

# Konfliktuskezelés a közösségi médiában

## Esettanulmány a Trollfoci vs. Notts County példáján

2015 januárjában az összes magyarországi felhasználót letiltotta az egyik nagy-britanniai futballklub a Facebook-oldaláról. Esettanulmányomban annak járok utána, mi vezetett ehhez a döntéshez, mi lehetett a kiváltó oka, és miképpen oldódott fel ez a közösségi oldalon zajló konfliktus. A konfliktus szereplői egyfelől az angol harmadik ligabeli Notts County labdarúgó csapat (és a kommunikációért felelős *teamje*), másfelől a magyar Trollfoci Facebook-oldal, illetve felhasználói. A konfliktus kiindulópontja egy magyar játékos átigazolása volt az angol csapathoz (egy másik angliai klubtól, az Ipswich Towntól). A futballista a szurkolók szerint igen nagyképű és fellengzős videonyilatkozatot adott több alkalommal is, amivel kiváltotta a focirajongók ellenszenvét, és ezáltal internetes mémek alapjává is vált. A dolgozatban ezt a folyamatot vizsgálom meg a mémek, a nyelvhasználat és a konfliktuskezelés szempontjából. Az elemzés egy korpuszalapú empirikus vizsgálatra épül, fő szempontjai a következők: a létrejött mémek típusa, az angol és magyar makarónnyelv, a *Hunglish* stíluselemként és humorforrásként való használata, továbbá az angol csapat példaértékűnek tekinthető konfliktuskezelési módja.

### 1. Trollfoci vs. Notts County (#nobajnerparty)

2015 januárjában az összes magyarországi felhasználót letiltotta az egyik nagy-britanniai futballklub a Facebook-oldaláról.<sup>1</sup> Esettanulmányoszerű vizsgálatomban annak kívánok utánajárni, mi vezetett ehhez a döntéshez, mi lehetett a kiváltó oka, és miképpen oldódott fel ez a közösségi oldalon zajló konfliktus.

A konfliktus szereplői az angol harmadik ligabeli Notts County labdarúgó csapat (és a kommunikációért felelős *teamje*), amely 1862-es alapításával a világ legrégebbi futballklubjának tartja magát,<sup>2</sup> illetve a magyar Trollfoci Facebook-oldal. A konfliktus kiindulópontja egy magyar játékos, Bajner Bálint átigazolása volt az angol csapathoz (egy másik angliai klubtól, az Ipswich Towntól). A játékos korábban a németországi első osztályba tartozó Borussia Dortmund II. csapatában játszott, ahol a szurkolók szerint igen nagyképű és fellengzős videonyilatkozatot adott több alkalommal is.<sup>3</sup> A csatár azt állította, hogy nem érdekli őt a magyar futball,<sup>4</sup> egy másik alkalommal pedig azt, hogy nem azért cserélték le a 44. percben, azaz a félidő vége előtt egy perccel egy mérkőzésen, mert az edző szerint elfáradt, hanem azért, hogy a rajongói meg tudják tapsolni őt.<sup>5</sup> E megnyilvánulásával kiváltotta a focirajongók ellenszenvét, és ezáltal internetes mémek alapjává is vált.

A következőkben ezt a folyamatot vizsgálom meg a mémek, az angol–magyar nyelvhasználat (*Hunglish*) és a konfliktuskezelés szempontjából.

1 Lásd <http://www.bbc.com/news/uk-england-nottinghamshire-30950101> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

2 Lásd <http://www.nottscountyfc.co.uk/news/article/notts-county-fc-history-209591.aspx> és <https://www.facebook.com/nottscountyfootballclub> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

3 Lásd <http://www.nemzetisport.hu/legiosok/video-feltek-tolem-a-vedok-exkluziv-interju-bajner-balinttal-2220891> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

4 A nyilatkozat részlete: „Nézni nem nagyon szoktam, őszinte leszek, nem érdekel... Pont pár nappal előtte, tegnap, vagy nem is tudom melyik nap volt a Haladás mérkőzése. Volt szerencsém belenézi, mivel szombathelyiek vagyunk, édesapukám meg szeretne volna nézni, de hát öt percet néztem és körülbelül fogtam a fejem, mert... tehát se iram nem volt, se olyan, ami miatt élvezetes lett volna nézni. De még azt mondom, hogy emberek se nagyon voltak. De nem is akarom őket bántani se, de igazából nem nagyon köt le. Nem érdekel és ugyanúgy a válogatott sem” (Bajner most az internet balekja. -kas-. 2014. V. 27. [http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/bajner\\_balint\\_borussia\\_dortmund](http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/bajner_balint_borussia_dortmund), utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

5 Lásd <http://www.nemzetisport.hu/legiosok/bajner-uj-klubjanal-is-megismertek-a-magyar-trollhadsereget-2389439> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

## 2. Anyag és módszer

### 2.1. A vizsgálat módszertana

Az elemzés során a Trollfoci Facebook-oldal 2015. januári közzétett tartalmait és az azokhoz fűzött szöveges kommentárokat vettem figyelembe, amelyek kifejezetten a Bajner- és Notts témához kötődtek, emellett a Notts County angol futballcsapat magyar témájú, szintén ebből az időszakból származó posztjait és az azokhoz kapcsolódó megjegyzéseket vizsgáltam. Arra törekedtem, hogy minden vonatkozó posztot megvizsgáljak, de a kommentek teljes körű elemzésére számosságuk miatt (minden poszthoz átlagosan 50–300 komment érkezik) nem vállalkozhattam.

### 2.2. A vizsgálat szempontjai

Az elemzés szempontjai a következők voltak: képes és verbális mémek, a mémek exkluzivitása (mennyiben szükséges háttértudás a megértésükhöz, miképpen járul ez hozzá a Trollfoci csoportalkotó jellegéhez), az angol és a magyar nyelvi elemek keverése (a *Hunglish*) mint stíluselem és mint humorforrás, a trollviselkedés és a konfliktuskezelés az online térben.

