerepet a zenének az életemben
- ☐ Egyéb: _____

Muzikálisnak tartod magadat? (Jelentése: Jó zenei hallású, zenéhez értő, zenét kedvelő <személy>; olyan, akinek érzéke van a muzsikához.) *

- ☐ Igen
- ☐ Nem

Milyen közösségi oldalaknak vagy aktív felhasználója? (legalább naponta egyszer megnézem)

*

- ☐ Facebook
- ☐ Instagram
- ☐ Tumblr
- ☐ Snapchat
- ☐ TikTok
- ☐ Twitter
- ☐ Reddit
- ☐ Egyiken sem vagyok jelen
- ☐ Egyéb: _____

Mennyi időt töltesz egy nap közösségi média használattal? (Beleértve az összes platformot, amelyeken aktív vagy) *

- ☐ Hat órát vagy annál többet
- ☐ Négy- öt órát
- ☐ Két- három órát
- ☐ Egy órát vagy annál kevesebbet
- ☐ Nem használom naponta a közösségi médiát
- ☐ Nem vagyok jelen közösségi médiában

Mennyi időt töltesz egy nap zenehallgatással? (Beleértve bármilyen zenei forrást, akár élő zene hallgatása, offline zenehallgatás) *

- ☐ Hat órát vagy annál többet
- ☐ Négy- öt órát
- ☐ Két- három órát
- ☐ Egy órát vagy annál kevesebbet
- ☐ Nem szoktam napi szinten zenét hallgatni
- ☐ Egyáltalán nem hallgatok zenét

Ebből az időből átlagosan mennyi időt töltesz aktív zenehallgatással? (Amikor teljes figyelmiddel a zenére és annak szövegére figyelsz és a zene nem háttérzajként funkcionál)

Kiválasztás

semennyi

kevesebb, mint félóra

fél- egy óra

egy- két óra

kettő- négy óra

négy- hat óra

hat óránál több

ellemzően zenét?

tni

Milyen napszakokban hallgatsz jellemzően zenét?

- ☐ Amikor tehetem
- ☐ Reggel
- ☐ Délelőtt
- ☐ Délben
- ☐ Délután
- ☐ Este
- ☐ Nem szoktam zenét hallgatni

Mennyire tartod fontosnak a zenét a mindennapjaidban? *

Egyáltalán nem tartom fontosnak. 1 2 3 4 5 Rendkívül fontosnak tartom.

Milyen gyakran osztasz meg zenei tartalmat a közösségi médiában? *

- ☐ Naponta többször
- ☐ Naponta
- ☐ Hetente
- ☐ Havonta
- ☐ Ritkábban
- ☐ Nem osztottam meg zenét

Amennyiben már osztottál meg zenei tartalmat, azt milyen céllal tetted? Kérlek jelöld azt a lehetőséget, ami leginkább jellemző rád! *

- ☐ Üzeni szerettem volna a zenével valakinek
- ☐ Azért, hogy kifejezzem az érzelmeimet, gondolataimat, hangulatomat
- ☐ Csak azt akartam kifejezni, hogy nekem tetszik a zene
- ☐ A zene megosztásával népszerűsíteni szerettem volna az előadót
- ☐ Egyéb: _____

Milyen platformon osztottál vagy osztanál meg leginkább zenei tartalmat? Kérlek röviden indokold is meg döntésed!

Saját válasz _____

Érezted már úgy, hogy a zenén keresztül jobban ki tudtad fejezni gondolataidat, érzéseidet, hangulatodat, mint bármilyen más formában? *

- ☐ Igen
- ☐ Nem

Amikor először mondanád vagy mondtad el valakinek, hogy szereted, milyen formában tennéd/ tetted? *

- ☐ Elmondom neki személyesen.
- ☐ Leírom neki.
- ☐ Küldök neki egy képet, gifet, emoji-t.
- ☐ Készítek neki egy videót.
- ☐ Küldök neki egy dalt.
- ☐ Küldök neki egy verset.
- ☐ Veszek/készítek neki egy ajándékot.
- ☐ Egyéb: _____

Általában mi alapján válik egy zeneszám a kedvenceddé? *

- ☐ A dallam fontosabb, mint a szöveg
- ☐ A szöveg fontosabb, mint a dallam
- ☐ Mindkettő egyformán fontos
- ☐ Egyéb: _____

Mit gondolsz, amennyiben valaki zenén keresztül közvetíti a gondolatait, érzéseit, hangulatát, miért pont a zenét választhatja kommunikációs csatornaként? *

Saját válasz _____