

Idősödés és kommunikáció

Szerzői információ:

Goda Szilárd

Szociológus, az ELTE Társadalomtudományi Karán végzett humánökológia és médiaszociológia szakirányon. Főbb kutatási témái: a vállalati társadalmi felelősségvállalás és a fenntarthatóság kapcsolata, ökológiai fenntarthatóság az információs társadalomban.

E-mail: godasz@yahoo.com

Így hivatkozzon erre a cikkre:

Goda Szilárd. „Idősödés és kommunikáció”.

Információs Társadalom IX, 4. szám (2009): 94–96.

<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.IX.2009.4.7>

A folyóiratban közölt művek

a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0

Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.

Goda Szilárd

Idősödés és kommunikáció

A gerontológia új hullámának (*social gerontology*) középpontjában a kommunikáció és a világ társas megismerése áll. Ez a tudományterület a gerontológia hagyományos ágazatainál (demográfia, közjóléti szolgáltatások használata, személyiségkutatás stb.) egyelőre még kevésbé szervezett, a társtudományok (biológia, szociológia és pszichológia) oldaláról elméletileg talán még nem annyira megalapozott, és folyamatosan változik. „A kommunikáció- és idősödés-kutatás kézikönyve” (*Handbook of Communication and Aging Research*) 2004-ben megjelent második kiadása¹ – tíz évvel az első után – az idősödés-kutatásnak erről a termékeny és szerteágazó ágáról kíván számot adni.

A kommunikáció szemszögéből az öregedés nem egyéni és magányos, hanem kölcsönös és párbeszéden alapuló folyamat. A társas valóság megértéséhez az öregedés társadalmi felfogásának vizsgálata vezethet el minket, annak felismerése alapján, hogy az öregedés kulturálisan konstruált jelenség. A társadalmi szereplők verbális és nonverbális kommunikációs folyamatokon keresztül értik meg az öregedés folyamatát, beleértve a saját öregedésüket is, és ezek a folyamatok formálják ki egyúttal az öregedésről a társadalomban kialakult képet is.

Bár a kötetben szereplő tanulmányok eltérő módszertani és elméleti alapokra épülnek, nagy részükre jellemző a fentiekben röviden jelzett, Berger és Luckmann (1998)² nevével fémjelzett konstruktivista megközelítés.

A tanulmányok egyik gyakran visszatérő témája annak a változatosan körülírt csoportnak a változatos összetétele, amelyet az „idősek”, „öregek”, „65 feletti”, stb. elnevezésekkel illetünk. A kutatók egyöntetűen azt állítják, hogy ez a csoport nem rendelkezik semmi olyan inherens belső tulajdonsággal, amely könnyen megkülönböztethetővé tenné őket a fiatalabbaktól. Éppen ezért az életkor (a társadalmi nemhez, a vagyoni helyzethez és a valláshoz hasonlóan) csak az egyike lehet azoknak a változóknak, amelyek egymással kölcsönhatásban építik fel az egyén identitását.

A kötet hét tematikus fejezetre oszlik és összesen 22 tanulmányt tartalmaz, melyek közül itt – terjedelmi korlátok miatt – csak néhány fontosabbnak vagy érdekesebbnek ítélt írás főbb megállapításaival foglalkozunk.

Mike Hepworth nyitó tanulmánya (*Images of the Old*) közvetlen kapcsolatot teremt az egyén és az öregség vizuális reprezentációi között. Érvelése szerint annak megértése, hogy az egyén saját életében és másokéban mit jelent az öregedés, legalábbis részben egy kulturális repertoár (irodalmi szövegek, festmények) közvetítésével történik, amely nem az öregséggel kapcsolatos „tényeket” tükrözi vissza, hanem az ezekkel kapcsolatos hiedelmeket és vélekedéseket vetíti ki.

1 Nussbaum, Jon F. – Coupland, Justine (eds.) (2004): *Handbook of Communication and Aging Research*, Second Edition, Routledge, London

2 Lásd Berger, Peter L. – Luckmann, Thomas (1998): *A valóság társadalmi felépítése*. Jászöveg Műhely Kiadó, Budapest

Hepworth az öregedés ma uralkodó modelljét úgy ábrázolja, hogy annak középpontjában a gyengülés és a hanyatlás áll, kognitív, érzékszervi és szociális-kommunikatív értelemben egyaránt. Az ebből kiinduló szemlélet hatására az idősök egyenlőtlen esélyekkel és érdekérvényesítő képességgel bírnak a fiatalokkal szemben a társas helyzetekből fakadó megmérettetésekben. Ez a hatalmi viszonyok aszimmetrikus megosztásához vezethet, és – a szociális csereelmélet szerint – az idősökkel folytatott interakció költségeit is növeli.