### 2.3. A Trollfoci oldal

Több száz közösségi hálózati oldal működik (Krishnamurthy & Wills 2008; Weller et al. 2013). Az európai, illetve az észak-amerikai országokban a legtöbb felhasználót tömörítő közösségi oldal a Facebook. E munka során az ezen az oldalon megjelenő tartalmakat elemzem. A Facebook fő felülete az üzenőfalszerű hírfolyam, amelyen szöveges üzeneteket, fotókat, videókat lehet közzétenni, de bármely felhasználói aktivitásról értesülhetnek az ismerősök (az információkat a Facebook sajátos algoritmusai szerint válogatva közlő hírfolyamban és minden, az ismerősöket érintő eseményről számot adó, úgynevezett *ticker*ben). A felhasználó beléphet zárt vagy nyilvános csoportokba, illetve kedvelhet (lájkolhat) oldalakat. A csoport és az oldal között kommunikációs szempontból az a legszembetűnőbb különbség, hogy a csoport tagjai között – adminisztrátori beállítástól függően – többirányú kommunikációra van lehetőség, bármely csoporttag megnyithat egy új beszélgetésszálat (posztolhat), ezzel szemben az oldal nagyrészt az adminisztrátori bejegyzésekből áll, amelyekhez az oldal követői megjegyzéseket (kommenteket) fűzhetnek. Természetesen az oldalra is posztolhatnak a nem adminisztrátorok, de ezek az oldalon elkülönülten jelennek meg. A dolgozatban vizsgált Trollfoci és a Notts County oldalként működik.

A Trollfoci oldal sportesemények reklámozásával, promotálásával, illetve sporttal, elsődlegesen futballal kapcsolatos humoros-parodisztikus tartalmak közzétételével foglalkozik. A tartalmak nagy részét az anonimitásukat fenntartó szerkesztők készítik, de lehet küldeni nekik anyagokat, amelyeket válogatás után közzétesznek. Egy interjúban (Lovas & Sajó 2015) amatőr profizmusnak nevezték az oldalfenntartási munkát, amelyből akár meg is lehetne élni; a cikkben terveztként említett Trollfoci televízióműsor sugárzása időközben elindult. 2015. január végén 216 ezer, márciusban pedig 220 ezernél is több kedvelője, követője volt az oldalnak. Nemzetközi előzményei, párjai is vannak: hasonló nevű és funkciójú oldal a több mint hárommillió követővel rendelkező angol Troll Football<sup>6</sup> vagy az ehhez képest csupán 5000 felhasználó által követett Troll Bundesliga.<sup>7</sup>

A sportoló–szurkolói kapcsolatokat hagyományosan paraszociális interakciónak (parasocial interaction, PSI) nevezik (Horton & Wohl 1956). Paraszociális interakció akkor jön létre, ha az emberek az interperszonális kapcsolatokra hasonlító, virtuális viszonyt építenek ki médiaszemélyiségekkel, amely viszony a valós kapcsolatokkal szemben csupán egyoldalú és közvet(it)ett (Kassing & Sanderson, 2015). Újabb vizsgálatok szerint azonban az újmédia hatására a sportolók és szurkolók közötti kapcsolatok egyre inkább valós szociális interakcióvá kezdenek válni (Kassing & Sanderson 2010; Sanderson & Kassing 2011; Kassing & Sanderson 2015). Erre szolgálhat példaként a szurkolókkal közvetlen kapcsolatot ápoló, a véleményüket figyelembe vevő, kifejezetten interakcióra és (adott esetben troll)akcióra buzdító Trollfoci oldal.

6 Lásd <https://www.facebook.com/Troll.Football> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

7 Lásd <https://www.facebook.com/pages/Troll-Bundesliga> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

### 3. A fogalmak áttekintése

#### 3.1. A mém fogalma

A humoros oldalak (mint például a futballt kiindulási alapként kezelő Trollfoci) egyik alapvető megjelenési módja a mémgyártás. Mi is lehet mém, honnan ered ez a kifejezés, milyen jelentésváltozáson ment keresztül, és mit jelent jelenleg?

Az evolúciós biológus Richard Dawkins azokat a komplex ötleteket, a kulturális átvitel vagy imitáció egységeit nevezi a fogalom 1976-os bevezetésekor mémeknek, amelyek megjegyezhető egységekké képesek önmagukat alakítani. Dawkins elmélete (1993, 2008) szerint az információk közvetítésében, vírusszerű másolásában, megfertőzésében a sejtgépezetben a gének, a számítógépeken a programok játsszák a legjelentősebb szerepet. Ezekhez hasonlítja az információk elmében való terjedését is, azzal a lényeges különbséggel, hogy az agy megfertőzésének másolási hűsége elmarad az előbbi kettőtől (Dawkins 2008). A replikáció egységei a mimémák, rövidebb elnevezéssel a mémek. Mém lehet „egy dallam, egy gondolat, egy jelszó, ruhadvány, edények készítésének vagy boltívek építésének módja” (Dawkins 2008: 18). A mém agyból agyba költözik – utánzás révén (Dawkins 1976). Az önző gén analógia alapján a mémek terjedésének oka a replikáció maga (Dawkins 2005; Blackmore 2000b). „A mémek mára a fény sebességével terjednek a világban, s replikálódnak [...]. Válogatás nélkül szökkennek gépről gépre, médiumról médiumra, bizonyítván, hogy gyakorlatilag elszigetelhetetlenek” – állítja a Dawkins elméletével vitatkozó, azt módosító filozófus, Daniel C. Dennett (2008: 24, eredetiben: Dennett 1990: 131). Az utóbbi időben az elektronikus születésű mémek „robbanásszerű burjánzás”-nak indultak, hiszen láthatatlanok, fénysebességgel terjednek, és „potenciálisan halhatatlanok” (Dennett 2008: 24; kiemelés az eredetiben). Az emberi tudat korlátai miatt a mémek „versengeni” kényszerülnek, hogy annyi agyba jussanak el, amennyibe csak lehetséges – ez az oka a találékonyáguknak.

