

Beszédes Valéria

## HALOTTKULTUSZ ÉS TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ

### A MAGYAR SZÓ GYÁSZJELENTÉSEINEK ELEMZÉSE

---

Napilapunk vasárnapi számának utolsó tíz oldalát a hirdetések töltik ki. Ilyen közleményeket ugyan más napokon is olvashatunk, de szigorúan megszerkesztett formában a hétfői ünnepi számban található. Ezek a hirdetések ritkán kínálják az egyes vállalatok termékeit, az ilyen jellegű reklámok hétközben, leginkább a Magyar Szó különböző mellékleteiben (Szivárvány, Föld Népe, RTV-újság) jelennek meg. A vasárnapi hirdetések inkább információs jellegűek, pályázatokat és hirdeményeket közölnek az egyes munkahelyek betöltésére. A vállalati hirdetések vezetnek be a lap hirdetési rovatát, ezt követik két-három oldalon a gyászjelentések, végezetül pedig apróhirdetések következnek. Hogy mennyire tudatosan szerkesztik a lapnak ezt a részét, azt bizonyítja az a tény, hogy a munkahelyi pályázatok mellé, amennyiben szabad hely marad, gyászjelentéseket nem tesznek, hanem csakis apróhirdetéseket. Ha a gyászjelentések átmennek a harmadik lapra is, akkor a tördelő szerkesztő a fennmaradt részeket semleges hirdetésekkel tölti ki. Soha nem kerülnek erre az oldalra a házassági hirdetések; ezek — bizonyára kegyeletből — még a szemközti lapon sem olvashatók.

Az alábbiakban a jugoszláviai sajtó jellegzetes hirdetéstípusát, a gyászjelentéseket vizsgáljuk. A jugoszláviai napilapok hasábjain nap mint nap megtalálhatjuk őket, a szerbhorvát nyelvű helyi lapok hirdetései között is jelentős teret kapnak. A Magyar Szónak különösen a vasárnapi számában olvashatunk sok ilyent, mert ekkor jelenik meg a lap a legnagyobb példányszámban, s azok, akiknek ezeket a hirdetéseket szánják, leginkább vasárnap veszik meg az újságot.

A halottkultusznak évezredek óta megvan a kommunikációs rendszere, amelyet az adott közösség szigorúan betart. Ezek az idők folyamán természetesen alakulnak, korszerűsödnek, de napjainkban is a legtöbb tradicionális elemet a temetés és a gyász tartalmazza, amelyeket a városi és a falusi környezet is betart.

A hatvanas évektől kezdve a vajdasági magyarok temetkezési szokása új kommunikációs eszközzel bővült. Az már a múlt században szokás volt,

hogy az értelmiségi családok nyomtatott gyászjelentéseket készítettek, ezt postán elküldték az ismerősöknek, hozzátartozóknak. Napjainkban a gyászlap a temetkezés elmaradhatatlan kelléke, előre nyomtatott változatait a temetkezési vállalatok is árulják, ateista és vallásos változatban, természetesen magyar és szerbhorvát nyelven. Ha a gyászoló család ezt nem tartja elég ünnepélyesnek, akkor a saját elképzelése szerint nyomtat magának. Ami ebben a szokásban új, az az, hogy a gyászjelentések is tömegkommunikációs eszközzé válnak. A hozzátartozók — hasonlóan mint a plakátokat — kiragasztják őket a városok illetve a falvak legforgalmasabb részére, ezzel is értesítik a közösséget, hogy meghalt egyik hozzátartozójuk. Ha egy vállalatnak kiemelkedő munkatársa hunyt el, a munkaszervezet is nyomtat gyászjelentést, s ez is megjelenik a város különböző pontjain a család gyászjelentésével együtt. A címzett ebben az esetben egy szűkebb közösség, annak a helységnek a lakói, ahol az elhunyt élt és dolgozott.

A tájékoztatás másik változatát már a szélesebb közösségnek szánják a feladók, mert a tömegkommunikáció eszközét, a sajtót használják fel, s ebben hirdetik, hogy haláleset történt a családban. Temetkezési szokásaink szerves részének kell tehát tartanunk a gyászjelentéseket. Uniforimizáltak, de ugyanakkor privatizáltak is, mert tükrözik a család vagyoni helyzetét: minél hosszabb a hirdetés, annál többet kell érte fizetni, de nem hanyagolható el az a szempont sem, hogy a feladók úgy vélik, a hosszú hirdetésekkel a halott személye iránt érzett szeretetüket és megbecsülését fejezik ki.

