

# A LÁNCLEVELEK STRATÉGIÁI

*Schirm Anita*

## 1. BEVEZETÉS

Az internetes levelezés általánossá válásával nagymértékben megnőtt az e-mailben terjedő lánclevelek száma. A lánclevél olyan üzenet, amelyben a címzettet megkérlik, hogy továbbítsa a levelet néhány ismerősének. Az e-mailben terjedő lánclevelek elindítóinak célja az adatgyűjtés és a levelező rendszerek túlterhelése és ezt a célt el is éri annak ellenére, hogy a levélben közölteknek nagyon csekély a valóságtartalma. A lánclevelek életképességének az oka, hogy ezek a szövegek egy jól megszerkesztett meggyőzési sémát követnek.

Dolgozatomban a diskurzuselemzés elméleti keretét felhasználva azt mutatom be, hogy milyen nyelvhasználati stratégiák játszanak szerepet a lánclevelek olvasóinak a megtévesztésében s ezek milyen nyelvi formákhoz kötődnek. A lánclevelek meggyőzési stratégiáinak és nyelvi jegyeinek a feltérképezéséhez korpuszelemzést végeztem, 80 db e-mailben kapott, illetve az internetről gyűjtött magyar nyelvű lánclevelet vizsgáltam meg, ezek elérhetőségeit a dolgozat végén közlöm.

## 2. A LÁNCLEVÉL – EGY RÉGI MŰFAJ ÚJJÁÉLEDÉSE

A lánclevél nem új keletű műfaj, hiszen lánclevelek már az internet kora előtt is léteztek. Egy középkori eredetű kommunikációs műfaj újraéledése figyelhető meg e levelek által. A XIII. századbeli Páduai Szent Antal csodatévő szentként élt a katolikusok köztudatában, a nevéhez fűződő imának pedig gyógyító erőt tulajdonítottak (Hoppál 1984). Ez a szóbeli műfaj, az ima később írásbeli formát öltött, ez volt a Szent Antal-lánc, vagy más néven Szerencse-lánc, amely segítségével imákat, később kéréseket küldtek tovább, kezdetben kéziratban, majd gépelve, később fénymásolva, újabban pedig az internet segítségével. A kezdeti vallásos tartalom átalakult, de a könyörgés és a vágyakozás a mai internetes lánclevelekben is tetten érhető, azzal a különbséggel, hogy amíg a régi hiedelemrendszer valló levelek küldői maguk is hittek a levél hatásában, addig a modern lánclevelek kitalálói már teljesen más motiválják. A lánclevelek elindítóinak a célja az adatok, főleg az e-mail címek gyűjtése, a levelező rendszerek felesleges terhelése, kéretlen levélforgalom generálása illetve álhírek terjesztése.

### 3. A LÁNCLEVÉL MINT SZÖVEGTÍPUS

Az internetes lánclevelek az írott kommunikáció sajátos csoportját képviselik. Ha a kódmodell segítségével jellemezzük e leveleket, akkor adóként a lánclevél kitalálója és elindítója jelenik meg, míg vevőként a levél címzettje. Ha a lánclevél eléri a kívánt hatást, vagyis a levél címzettje továbbküldi azt, akkor a továbbküldő ebben a folyamatban csak közvetítő szerepet játszik, hiszen semmilyen köze nincs a levél megírásához. Mivel a levél továbbküldője a levelet eredeti formájában továbbítja és nem változtat a szövegtesten, így az egyes láncleveleknek rögzített formájuk van, vagyis nem léteznek szövegvariánsok. A továbbítás folyamatából kiiktatódik a – hagyományos papír alapú lánclevélnél még meglévő – diktálás és másolás folyamata, a számítógépes levelezőprogram mint közvetítő közeg pedig azt eredményezi, hogy nem kell szövegromlással számolni. A tartalmi típusoknak megfelelően azonban bizonyos szövegsémák vannak, amik tetszőleges információkkal tölthetők meg.