Kognitív pszichológiai szempontból közelít a kulturális jelenségek terjedésének kérdésköréhez Dan Sperber (1996). Megkülönbözteti az egy felhasználóval rendelkező mentális reprezentációkat (mint a hiedelmek, a vágyak, a félelmek, a szándékok és a preferenciák) a minden esetben több felhasználóhoz kötődő nyilvános reprezentációktól (ezek különféle artefaktumok, jelek, szövegek, képek lehetnek). A kulturális reprezentáció széles körben elterjedt, hosszabb távon ható, mentális és nyilvános reprezentációkból álló halmaz, amely egy adott társadalmi csoporthoz köthető. A korábban ismertetett Dawkinsra és Dennettre hivatkozva Dan Sperber is megállapítja, hogy az emberi elme fogékony a kulturális reprezentációk befogadására, akár csak az emberi szervezet a betegségekre. Annak megértéséhez, miért terjednek a reprezentációk a társadalomban, a „kulturális epidemiológia”, azaz járványtan metaforáját hívja segítségül, két megköttéssel: egyrészt a kulturális reprezentációk a betegségterjesztő vírusokkal szemben nem patológikusak (nem kórosak), másrészt míg a hagyományos vírusok csak esetenként mutálódnak a transzmisszió során, addig a reprezentációk a terjedésük során szinte mindig megváltoznak, sok variációjuk jön létre. Ennek magyarázatául a pszichológia szerint az szolgálhat, hogy minél kisebb mentális ráfordítással minél nagyobb kognitív hatást érjünk el (*effect-effort ratio*, Sperber 1996: 53). A kulturális reprezentációk terjedhetnek nagyon lassan, generációról generációra (mint a hagyományok), illetve elérhetnek gyorsan egy nagyobb populációt (mint a divat vagy a pletyka). A terjedésükben intraindividuális (gondolkodás, emlékezés) és interindividuális folyamatok (kommunikáció) játszanak szerepet. Bár Sperber elsődlegesen mítoszokról, vallásos doktrínákról, rituálékról, különféle technikákról ír, terjedési módjuk, megjelenési formájuk, divatszerűségük miatt a(z) internetes) mémek is beilleszthetők a kulturális reprezentációk körébe.

Az internetes mém olyan jelenség, fogalom, szöveg, kép vagy kép–szöveg-kapcsolat, amely az interneten divatszerűen terjed; tartalma rendszerint vicc, pletyka, kép, weboldal, hivatkozás, (ál)hír lehet. A mémek közös jellemzője a gyors, interneten való terjedés, továbbá a szóbeliségre jellemző pletykahatás, az aktualitás, a történésekre való azonnali reakció. Az internetes mémek változatlanul vagy kisebb-nagyobb változtatásokkal akár évekig is keringhetnek az interneten, ám legtöbbjük élete csupán néhány hétig, legfeljebb hónapig tart (vö. Veszelszki 2013). A Facebookon a lájkolás és a megosztás járul hozzá a mémek terjedéséhez. Balázs Géza (2006, 2007) elektronikus folklórnak, e-folklórnak nevezi az elektronikus médiumokon keresztül, több-kevesebb módosulással terjedő szövegeket. E fogalom analógiájára a közösségi oldalhoz kötődő folklórt lájk-folklórnak, Facebook-folklórnak neveztem el (Veszelszki 2011a és 2011b). Ennek részét képezik az internetes mémek.

A mém és a memetika, a kulturális epidemiológia és a folklorisztika kapcsolatának fenti, vázlatos áttekintéséből is látható, hogy az eredeti, dawkinsi mémfogalom igen nagy jelentésváltozáson ment keresztül, és jelenleg eljutott a „kulturális gén”, „a kultúra utánzásán keresztül terjedő egysége” meghatározáson keresztül (lásd Varga 2008: 30; Blackmore 2000a: 20, 2000b) az interneten folklórszerűen terjedő, képes-szöveges-hangos tartalom általános definíciójáig.

Az internetes mémeknek vannak állandó, visszatérő szereplőik. A mémfigurák minden esetben egy-egy tulajdonságot szimbolizálnak vagy egy jellegzetes szituációt idéznek fel. Az elemzett példánkban ilyen szereplő a focista Bajner Bálint.

### 3.2. Trolllok

A Trollfoci oldal neve egy internetes szereptípusra utal. Troll a sok résztvevős virtuális kommunikációban (például internetes fórumon, közösségi oldalon) szándékosan zavart, széthúzást keltő személy, provokátor (Veszelszki 2012), a számítógép közvetítette diskurzusok résztvevője, aki olyan identitást konstruál, mintha az adott csoport tagja szeretne lenni, ám valós „célja a diskurzus, valamint a közösség bomlasztása és/vagy egy konfliktus előidézése, illetve elmélyítése a saját szórakoztatására” (Hardaker 2010: 237 nyomán Petykó 2013: 274). Általában gyűlölködő megjegyzésekkel, személyeskedéssel vagy követhetetlen, a témától eltérő kommentárokkal próbál zavart kelteni (Shin 2008; Petykó 2013). A romboló tevékenységet trollkodásnak nevezik. Nevét – az egyik ismert etimológia szerint – a skandináv mondavilágból ismert, a *fantasy*-irodalomban, illetve a szerepjátékokban kötekedő, agresszív lényként felbukkanó figuráról kapta. A másik elmélet szerint az elnevezés a *trolling* tengeri horgászati technikából ered, amely során a horgász a mozgó csónakból vagy hajóból kivetett csalit elhúzza a halak előtt (vö. Petykó 2013).

Claire Hardaker (2010) a trollviselkedés nyelvi udvariassággal összekötött leírásához a megtévesztés/csalás, az agresszió, a bomlasztás és a siker fogalmait használja. A trollidentitás és nyelvi viselkedés magyar nyelvű elemzésével egyelőre csak Petykó Márton foglalkozott, funkcionális kognitív pragmatikai szempontból. Petykó három pontban összegzi a (politikai) diskurzusok trollszerének a jellemzőit, amely a relatív anonimitás, a gyakorlatközösség alkalmisága és a közös tevékenység nyelvi jellegének következményeként jön létre:

„1. az identitáskonstruálás során a nyelvi identitásgyakorlatok dominálnak, mivel a résztvevők – különösképpen a hozzászólók – számára korlátozott a nem nyelvi eszközök (pl. képek) használata az interakcióban [...]; 2. viszonylag könnyen kivitelezhetővé válik a megtévesztésen alapuló identitásmanipuláció [...]; 3. a troll mint identitás jellemzően alkalmi, ugyanis annak, ha egy résztvevőt mások az aktuális diskurzusban trollként azonosítanak, csak az aktuális diskurzusban [...] vannak további diszkurzív következményei” (Petykó 2013: 281).