A gyász híreknek három típusa jelenik meg lapjaink hasábjain: a gyászjelentés, a köszönetnyilvánítás és a megemlékezés. A három típus közül legkevésbé a gyászjelentés, amelynek célja, hogy tudassa a temetés helyét és idejét. Ezeket nemcsak a szűkebb családi körhöz tartozók szokták közzétenni, hanem a munkaszervezetek is, hogy értesítsék a közösséget: **elhunyt egy érdemes dolgozójuk. Ez a megbecsülés azonban leginkább csak az igazgatóknak, újságíróknak, tanároknak, kiemelkedő politikai munkásoknak, művészeknek jár ki. Az egyszerű munkásember haláláról a munkaszervezet csak akkor tájékoztat, ha munka közben éri a halál.** Ilyenkor gyakran egymás mellett kettő, sőt három gyászjelentés is megjelenik ugyanarról a személyről, s mindegyikben ugyanaz a sablonos szöveg olvasható. Ezek, mivel a temetés helyét és idejét is közlik, nem vasárnap jelennek meg, hanem a legközelebbi számban, hogy értesüljön a közösség a temetés idejéről.

A vasárnapi számban ritkán közölnek ilyen gyászjelentéseket; az ünnepi számba többnyire a megemlékezések és a köszönetnyilvánítások kerülnek. Az utóbbi a hagyományosabb. A hatvanas években még csak ilyeneket közöltek. A megemlékezések újabb keletűek. Az előbbieknek a célja érthető, többé-kevésbé indokolt is, a hozzátartozók a sajtó útján köszönik meg a részvétnyilvánításokat. Hogy a másik típusnak mi a célja, arra már nehezen tudunk válaszolni, mert semmilyen hírértéke nincs annak, hogy hat hét után a sajtó útján is megemlékeznek a halotról.

Az alábbiakban a Magyar Szó ez év májusi vasárnapi számaiban megjelent gyászjelentések formai és nyelvi megoldásait ismertetjük. Véleményünk szerint a kiválasztott minta tükrözi e közlemények sajátosságait. Az öt számban 273 gyászír jelent meg: harmadikán 43, tizedikén 70, tizenhetedikén 58, huszonnegyedikén 51, harmincegyedikén 51, átlagosan tehát 55. A május 3-i számban viszonylag kevés a gyászjelentés, mert a négynapos ünnep miatt korábban volt a lapzárta, s a hirdetőik elkéstek, ezzel magyarázható, hogy a következő vasárnapon az átlagosnál lényegesen több gyászír olvasható.

### *A gyászjelentések grafikai szerkesztése*

A hirdetéseknek ez a típusa mindig a lap 24. és 25. oldalán található. Ha a szokásosnál több ilyen hír gyűlik össze, akkor átkerülhet a 26. oldalra is. A Magyar Szó egyéb oldalai öthasábosak, a hirdetések hat hasábra oszlanak. A hasábokat a jugoszláv gyakorlatnak megfelelően vékony vonallal különválasztják. Így játnak el a hirdetések esetében is, azzal a különbséggel, hogy a gyász híreket gyászkeretbe teszik. Minden hasábot ugyanis külön vastagabb léniaival választanak el, így a két hasáb között négy milliméternyi távolság fehéren marad. A hirdetőket egymástól ugyancsak vastagabb vízszintes vonallal választják el. A gyászjelentések többnyire egyhasábnyi szélességűek, de újabban néhány kéthasábos gyászjelentés is megjelenik a lapban. Az egyes hirdetések hosszúsága is különböző. A szabvány szerint a legrövidebb négy centiméternyi lehet, a leg hosszabb gyakorlatilag kitöltheti az egész hasábot, de ezzel a lehetőséggel a hirdetőik szerencsére nem élnek.

Megmértük, hogy milyen hosszúságú hirdetőket adnak fel a hozzátartozók, s az alábbi adatokat kaptuk:

cm	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
db	6	3	5	—	33	43	57	25	27	12	5	10	—	3

A hirdetések hosszúságánál nem a szavak számát vettük figyelembe, hanem a közlemények centiméter hosszúságát, mert a díjszabásnál is centiméterenként kell fizetni. Az általunk vizsgált hirdetések többnyire 8—10 centiméter hosszúak, mint az a táblázatunkból is kitűnik, ennyi helyre van szükség ahhoz, hogy a közösség által elvárt gyászír összes lényegcsnek tartott eleme elférjen.