A korhoz kötődő (burkolt) sztereotipizálás és az ehhez kapcsolódó sztereotipikus énkép kialakulása kiemelt figyelmet kap a kötetben. Mary Lee Hummert és szerzőtársai (*The Role of Age Stereotypes in Interpersonal Communication*, 4. fejezet) ehhez kapcsolódva a következő kutatási kérdéseket teszik fel: A kommunikációs folyamat során milyen tényezők vezetnek a negatív vagy pozitív sztereotípiák kialakulásához? Milyen viselkedés társítható ezekkel, és milyen kommunikatív eszközökkel lehet ezeket befolyásolni? A szerzők következtetése szerint az idősöknek lehetőségük van befolyásolni a negatív sztereotípiák továbbélését. Ennek érdekében a további kutatások a társas megismerés és a szociolingvisztika megközelítéseit alkalmazva, a kontextusfüggő kognitív struktúrákat és a viselkedést előtérbe helyezve hozzájárulhatnak a „társas én” képének megújításához és megerősítéséhez.

A kötet harmadik – egyik legterjedelmesebb része – a „Kapcsolatok kommunikatív felépítése idős korban” címet viseli. Mares és Fritzpatrick (9. fejezet) az idős kori házasság kvantitatív adatokon nyugvó áttekintését adja. Megállapításaik szerint a 65 év feletti férfiak nagy része szoros kapcsolatban van a feleségével, a hasonló korú nők azonban többen vannak egyedül, továbbá – az életkor előrehaladásával – a nőkhoz viszonyítva a férfiak egyre nagyobb arányban élnek házasságban, s ez főként annak köszönhető, hogy a férfiak idős korban gyakrabban kötnek új házasságot, fiatalabb nőkkel. Ami az idős kori kapcsolatok minőségét illeti, az „énre” vonatkozó közlések, az érzelmek kifejezése és a konfliktusmegoldás dimenzióiban a „bevonódás” (*engagement*) alacsonyabb szintjét tapasztalták idősebb pároknál, mint a fiatalabbaknál. Ezt a jelenséget a szerzők generációs tényezőkkel magyarázzák: ami a „bevonódás” alacsony szintjének látszik, az valójában az élmények megosztásának egy másfajta megközelítése, ami a közös tapasztalatok és tudás ki nem mondott hátterén nyugszik.

A szervezeti kommunikációval foglalkozó negyedik tematikus részből Anne L. Balázs tanulmányát (*Marketing to Older Adults*, 13. fejezet) emeljük ki, amely azokat a változásokat követi nyomon a marketing-kommunikációban, amelyek a fiatalok által uralt kultúrát egyre inkább felváltó, az idősebbekre orientált kultúra igényeihez igazodnak. A marketingesek által használt eufemizáló szóhasználat (pl. „kortalan”, „érett”) és a kapcsolódó kommunikációs kutatások ebben a kontextusban arra szolgálnak, hogy egyrészt alakítsák az idősök elvárásait és magatartását, másrészt vonzóvá tegyék számukra a piaci intézményeket. Ebből a diskurzusból olyan kép rajzolódik ki, amely az időskort nem annyira fizikai realitásként, mint inkább tudatállapotként kezeli, az életkort nem kezeli piaci változóként és összességében szakít az idősöket sújtó negatív sztereotípiákkal.

A kézikönyv utolsó, az idősoktatással foglalkozó részében olvasható Frank Glendenning tanulmánya (*Education for Older Adults: Lifelong Learning, Empowerment and Social Change*, 21. fejezet), amely a kognitív képességeknek az idős korban elkerülhetetlennek tartott romlását cáfolja. A legújabb longitudinális kutatások eredményei szerint ez a jelenség környezeti tényezőkkel, nevezetesen az idősök rossz tapasztalataival, az idősoktatásra szakosodott intézmények és marketing-tevékenység hiányával, és főként az idősoktatás

hasznosságának megkérdőjelezésével függ össze. Ez utóbbi tényező egy olyan egzisztenciális problémához vezet, amely vezérfonalként végigvonul a kötet egészén: az élettartam megnövekedése és a társadalom öregedése mellett annak a megértése, hogy mi az időskor célja és értelme, egyelőre kevés figyelmet kap a (tudományos) közvéleményben.

A kézikönyv szerzői kivétel nélkül az Egyesült Államokból és Nagy-Britanniából származnak, és a tanulmányok megállapításai is elsősorban az angolszász társadalmak kutatásán alapulnak. Annak eldöntéséhez, hogy a szintén idősödő magyar társadalomra ezek közül melyek lehetnek érvényesek, az egyes tanulmányok mondanivalóját külön-külön érdemes mérlegelni.

Irodalom

- Berger, Peter L. – Luckmann, Thomas 1998: A valóság társadalmi felépítése, Jászöveg Műhely Kiadó, Budapest
- Nussbaum, Jon F. – Coupland Justine 2004: Handbook of Communication and Aging Research, Second Edition, Routledge, London