A Petykó által leírt trolljellegzetességeket a Trollfoci oldalon megvizsgálva a következőket állapíthatjuk meg: A facebookos közösségben – az oldal szabályzata és az általános magyarországi gyakorlat alapján – valódi névvel szokás regisztrálni (ami természetesen nem jelenti azt, hogy ne lennének álnéven létrehozott profilok), tehát a relatív anonimitás a vizsgált közegre, a Trollfoci diskurzusára nem jellemző. A gyakorlatközösség csak részben alkalmi, hiszen többször ismétlődő, bár változó összetételű és nagyon nagy számú szereplővel jön létre a trollhadjárat. A Facebook lehetőséget biztosít egyaránt önálló posztban, illetve kommentben képes (és részint video)információk megosztására, és ezzel a felhasználók élnek is, elsődlegesen mémek formájában, tehát a fenti értelmezés szerint a vizuális információkat kizáró nyelvi tevékenység kitüntetett szerepe erre a diskurzusra nem jellemző.<sup>8</sup>

A trollviselkedés kezelésével kapcsolatban a közösségimédia-kezelőknek szóló tanácsadó cikkek sokasága jelent meg. Egy példa a sok jótanács közül:

<sup>8</sup> Ennek a lehetőségére utal Petykó is (2013: 281, 6. lábjegyzet).

„Ne reagáljunk a szándékosan provokatív állításokra. A trollok trollkodni fognak. Ne húzzuk fel magunkat a nyilvánvalóan idegesítőnek szánt kommenteken, amelyeknek csupán a provokáció a céljuk. Ha mégis így teszünk, a trollok elérik a céljukat. Koncentráljunk a fontos dolgokra, és ha azt gyanítjuk, hogy valaki csak fel akar minket bosszantani, ne adjuk meg neki ezt az örömet.”<sup>9</sup>

## 4. Az elemzés eredményei

### 4.1. A Notts County közösségi oldalas konfliktuskezelése

Miért érdemes a trollviselkedéssel és a közösségi oldalas konfliktuskezeléssel foglalkozni? A 18–29 évesek 82 százaléka használja a közösségi médiát, és egyre több cég, márka, társaság és (sport)klub van jelen a közösségi oldalakon, ezek közül elsődlegesen (34 százalékban) a Facebookon. A sok résztvevős kommunikációban természetesen konfliktushelyzetek is adódnak, az ügyfelek panaszkezelő felületként is használják egy cég közösségimédia-beli felületeit. Vizsgálatok szerint míg a jól kezelt helyzetekről átlagosan 42 ismerősüknek számolnak be az emberek, addig a negatív tapasztalataikról átlagosan 53 ember szerez tudomást.<sup>10</sup> Nem megfelelő közösségimédia-beli ügyfélszolgálati kommunikációra példa lehet, ha robotválaszokat állít be a cég az üzenetekre (így történhetett meg, hogy dicséretre automatikus sajnálkozó-bocsánatkérő üzenetet kapott az ügyfél), a rossz időzítés (gázáremelés napján tett közzé egy gázszolgáltató Twitteren ügyfél-elégedettséget mérő kérdést), a kritika figyelmen kívül hagyása és az ügyfelek/rajongók letiltása.

Ez utóbbi, a letiltás (bannolás) történt akkor is, amikor Bajner Bálint átigazolt az Ipswich csapatához: a magyar Trollfoci-használók megszállták a csapat közösségi oldalait, amelynek kezelője előbb letiltott bizonyos kulcsszavakat, végül az összes magyar felhasználót, amivel kiváltotta a rajongók (részint azonban trollok) felháborodását.

A forgatókönyv megismétlődött a Notts Countyhoz igazoláskor is. Az angol futballklub minden megnyilvánulásakor százsámra jelentek meg az azokhoz fűzött, magyar (vagy félig magyar, félig angol) kommentek. A felhasználók a „No Bajner, no party” *hashtaget* alkalmazták a leggyakrabban (lásd az 1. képet).<sup>11</sup>



1. kép

A No Bajner, no party kommentfolyam a Notts County oldalán

9 Eredetiben: „Don’t react to deliberately provocative statements. Trolls gonna troll. Don’t let yourself rise to obviously inflammatory comments that are only designed to provoke others. If you do, you’re giving the trolls what they wanted. Pick your battles — if you suspect someone is just trying to get a rise out of you, don’t give him or her the satisfaction” (Elliott, Amy-Mae 2015: How to debate the big issues on social media. Mashable. <http://mashable.com/2015/03/16/social-media-etiquette-debates/>).

10 Lásd <http://socialmedialondon.co.uk/importance-social/> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

11 Ezzel a névvel önálló Facebook-oldal is létrejött, körülbelül ezer követővel: <https://www.facebook.com/nobajnernoparty/> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

Az angol kommunikációs team először megpróbált bizonyos kulcsszavak blokkolásával véget vetni a komment-áradatnak, sikertelenül, így végül minden Magyarországról érkező üzenetet letiltottak. Erre reakcióként a Trollfoci felhasználói papírra írt *No Bajner, no party* szövegeket küldtek postán a Notts County csapatának, és erről fotó-bizonyítékokat tettek közzé az oldalon (lásd a 2. képet).



2. kép

*A No Bajner, no party kommentfolyam papíron, postai küldeményként*

A Notts County csapata a következő lépésben létrehozott egy magyar Notts County-rajongó oldalt (Hungarian Magpies page<sup>12</sup>), amelyre megpróbálta áterelni a Trollfociról érkező trollhadsereget – eredménytelenül, hiszen a megengedett, legalizált trollkodás megszűnik trollkodás lenni. Az elterelés sem oldotta meg tehát a trollproblémát.