Egységeselek a gyász hírekben alkalmazott betűtípusok és azonos a tördelés is. Minden hirdetésnél feltüntetik a gyászír műfaját petit vezárlt betűkkel: GYÁSZJELENTÉS, KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS, MFG-EMLEKEZÉS. Ez a felcímezés szerintünk felesleges, a hirdetések csoportosításával elérhetnék ugyanezt a célt, másrészt a hirdetés tartalma is elárulja, milyen műfajú gyászjelentésről van szó. Tragikomikusan hat ez a

**megoldás olyan esetekben, amikor ugyanarról a halottról kettő, esetleg három megemlékezés is olvasható.**

A felcím után következik az egyhasábos gyász hirdetések esetében nonpareille antikva betűkkel a bevezető rész, majd az esetek legtöbbször az elhunyt fényképe látható. Az alábbiakban ugyancsak táblázat segítségével érzékeltetjük, mennyire fontos ezekben a hirdetésekben a fénykép. Nem a fényképes hirdetések számát tüntetjük fel, hanem az olyanokét, amelyekben hiányzott a fotó, mert ez pregnansabban tükrözi a fénykép szerepét.

dátum	3.	10.	17.	24.	31.
hirdetések száma	42	70	58	51	51
fénykép nélkül	7	6	8	3	6

A fenti számok is azt bizonyítják, hogy szinte kötelező érvényű, hogy a halott fényképe is benne legyen az újságban, hogy az olvasók könnyebben azonosíthassák az elhunytat. A fényképek szabvány méretűek, 3×4 cm nagyságúak. Rendszerint azt a fényképet közlik az újságban, amelyet a szemlyazonossági igazolvány készítésekor csináltattak. Sok fényképen látszik, hogy a hirdető az elhunyt személyi iratából vették ki a képet, mert látható még rajta a kapszok helye. Disszonánsan hatnak az ilyen fotók, mert ha az elhunytól csak ilyen kép maradt fenn, akkor hogyan őrzik az újságban kegyelettel bejelentett emlékét? Komikusak azok a fényképek, amelyek az elhunytól húsz-harminc évvel korábban készültek, mivel a nyolcvan-egynéhány éves, hosszú betegség után elhunyt férfit vagy nőt fiatalosnak, életerősnek mutatják.

A fénykép alatt az elhunyt neve olvasható ciceró nagyságú betűkkel. A halott neve után ismét nonpareille betűkkel folytatódik a hirdetés szövege. A zárórészt jobbra zárják, s nonpareille kurrent fett betűkkel felsorolják a hirdetés feladóit.

Ugyanígy a grafikai megoldása azoknak a gyász híreknek is, amelyek kéthasábosak. A szöveg ezekben sem több, csak nagyobb betűtípusokat használnak, s a képet úgy helyezik el, hogy levegősebb legyen az oldal.

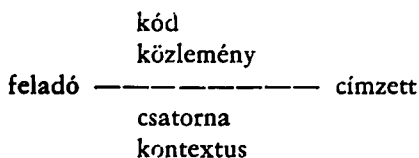
A gyászjelentések grafikai megoldása többé-kevésbé megegyezik a más jugoszláv lapokban található ilyen jellegű hirdetésekkel. A különbség csupán annyi, hogy a Magyar Szóban hangsúlyozottabb a gyászkeret, mint a Dnevnikben, a Borbában, a Politikában.

### *Szövegszerkesztés*

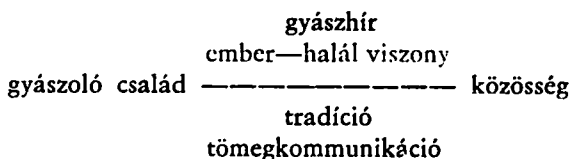
A hirdetések szövegének jellegzetessége a kötöttség, amelyet Buda Béla a szerkesztettség tipikus esetének tekint. Megállapítja, hogy „valamilyen központi szabályozás értékrendjének korlátozó hatására a szerkesztettség

gen át érvényesülhet ugyan, de biztosan kitermel egy másodlagos köJor, amely mögöttes üzenetek formájában mégiscsak utat enged a szabályozni kívánt társadalmi intenciók egy részének". A továbbiakban megállapítja, hogy a hirdetőik maguk is sztereotipizálják szövegeiket, lecsupaszítják, hogy csak a legszükségesebb információkat tartalmazza. (Buda Béla: *A tömeg-tájékoztató nyelvének néhány kommunikáció-lélektani és szociolingvisztikai sajátossága*. In: *Nyelvészet és tömegkommunikáció*. Bp. 1985. 21 l.)

A fenti megállapítások érvényesek a gyászjelentésekre is. A Magyar Szó hasábjain megjelent hírek szabályozója maga a közösség, az újonnan kialakult hagyomány, amely elvárja, hogy a sajtóban is búcsút vegyenek az elhunytól. A sztereotip fordulatokat is a közösség alakította ki, amelynek nem az az elsődleges célja, hogy a legszükségesebb információkat közölje az olvasókkal, hanem az, hogy az elhunytat szerették, megbecsülték. S a közösségi normák szerint a hirdetésekben közölt sztereotip formulák fejezik ki a szeretetet és a megbecsülést. A gyász hírek tehát más apróhirdetésekkel ellentétben nem lecsupaszítottak, hanem terjengősek, bőbeszédűek. **A gyászjelentésnek a kommunikációs modellje a következő:**



Ha ebbe a modellbe behelyettesítjük a kommunikációs viszony résztvevőit, akkor a kód a sztereotip hirdetés, amelyet a címzethez a hagyomány, a tradíció juttat el. A feladó a hirdető, a címzett pedig egy tágabb közösség. Elsősorban azok, akiket a hirdetésben felsorolnak, de a feladó mindazoknak címezi az üzenetet, akik a hirdetéseket olvassák. A kommunikációs modell behelyettesített változata a következő:



A címzett felbontható:

1. Akiket megemlítenek a hirdetésben
  - a) név szerinti személyek (orvosok, ápolók, segítőkész szomszédok, pap, kántor)
  - b) társadalmi szervezetek (harcoszövetség, munkaszervezetek, művelődési intézmények, sportegyesületek)
2. általánosan felsorolt személyek (rokonok, barátok, ismerősök, szomszédok)
3. a hirdetés olvasói

Meggyőződésünk, hogy a hirdetések valódi címzettjei a harmadik csoportba tartozók, mert az első két csoportba kiemelt címzetteknek a hozzátartozók már a temetésen vagy utána személyesen megköszönik a részvétnyilvánítást.

A gyász hírek harmadik csoportja, a *megemlékezés* kizárólag a hirdetés olvasóihoz szól, mert lényegében semmilyen új információt nem közöl, hisz a halottat már eltemették, a részvétnyilvánítást már korábban a sajtóban is megköszönték. Ha a folklór oldaláról vizsgáljuk ezeket a hirdetéseket, akkor kapcsolatba hozhatjuk a gyászolási szokásokkal. Napjainkban is meggyászoljuk a halottat, a halott lelki üdvéért meghatározott időpontokban misét szolgáltatnak. Ezeknek a halottas szokásoknak a tömegkommunikációs megjelenései a megemlékezések. A májusi számokban 113 megemlékezés olvasható. A mi vidékünkön a távolabbi rokonok hat hétig gyászolják az elhunytat, akkor szolgáltatják az első misét is a halott emlékére, hat hét illetve negyven nap után olvashatjuk az első megemlékezést is az újságban. A közelebbi rokonok, testvérek, unokák rendszerint fél évig gyászolják a hozzátartozójukat, ekkor ismét gyászmisét tartanak, ilyenkor újra megjelenik a sajtóban a megemlékezés. A szűkebb család tagjai: a szülők, a testvérek, gyerekek egy évig gyászolnak, ekkor rendelik kötelezően rendszerint az utolsó gyászmisét, amivel jelzik a gyászév elmúltát, s az újságban ismét megemlékeznek az elhunytáról. A vajdasági magyarok a jeles ünnepeken: nagypénteken, karácsonykor és halottak napján rendszeresen megemlékeznek elhunyt hozzátartozóikról, az itteni szerb lakosság a jeles napokon kívül is mindig, évek múlva megemlékezik az elhunytáról halálának évfordulóján is, s ezt a lapokban is közzéteszi. Néhány olyan, ebbe a típusba sorolható gyász hírt is találtunk, amely 5, 9, 21 és 22 év után emlékezik az elhunytára, de ezek mindig olyan alkalmakkor jelentek meg, amikor a családban újabb haláleset következett be, s ez alkalommal a korábban elhunyt hozzátartozókról is megemlékeztek: leginkább a szülőkről, gyermekekről. A megemlékezéseknek ez a formája is temetkezési szokásainkra vezethető vissza, mert a temetéskor a sírba zsebkendőt, gyertyát tesznek a korábban elhunytak számára. A fentiek is bizonyítják, hogy a gyász hírek kommunikációs modelljében döntő fontossága van a tradíciónak, de tömeges megjelenésüket a divat élte.