A sikert végül a nyílt, célcsoportra szabott kommunikáció hozta el: visszaengedték az összes magyar felhasználót az eredeti oldalra, és a kifejezetten a magyaroknak szóló tartalmaikat magyar nyelven is közzétették.<sup>13</sup>

„Köszöntjük a Magyarországról követő szurkolók ezreit. Örülünk, hogy csatlakoztatok hozzánk, és köszönjük a sok támogató üzenetet tegnapról. Jó látni, hogy ennyi érdeklődést mutattok a klub iránt.”

A Notts County csapata a későbbiekben azzal is jelezte a magyar rajongók iránti tiszteletét, hogy borítóképükként a magyar zászlót állították be, amelyen a futballcsapat címere szerepel (lásd a 3. képet). A képet 19.864-en lájkolták.



3. kép

*A Notts County címere a magyar zászló előtt, a futballcsapat Facebook-borítóképe egy ideig*

<sup>12</sup> Lásd Hungarian Magpies page. <https://www.facebook.com/pages/Hungarian-Magpies> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

<sup>13</sup> Lásd Németh Dániel 2015: Bajner klubja üdvözli a magyarokat. Origo.hu. 2015. I. 27. <http://www.origo.hu/sport/magyarfoci/20150127-bajner-klubja-udvozli-a-magyarokat.html> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

Ezzel a pozitív kommunikációs stratégiával megnyerték maguknak a magyar trollokat, akik leálltak a romboló munkával, sőt kifejezetten kedvező hatásai lettek a klubra nézve a jól kezelt trollkodásnak. Megnövekedtek a jegyeladások, és a merchandising termékeket forgalmazó webshop forgalma is megnőtt.<sup>14</sup> A klub január 30-ai, magyar nyelvű nyilatkozata szerint:

„Rengeteg magyar használta a klub webshopját az elmúlt héten. A minap pedig még a nagy felhajtás okozója, a pillanat embere, Bálint is betért a klub üzletébe, hogy ajándékokat vegyen a barátainak, családjának. Köszönjük a támogatásokat!” (Notts County Football Club, Fb-oldal)

Ráadásul 2015 februárjában száznál is több magyar szurkoló utazott el a harmadosztályú angol csapattal, hogy a csatárnak drukkoljanak. Erről a klub Facebook-oldalán is beszámoltak, magyarul is:

„With over 100 Hungarian Magpies at the Leyton Orient match on Tuesday, they’ve already created their own chant! (Notts County Football Club, Fb-oldal)

A száznál is több magyar Magpie, aki a Leyton Orient elleni meccsünkre látogat, már saját dallal is rendelkezik. Elképesztő! <https://www.youtube.com/watch?v=hZWuKFuklsE>” (Notts County Football Club, Fb-oldal)<sup>15</sup>

A Bajnernek „szurkolók” angol és magyar nyelvű dalszöveget is készítettek, e Notts County-dal is a Trollfoci oldal egyik mémjévé tudott válni. Nézzük meg a következőkben, milyen mémek kapcsolódtak leggyakrabban a Bajner-esethez.

## 4.2. Vizuális és verbális Bajner-mémek a Trollfoci oldalon

A képi alapú mémek egyesítik a vizuális információt a verbálissal. A Notts County-történehez kapcsolódó képek vagy a focistát ábrázolják az ominózus interjúból kivágott képernyőképekkel, vagy hagyományos popkulturális alapokat használnak fel az interjúban elhangzott szövegrészletek variációival. Ez utóbbira példa a *Charlie és a csokoládégyár* című film egyik szereplőjének szkeptikus-ironikus arcképe vagy az *Én, Pán Péter (Finding Neverland)* című film ismert jelenete a szomorú kislíval. A második egy másik, a Trollfoci oldalon aktuális témát is érint: Szalay Ádám focista a drukkerék szerint túl sokat ül a kispadon (ezt egy neologizmussal a *szalaying*nek nevezik), ő is megjelenik a képen (lásd a 4–5–6. képet).

<sup>14</sup> Lásd Notts County attract over 100 Hungarian Magpies for game with Leyton Orient. 2015. 02. 10. <http://www.football-league.co.uk/news/article/2015/notts-county-attract-over-100-hungarian-magpies-2260188.aspx> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

<sup>15</sup> A Bajner–Notts County-dalszöveg:

*Lecgő Bájner, lecgő NoccKánti! grin emoticon*

*„Who are we? The Notts County*

*Supporters from Hungary*

*We dont care who is the next*

*Notts County will win the match*

*Lets go Bajner, lets go Notts County*

*Lets go Notts County, Lets go Notts County, Lets go Notts County*

*Kék az ég, zöld a fű*

*A Notts County nagyszerű*

*Itt vagyunk, tapsolunk*

*Lőj egy gólt Bálintunk*

*Hajrá Bajner, hajrá Notts County*

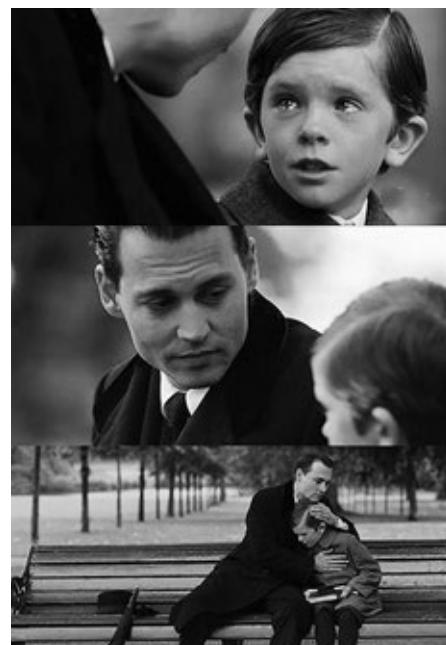
*Hajrá Notts County, hajrá Notts County, hajrá Notts County*

(TrollFoci in Nottingham, United Kingdom, 581 Like, 17 comment, 30 Share).