### *Gyászjelentések*

A hirdetéseknek ez a csoportja rendszerint két részből áll. Az elsőben közli, hogy X. Y. elhunyt, a másodikban pedig, hogy hol lesz a temetése. A hirdetésnek egyszerűbb formájában a gyászoló család választékos formában közli a halálhírt:

Mély fájdalommal jelentjük, hogy

X. Y.

életének 82. évében hosszú és súlyos betegség után elhunyt.

Bonyolultabb a szerkezet, ha felsorolják az elhunyt rokonsági viszonyait is:

Fájdalomtól megtört szívvel jelentjük, hogy drága jó feleségem, édesanyánk, anyósunk, nagyanyánk, testvérünk,

X. Y.

79 éves korában, 1987. április 27-én örökre itt hagyott bennünket.

A másodiknak idézett példa a gyakoribb, természetesen férfiak esetében férjről, apáról, nagyapáról stb. emlékeznek meg. A két gyászjelentés a közlés szempontjából azonos. A második változathoz sem tudunk meg semmilyen fontosabb információt a halotról. A rokonsági viszonyok felsorolása felesleges, mert a befejező részben legtöbbször feltüntetik a gyászoló családtagokat, amiből kiderül, hogy az elhunyt feleség, anya, nagyszülő stb. volt.

Külön figyelmet érdemelnek azok a jelzők, amelyek a hirdetésekben előfordulnak és az elhunytira vonatkoznak: szeretett anya, drága jó apa, drága nagyanya, szeretett jó nagyapa, drága, szeretett dédapa, felejthetetlen jó dédapa, odaadó férj; egyetlen gyermek vagy testvér, legodaadóbb feleség, pótolhatatlan családtag. Olyan gyászjelentést is találtunk, ahol a rokonsági kapcsolatot megjelölő főnév előtt mindig más-más jelző volt: legodaadóbb férj, pótolhatatlan apa, drága jó nagyapa, felejthetetlen testvér. A hirdetés feladóját minden bizonnyal a jó szándék vezérelte, de terjedős szókapcsolataival közhelyeket halmozott egymás mellé, és a szeretetet giccses formában fejezte ki.

A rokonsági kapcsolatok felsorolásának szigorú rendje van. Ha élnek az elhunyt szülei, akkor a fiú, lány vagy gyerek kerül az első helyre, ezt követi a férj vagy a feleség, majd szülői voltára utalnak, utána következik a nagyszülő, dédszülő megjelölés. Két olyan hirdetést is olvastunk, amelyben az elhunyt ükszülői voltára is hivatkoztak. A májusi hirdetések között, igaz, elvértve, olyan megfogalmazásokat is találtunk, amelyekben a sógorságot és a komaságot is feltüntetik. Ha az elhunyt fiatalabb, és a hozzátartozók módosabbak, akkor külön gyászjelentést közölhetnek a szülők és külön a feleség a gyerekekkel.

### *Köszönetnyilvánítás*

Ezeknek is megvan a sztereotip formája. A májusi számokban öt típust különíthettünk el. Minden bizonnyal — kisebb módosításokkal — ilyen formában jelennek meg az év folyamán.

a) Fájó szívvel mondunk köszönetet mindazoknak a testvéreknek, rokonoknak, szomszédoknak, akik

X. Y.

temetésén megjelentek . . .

b) Fájdalomtól megtört szívvel jelentjük mindazoknak a rokonoknak, barátoknak, szomszédoknak, ismerősöknek, akik április 20-án elhunyt drága édesanyánkat, nagyanyánkat és dédanyánkat,

X. Y.-t

utolsó útjára elkísérték . .

c) Ezúton mondunk hálás köszönetet mindazoknak a rokonoknak, szomszédoknak, barátoknak, ismerősöknek, akik 55 éves korában elhunyt szeretett férjem, édesapám, nagyapánk,

X. Y.

temetésén megjelentek . . .

d) Hálás szívvel mondunk köszönetet mindazoknak a rokonoknak, szomszédoknak és ismerősöknek, akik szeretttünket,

X. Y.-t

utolsó útjára elkísérték.

e) Ezúton mondunk hálás köszönetet a rokonoknak, szomszédoknak, barátoknak, ismerősöknek, akik május 14-én Keviben megjelentek szere ett fiunk,

X. Y.

temetésén.

A négy szövegkezdő formula lényegében alig különbözik egymástól, a különbség mindössze a köszönetnyilvánítás módjában van: fájdalomtól megtört szívvel, hálás szívvel vagy hálásan köszönik meg a részvétet. Ami közös, az az, hogy pontosan felsorolják azokat, akiknek a köszönet szól. A százötven köszönetnyilvánításban mindig első helyen a rokonok állnak, ezt követik a szomszédok, a barátok és az ismerősök. Esetenként a sorrend annyiban változik, hogy előbb említik a barátokat és közvetlenül utánuk a szomszédokat. A köszönetnyilvánításokban is ugyanúgy felsorolják az elhunyt rokonsági viszonyait mint a gyászjelentésekben. A kétfős felsorolás bonyolult szerkezetet eredményez, terjedgőssé válik a szöveg és túlságosan megterheli az egyszerű gondolatot.

A hirdetés szövegét választékos és ünnepélyes formában így is megfogalmazhatnák:

Köszönetet mondunk mindazoknak, akik a 86 éves korában elhunyt

X. Y.

nyugalmozott szabómestert

utolsó útjára elkísérték.

Az általunk javasolt szöveg tartalma ugyanaz, mint a Magyar Szó hasábjain megjelenteké, csak lényegesen rövidebb.

Köszönetet nemcsak a temetésen való részvétért mondanak, hanem a koszorúkért, a virágokért és a részvétnyilvánításért is. Ezt nem külön mondatban fogalmazzák meg a hirdető, hanem a bonyolult szövegkezeteket tartalmazó bevezetőhöz kötik a kapcsolatos mellékmondatot: „...koszorú- és virágadományainkkal, valamint részvétnyilvánításukkal fájdalomunkon enyhíteni igyekeztek.” Ez a mondat a köszönetnyilvánításokban mindig megtalálható. A különbség csak annyi, hogy a megfogalmazásban a hirdető a fájdalom főnevet jelzős szerkezettel bővítik: mély fájdalom, soha el nem múló fájdalom. Két szempontból is hibásnak tartjuk ezt a szerkesztésmódot. A bevezető gondolat sorhoz nem tartozik szorosán, tehát külön mondatként is szerepelhet a hirdetésben, s így némileg



leegyszerűsíténé a gyászír bonyolult bevezető részét. Ez a mondat a hirdetés lényege, emiatt tette közzé a gyászoló család. Megfogalmazásában terpeszkedő kifejezés a virág- és koszorúadomány; ez az összetétel szó-zaporítás, ugyanazt fejezi ki mint a koszorú és a virág. Ezeket a hibákat a hirdetések lektora is kijavíthatná, mert a feladók ahhoz ragaszkodnak, hogy a rokonok, a rokonsági viszonyok benne legyenek a hirdetésben, mint ahogyan azt a hirdetőosztályon megtudtuk, de valószínűleg senki sem reklamálna amiatt, hogy némileg leegyszerűsítik a mondat szerkezeteket.

A köszönetnyilvánítások legtöbbször ezzel a szakasszal le is zárul, többnyire tehát egy mondatból áll. A hosszabb változatokban új bekezdésben sorolják fel név szerint, kik azok, akiknek a gyászoló család külön köszönettel tartozik. A hirdetők nem tartják elegendőnek, ha egyszerűen csak közlik: köszönettel tartoznak X. Y.-nak, hanem hangsúlyozott formában közlik, mindig új bekezdésben, a következőket: Külön köszönettel tartozunk (s közlik a kezelőorvos, esetleg orvosok nevét, az ápolókat, akik az elhunytat gondozták). Ebbe a bekezdésbe kerül az is, ha köszönetet mondanak az elhunyt munkaszervezete tagjainak a temetésen való részvételért.