4. kép

Bajner-mém: a Charlie és a csokoládégyár egyik szereplőjével

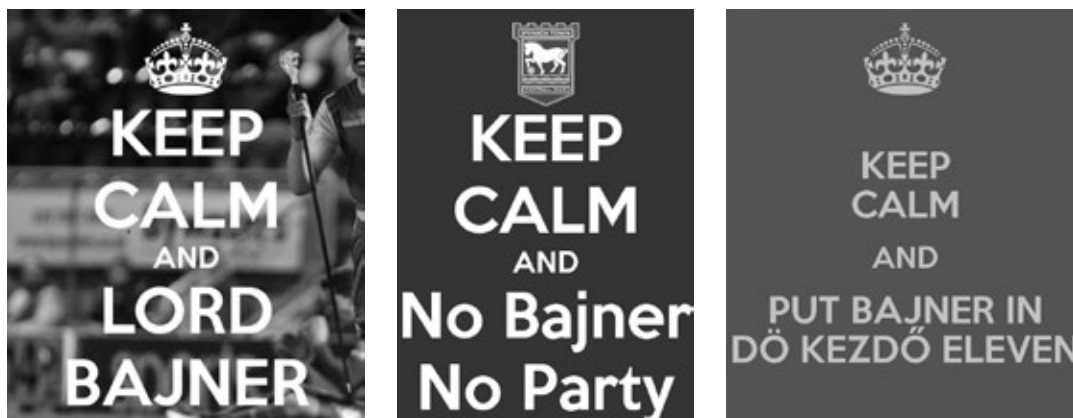


5–6. kép

Bajner-mém: a Pán Péter-kép és eredetije

A *Keep calm and carry on* feliratú poszter 1939-ben készült Nagy-Britanniában, a második világháborúban való helytállásra buzdításképpen. A plakát ismertségét a 2000-es újralfedezése hozta el (Lewis 2012). Azóta az interneten változatlan vagy módosított formában, képpel vagy kép nélkül jelentős mémmé vált, és alapanyagul szolgált a Bajner-sorozat több elemének is (lásd a 7–8–9. képet).





7–9. kép

Bajner-mém: a Keep calm-sorozat három eleme

Verbális elemek (betűszók, rövidítések, szavak, szó szerkezetek, akár *hashtaggel*) is mémként működhetnek a Trollfoci oldalon. Az oldal a verbális mémek kapcsán sajátos csoportnyelvi jellemzőkkel bír: a humor forrása több esetben egyedi akronimáiban és explicitté nem tett, utalásszerű kijelentéseiben rejlik. A betűszók rendszerint eufemizáló jellegűek: egy-egy, rendszerint valamely focistához kötődő videóból származó trágár kifejezést idéznek fel, a trágárság tényleges kimondása nélkül. A példákban egyes betűket a betűszók feloldásakor aszteriszkkal helyettesítettem: *SZLAMB = sz\*pd le anyádat, már bocsánat* (Rósa Dénes élő interjúja közben, miután egy fotós a háttérből szidalmazta); *FAF = f\*sz a füledbe; GYAKA = gyere, a k\*rva anyádat* (Mészöly Kálmán kiabálja a segédedzőjének egy régi filmfelvételen, egy győztes meccs után); *MKO = mindenki k\*rva okos* (Urbán Flórián kifakadása a Lúzer FC című műsorban).<sup>16</sup> Azok, akik nem követik az oldal eseményeit, nem is értik az ott használt kifejezéseket. Erre szolgálhat példaként a következő kérdés–válasz-folyam a *Gyakori kérdések*<sup>17</sup> internetes oldalról:

Nekem inkább azt magyarázhatná el valaki, hogy mi a rák az MB1, és honnan ered, meg mi annyira vicces benne...

Ez is vicces benne hogy az ilyen sügerek mint te, nem értik a lényegét.

Az MB1 a mennyei bajnokság rövidítése, így csúfolják az NB1 (nemzeti bajnokságot).

Az oldal sajátos szókészletének használatához értelmező videó is készült.<sup>18</sup>

A verbális mémek közé tartoznak a speciális rövidítések mellett a Notts County-ügy kapcsán alkotott *Hunglish* szövegek. A *Hunglish*, vagyis a kevert magyar–angol nyelvi szöveg stíluselemként és humorforrásként is szolgálhat. A *Hunglish* egyfajta makaronizmus, amely a komikum egyik forrása. A lényege, hogy anyanyelvi szövegbe más, idegen nyelvi szóelemek, szavak, mondatok szervesen épülnek be (MNL). A Trollfoci oldalán a Notts County és Bajner Bálint kapcsán megjelenő *Hunglish*, azaz magyar–angol vegyes szövegek létrejöttét az angol kapcsolaton kívül a humoros hatás elérése is motiválhatta. Ezt példázzák azok a szövegek, amelyek arra mutatnak rá, hogy Bajnernek a kezdő tizenegyben lenne a helye:

<sup>16</sup> Köszönöm Bertalan Dávidnak, aki először hívta fel a figyelmemet erre a jelenségre, Szalai Zoltánnak pedig a témajavaslatot.

<sup>17</sup> Lásd [http://www.gyakorikerdesek.hu/sport-mozgas\\_\\_labdajatekok\\_\\_4253664-mit-jelentenek-ezek-a-trollfoci-roviditesek](http://www.gyakorikerdesek.hu/sport-mozgas__labdajatekok__4253664-mit-jelentenek-ezek-a-trollfoci-roviditesek) (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

<sup>18</sup> Lásd Trollfoci tudnivalók. <https://www.youtube.com/watch?v=qnxLvyn4-Do> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

Put Bajner in the kezdőcsapat!!!

Now látom csak, hogy Bajner is not in the kezdőeleven, ezért now kiveszem a lájkot!

Köcsögök. Bajner put in kezdő elevenen rögtön!

Put Bajner in tö kezdő ilevön4!!!

egy meccset nyertetek meg az utolsó fél évben, ott is Bajner lövi a győztes gólt, erre most padozik! hát normálisak vagytok ti? Put Bajner indő kezdő ilevön!!!