A hirdetések zárórésze három változatban olvasható. A legegyszerűbb az a forma, amikor a hirdetést az elhunyt szerettei adják fel, s így is zárják a hirdetést. Ennek prózaibb változata, ha a hirdetést a gyászoló család jelzi. Szerencsére ez a két megoldás a gyakoribb forma. A harmadik változatban felsorolják azokat a családtagokat, akik az elhunytat gyászolják. Egyszerűbb a forma akkor, ha csak a rokonsági fokozatot jelölik, a mondat akkor bonyolódik, ha a rokonsági viszony megjelölése mellett a gyászolók nevét is felsorolják. Az özvegytől a dédunokáig, sógorokat, bátyjakat, ángyokat. Néha azoknak a neve is felkerül a hirdetők közé, akiknek a bevezető részben köszönetet mondtak.

### *Megemlékezések*

Ezeknek a megfogalmazása a legkevésbé kötött. A legegyszerűbb formája a következő:

IN MEMORIAM

SZEKERES IMRE

1965. V. 25.

1987. V. 25.

Újvidék, 1987. V. 27.

Szerettei

Ezeknek a hirdetéseknek az a célja, hogy közhírré tegyék: a hozzátartozók még mindig emlékeznek az elhunyra. Ezért olyan megemlékezéseket is találunk, amelyekben elmondjuk az elhunyt halálának körülményeit, nagy általánosságban milyen tulajdonságai voltak. A hirdetők szabaddan

ban fogalmazhatnak, de a sztereotip megfogalmazásokat itt sem kerüljük el. Néhány változatot ismertetünk:

Hat hete van annak a fájdalmas napnak, amikor szeretett anyánk, nagyanyánk, dédanyánk,

X. Y.

beteg szíve örökre megszűnt dobogni. Szép emlékét szívünkbe zárjuk.

Május 20-án lesz egy szomorú éve annak a fájdalmas napnak, amikor szerető férjem, édesapám, nagyapám,

X. Y.

jóságos szerető szíve megszűnt dobogni.

Nehéz elhinni, azt a szörnyű valóságot, hogy nincs többé közöttünk az, akit nagyon szerettünk. Bánatban és szomorúságban telt el hat hét azóta, hogy tragikus körülmények között, tizennyolc éves korában elveszítettük drága jó fiunkat.

Fájó szívvel, könnyes szemmel emlékezünk életünk legszomorúbb napjára, amikor elveszítettük szeretett feleségemet, édesanyánkat, anyósunkat, nagyanyánkat.

Ma van hat hónapja annak a szomorú napnak, amikor örökre eltávozott közülünk az, akit nagyon szerettünk.

A megemlékezésekben is leginkább felsorolják, milyen rokonsági kapcsolatai voltak az elhunytak. A hirdető a korábban megjelent minták alapján ezt lényegesnek tartják. A halott személyiségének szempontjából sokkal fontosabb lenne az, hogy mi volt a foglalkozása, mert a fényképe ugyan ott szerepel a hirdetésben, de foglalkozásából a fénykép nélkül a szűkebb környezet könnyebben azonosíthatná. Lényegesen az ember életében, hogy hány évig élt, sokszor ez az adat is elmarad a hirdetések szövegében, nemcsak a megemlékezések típusánál, hanem azokban is, amelyekben a hirdető köszönetet mondanak. Érdekes jelenségnek tartjuk, hogy egy hirdetésben sem fordult elő az a szó, hogy X. Y. meghalt. A halál szinonimájának jó néhány változatát megtaláltuk a májusi számokban közölt megemlékezésekben: nincs közöttünk többé, örökre itt hagyott bennünket, elhunyt, életét vesztette, utolsó útjára elkísértük, szerető szíve megszűnt dobogni, beteg szíve nem dobog már, elveszítettük a pótváhatatlan családtagot, elragadta a halál, eltávozott körünkből, nincs az élők sorában, rövid, de súlyos betegség után itt hagyott bennünket, búcsúszó nélkül távozott, elragadta a kegyetlen halál, örök nyugalomra szenderült.

Egy másik jelenségre is felfigyeltünk, amely leginkább a megemlékezések befejező részében jelentkezik. A hirdetőket a sírfeliratokkal zárják. Ezek a régi temetőben megtalálható sírversek profanizált, közhellyé vált variánsai:

**Emlékét örökké őrizzük!**

Drága szeretettünk emlékét megőrizzük, jóságát, szeretetét soha nem feledjük!

Emlékét örökké a szívünkben őrizzük!

**Amíg élt, szeretttük, amíg élünk, nem feledjük!**

**Kinek gyermekét nem fedi sírhalom, nem is tudja, mi az igazi fájdalom!**

Munka és küzdelem volt az élte, örök béke legyen a pihenésel!  
Legyen a pihenése olyan könnyű, mint amilyen nehéz nélküle az életünk!  
Az idő múlik, de a fájdalom megmarad!  
Övé a nyugalom, miénk a fájdalom.

Ezeket a feliratokat korábbi gyász hírekből írják át, s azon izlésüknek megfelelően némileg módosítanak. Például: Munka és küzdelem volt az élete, Pihenése legyen olyan könnyű, mint amilyen fájdalmas volt a szenvedése. Képzavart okozott az ártás, mert a halottnak még a pihenésben is fájdalmat, szenvedést kívánnak. Pedig a feladó épp az ellenkezőjét akarta közölni. Nemcsak a sírversekre emlékeztető feliratokat veszik át a polgárok, hanem a már megjelent hirdetések alapján fogalmazzák meg szövegeket, ezért mutatnak annyi hasonlóságot a gyász hírek.

Az apróhirdetések közül ezeknek van személyes jellegük, de éppen a szigorú, kötött formák miatt elveszítik ezt, s az ember legfájdalmasabb elemét személytelenítik, profanizálják. A kommunikációs modell adója és ve-  
vője közötti kapcsolat túlzottan kitágul, a közölt információ hatástoka minimális, akkor pedig felesleges a hirdetés.

### *Irodalom*

1. Fekete J. József: Gondolatok az urbánus temető körül. *Hungarológiai Közlemények*, 1980. XII. évf. 42—43. sz. 143—153. l.
2. Hernádi Miklós: *Közhelyszótár*. Gondolat, Budapest, 1985.
3. *Kommunikáció I—II*. Szerkesztette Horányi Özséb. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1977.
4. Kunt Ernő: A magyar népi temetők szemiotikai elemzése. *HOM* Evkönyve XII—XIV. 1975. 475—507. l.
5. *Nyelvészet és tömegkommunikáció*. Szerkesztette Deme László. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest, 1985. I—II.
6. *Nyelvművelő kézikönyv*. Főszerkesztő Grétsy László és Kovalovszky Miklós, Budapest, 1980, 1985.
7. *Tanulmányok a mai magyar nyelv szövegtana köréből*. Szerkesztő: Rácz Endre és Szathmári István. Tankönyvkiadó, Budapest, 1983.
8. Wacha Imre: *Beszélgessünk a beszédről!* Kossuth Könyvkiadó, Budapest, 1977.

### *Rezime*

#### **Kult mrtvih i masovna komunikacija**

Autor napisala ukazuje na karakteristične crte i stilističke osobnosti sećanja i zahvalnica povodom smrti koje objavljuje jugoslovenska štampa. Podvlači njihove uske veze sa folklorom i naglašava da predstavljaju neposredni odraz posmrtnih običaja. Ovi oglasni su šematični, puni jezičkih fraza sa isom

frazeologijom. Na osnovu toga konstatuje da u njihovom objavljivanju veliku ulogu igra tradicija i moda. Izraz najbolnijih ljudskih osećanja preko štampe — prema autoru — izgubi emociju i profanizuje se. Odnos između komunikacionog modela toliko se proširuje da je uticaj ovakvih oglasa minimalan.

### *Summary*

#### **The cult of deceased and the mass-communication**

##### **An Analyse about the obituaries published in Magyar Szó**

The author in his article points out the characteristic features and stylistic specialities of memories and letter of thanks published on the occasion of death in the columns of Yugoslav press. He emphasizes the close connections with folklore and presents its direct reflection of posthumous customs.

These advertisements are schematic as well as full of phrases. Tradition and fashion plays a great role in their announcement. The most painful human feelings expressed through press — according to the author — loose emotion get profane.

The relation between the communicational model is so enlarged that the influence of these advertisements exerted on people becomes minimal.