A keveréknyelv illusztrálására félkövérrel emeltem ki a (grammatikai szempontból nem feltétlenül helyes) angol, dőlttel az angol eredetű, de magyar fonetika szerint írt szavakat, a kiemelés nélküli álló betű jelzi a magyar elemeket (ugyanígy a besorolhatatlan elemeket, a számokat).

**You buy #nobajnerparty** bálint **and you put the kezdőeleven and** lecsereled **in the 44. minuteban and YOU WILL THE CHAMPIONS!**

**Now** látom csak, hogy Bajner **is not in the kezdőeleven**, ezért **now** kiveszem a lájkot!

**Put** Bajner **in tö kezdő ilevön4!!!**

egy meccset nyertetek meg az utolsó fél évben, ott is Bajner lövi a győztes gólt, erre most padozik! hát normálisak vagytok ti? **Put** Bajner **indő kezdő ilevön!!!**

A következő kommentsorozat részlete példaként szolgálhat a Trollfoci közösségformáló, a vizuális és a verbális mémek, illetve a közös téma révén akár a valós életben ismeretlenek között is informális kommunikációt lehetővé tévő jellegére (lásd a 10. képet).



10. kép

Az öngól és a grammatikai nációk

Az a bizonyos klasszikus öngól... :S — at Notts County FC - Meadow Lane.

[F1]<sup>19</sup> Raadasul mondja vmi biszem baszom liga profilkeppel.....

[F2] BajnerMülhelm, ha nem tévedek

[F3] szlambvóker lajos

[F4] Nyilván ő Kiskokó kisöccse

[F5] pff mondja ezt egy biszem-baszom dájcszlánd báger münchenes profilképpel

[F6] A "ha már itt tartunk" után vessző, ha már itt tartunk.

[F7] Jogos!

[F8] Van még két további vesszőhiba a következő mondatban is.

[F9] Devecsering ez is bazdmeg XDDDD

[F10] Grétsy tanár Úr örök műsorát nézzétek meg legközelebb: Álljunk meg egy FAF-ra!!!

[F11] Oldalfasz

[F12] Valamint vagy egy "A" betű hiányzik még a mondat elejéről, vagy pedig a "kezdjük" helyett kezdünk kéne, hogy szerepeljen... elmarad az esztétika.

[F13] A "nagybetűvel" pedig egybeírandó.\*

[F6] Ó, ezt ki is hagytam!

[F14] Ezek után biztos kiveszi a lájkot

[F15] Mihálynak tisztelettel átnyújtanám a Grammar Nácizmus nagykeresztjét! Én már nem vagyok méltó a viselésére, pedig én sem vagyok piskóta!

[F16] Nagy betűvel? Mekkora legyen A4-es? Helyesen nagy kezdőbetűvel...

[F17] Több hiba volt az illető 4 szavas mondatában, mint a Notts kisregényében. Ez a ciki...

[F18] Devecseri ehhez képest lófasz.

[F19] BiszemB@szom drukker, mit vártál?

[F20] ilyen biszem-b@szom címerrel ...a notts-ot meg úgysem érdekli

[F21] Ezért frí penálti jár! Nát ván, nát tú, frí!

[F22] Guzmicsing volt itt kérem szépen!

[F23] Biszem Bályern drukker, hagyjad má'! Lesztek ti még Bajner München!

[F24] Nemérdeklí.

Az előző példa utolsó mondata arra utal, hogy Bajnert – nyilatkozata szerint – nem érdekli a magyar válogatott és annak mérkőzései. Az egyik leggyakoribb mémalapanyagként ez a téma szolgált.

Az internetes mémgyártás célja lehet valamely aktuális társadalmi-közéleti jelenség kigúnyolása, görbe tükör tartása, de a reklám is (hiszen a tartalom közösségi oldalon való megosztásakor a megosztók számára látszik, ki készítette az eredeti képet, ily módon terjedhet egy-egy oldal). Ezen kívül a mémeknek közösségalkotó hatásuk van, a számítógép-használók társadalmi, szociális mobilizálására is szolgálhatnak. Az elsődleges cél azonban a humoros hatás kiváltása, a szórakoztatás, amint ez a Trollfoci mémjei esetében is látható volt.

<sup>19</sup> A felhasználók nevét szögletes zárójelben szereplő kódra cseréltem, a betű a kommentelő nemére vonatkozik (F = férfi, N = nő; az oldal dominánsan férfi kommentelői miatt nem találtam női hozzászólót, ebben a kommentsorozatban sem), a szám a megszólalók sorszáma a beszélgetésben, az azonos szám azonos felhasználót jelent.

## 5. Összegzés

Munkám során egy Facebook-oldalt, a Trollfocit vizsgáltam meg elsődlegesen egy másik, a Notts County futballcsapat oldalával kapcsolatban. A vizsgálat fő szempontjai a következők voltak: a trollviselkedés definiálása, a közösségi médiabeli konfliktuskezelés módjai (itt a hangsúly a nagy-britanniai kommunikációs csapat tevékenységére helyeződött, amely a Trollfociról érkező felhasználók trollkodó, romboló kommunikációs cselekedeteinek megfékezésére szolgált), a verbális és a vizuális mémhordozókon megjelenő mémek és a két, angol és magyar nyelvű közösség közti kommunikációs sajátosság, a makaronizmus.

A Notts County Trollfocihoz fűződő viszonyának elemzése során fény derült arra, hogy a harmadosztályú angol csapat oldaladminisztrátorai nem tudták azonnal, miképpen kezeljék az ezerszámra érkező magyar felhasználói kommenteket, az úgynevezett trollhadseregnek a szokványos kommunikációt lehetetlenné tévő támadását. Több módszerrel is próbálkoztak a trollkodás megállítására, míg végül sikerrel jártak, sőt kifejezetten profitáltak is az esetből.

A konfliktuskezelés lépései a következőképpen foglalhatók össze:

1. letiltás (kulcsszavak, *hashtag* letiltása, majd minden magyarországi felhasználó letiltása);
2. Trollfoci-reakció: postai levelek küldése;
3. külön magyar oldal létrehozása (Hungarian Magpies);
4. a bannolás feloldása, magyar nyelvű, pozitív kommunikáció;
5. a jegyeladás és a *merchandising*-termékek eladásának fellendülése.

2015 márciusában, két hónappal a futball-átigazolás után a Notts County oldalát megvizsgálva ugyan találunk még a témába illeszkedő, magyar felhasználótól származó posztokat, kommenteket, hashtaget, ám csupán szórványosan. A mémek nagy részéhez hasonlóan a Trollfoci–Notts County virtuális kapcsolatát adó Bajner-mém is elhalványulni látszik, veszt érdekességéből, ezáltal az elemzett oldalon a megjelenési gyakoriságából.

## Irodalom

- Balázs Géza (2006): Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe I. *Magyar Nyelvőr*, 439–456.
- Balázs Géza (2007): Az sms-folklór – a minimálfolklór nyelvi képe II. *Magyar Nyelvőr*, 48–62.
- Blackmore, Susan (2000a): *Die Macht der Meme: Oder die Evolution von Kultur und Geist*. Heidelberg.
- Blackmore, Susan (2000b): *The Meme Machine*. Oxford University Press.
- Dawkins, Richard (1976): *The Selfish Gene*. Oxford University Press.
- Dawkins, Richard (1993): *Viruses of the mind. Dennett and his critics: Demystifying Mind*. Cambridge (Mass.): Blackwell.
- Dawkins, Richard (2005): *Az önző gén*. Budapest: Kossuth Kiadó.
- Dawkins, Richard (2008): Az elme vírusai. *Prae* 034, 5–18.
- Dennett, Daniel C. (1990): Memes and the exploitation of imagination. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 48, 127–135.
- Dennett, Daniel C. (2008): Mémek, avagy a képzelet kizsákmányolása. *Prae*, 034, 19–29.
- Hardaker, Claire (2010): Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, 6: 215–242.
- Horton, D. & Wohl, R. R. (1956): Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry*, 19, 215–229.
- Kassing, Jeffrey W. & Jimmy Sanderson (2010): Trash talk and beyond: Aggressive communication in the context of sport. In: Avtigs, T. A. & A. S. Rancer (eds.): *Arguments, aggression and conflict: New directions in theory and research*. New York, NY: Routledge, 253–266.
- Kassing, Jeffrey W. & Sanderson, Jimmy (2015): Playing in the New Media Game or Riding the Virtual Bench: Confirming and Disconfirming Membership in the Community of Sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 39/1: 3–18.
- Krishnamurthy, Balachander & Craig E. Wills (2008): Characterizing privacy in online social networks. In: *Proceeding WOSN '08 Proceedings of the first workshop on Online social networks*. New York: ACM. 37–42.

- Lewis, Bex (2012): The Renaissance of 'Keep Calm and Carry On'. *The Poster*, 2: 7–23.
- Lovas Gergő & Sajó Dávid (2015): Puskás után már Bajner nevét is ismeri az egész világ. *Sportgéza*. 2015. február 15., [http://sportgeza.hu/futball/2015/02/15/trollfoci\\_bajner\\_balint\\_notts\\_county/](http://sportgeza.hu/futball/2015/02/15/trollfoci_bajner_balint_notts_county/) (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).
- L. Varga Péter (2008): A mém „olvasása”. Memetika és irodalom(tudomány). *Prae*, 034, 30–39.
- MNL = Makaronizmus. In: *Magyar néprajzi lexikon*. 3. kötet. <http://mek.oszk.hu/02100/02115/html/3-1516.html> (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).
- Petykó Márton (2013): Az internetes troll mint identitás kialakítása politikai blogok diskurzusaiban. *Magyar Nyelvőr*, 137/3: 274–313.
- Shin, Jiwon (2008): Morality and Internet Behavior: A Study of the Internet Troll and its Relation with Morality on the Internet. *Technology and Teacher Education Annual Review*, 5: 28–34.
- Sperber, Dan (1996): *Explaining culture: a naturalistic approach*. Oxford: Blackwell.
- Veszelszki Ágnes, szerk. (2012): *Netszótár. @-tól a Zuckerbergnetig*. Budapest: ELTE Eötvös Kiadó.
- Veszelszki Ágnes (2011a): Lájkolom! A Facebook-folklórról. In: Csiszár Gábor & Darvas Anikó (szerk.): *Klárások. Tanulmánykötet Korompay Klára tiszteletére*. Budapest: ELTE, Magyar Nyelvtörténeti, Szociolingvisztikai, Dialektológiai Tanszék, 379–390.
- Veszelszki Ágnes (2011b): *Az infokommunikációs technológia hatása a nyelvre*. PhD-értekezés, kézirat. Budapest: Eötvös Loránd University.
- Veszelszki, Ágnes (2013): Promiscuity of Images. Memes from an English-Hungarian contrastive perspective. In: Benedek, András & Kristóf Nyíri (eds.): *How To Do Things With Pictures: Skill, Practice, Performance*. Frankfurt: Peter Lang.
- Weller, Katrin & Martin Sebastian Meckel & Stahl Matthias, eds. (2013): *Social Media. Recherche Spezial 2013/1*. Gesis Leibniz-Institut für Sozial-Wissenschaften. [http://www.gesis.org/sowiport/fileadmin/user\\_upload/pdf\\_recherche\\_spezial/rs\\_13\\_01\\_socialmedia.pdf](http://www.gesis.org/sowiport/fileadmin/user_upload/pdf_recherche_spezial/rs_13_01_socialmedia.pdf) (utolsó letöltés: 2015. III. 18.).

**Veszelszki Ágnes** PhD, nyelvész, közgazdász, újmédia-kutató. Az ELTE BTK adjunktusa, magyar és német szakos bölcsész és tanár, a Filológia.hu MTA-folyóirat szerkesztője. Kutatási területei: az infokommunikációs technológia hatása a nyelvre; a modern filológia; a beszélt nyelv grammatikája; a marketing, a péér és a nyelvészet kapcsolódási lehetőségei (marketingvizsgálat). Honlap: [www.veszelszki.hu](http://www.veszelszki.hu). E-mail: [veszelszki.agnes@gmail.com](mailto:veszelszki.agnes@gmail.com).