Az általam gyűjtött lánclevélkorpusz vizsgálata során a láncleveleknek a következő tartalmi típusaival találkoztam. Vannak a veszélyre figyelmeztető levelek, léteznek továbbá pénzszerzéssel, ingyen megszerezhető javakkal kecsegtető levelek, illetve vannak még segítségkérő, érzelmekre ható levelek. Ezekon kívül bölcsességeket, életvezetési tanácsokat és vallási tartalmakat közvetítő levelek is keringenek a világhálón, továbbá léteznek képeket, vicces történeteket tartalmazó levelek, tesztek, és a műfaj önmaga paródiáját is kitermelte már.

### 4. A LÁNCLEVELEK HATÁSOSSÁGÁNAK AZ OKA

A láncleveleket többnyire egy személyes ismerősünk küldi számunkra, de ez nem jelenti azt, hogy a levél tartalmához neki bármi köze lenne, ő ugyanis csupán közvetítője az információnak. A bizalom és a személyes ismeretség következtében azonban könnyebben elhisszük és tovább küldjük e leveleket. Észre sem vesszük, hogy sokszor logikai következetlenségek, meseszerű elemek, egyértelmű tükörfordításra utaló jegyek árulkodnak a levél álhír voltáról. De mi készítt bennünket arra, hogy elhiggyük ezeket a történeteket? Miben rejlik a lánclevelek hatásossága, mitől olyan életképes ez a műfaj? A válasz egyszerű: mert annyira könnyű továbbküldeni (Marinov – Pál 2006). Emellett a lánclevél az ember érzelmére és nem az értelmére próbál hatni. Ehhez a pszichológia, a folklór és a pragmatika eszköztárát is igénybe veszi.

A pszichológia eszközeit azáltal használják fel e levelek, hogy az emberek alapvető szükségleteinek a kielégítésére tesznek ígéretet: pénzt, ingyen javakat, szeretmet, barátságot, egészséget, sikert, szerencsét ígérnek, cserébe egy apró dolgot kérnek csupán, a levél továbbítását. A kollektív vágyak mellett a kollektív félelmek is megjelennek a levelekben.

A babona és a hiedelemrendszer a folklórhoz is köthető. S habár a klasszikus meghatározások többsége a folklórt a szájhagyományhoz, a rögtönzéshez és a szövegek változataihoz köti, mégis található jellegzetes folklór jegyek ebben a mo-

dern kommunikációs műfajban is: a lánclevél szerzője ismeretlen, a levélnek meghatározott felépítése van és ismételt fordulatok jelennek meg benne (Hoppál 1984: 769). Terjedése is a folklór szövegekéhez hasonló, az egyetlen eltérés, hogy nem szóban, hanem írásban, interneten küldött levélben terjed. A továbbküldését valamiféle hit segíti, amelyet a lánclevelekbe tudatosan beleszerkesztett meseszerűség és mitikusság is táplál. A lánclevelek többségében bizonyító erejű történetek olvashatók, amelyek a levél hatását illusztrálják, hogy mi történt azokkal, akik továbbküldték a levelet, s azokkal, akik nem. Ezekben a kis történetekben a mesékből jól ismert motívumok találhatók: a mágikus hármasszám: három bizonyító erejű történetet szoktak felsorolni, a 'Jött helyébe jót várj!' elv, valamint az ellentétpárokból való szövegépítkezés. Hoppál Mihály még 1984-ben hívta fel a figyelmet erre az építkezési módra a hagyományos, papír alapú láncleveleknél, de a napjainkban keringő szövegek is leírhatók ezzel a sémával.

A lánclevelek által terjedő legendák a mesebeli elemeken túl a hétköznapi valósághoz is próbálnak kötődni. A valóság érzetét úgy akarják fenntartani, hogy hitelesnek látszó forrásokra hivatkoznak. Létező cégek és személyek szájába soha be nem jelentett közleményeket és ígéreteket adnak. A levél igazságtartalmát a benne szereplő tulajdonneveken túl még számadatokkal, százalékokkal, életkor és titulus valamint honlapcímek megadásával is erősíteni kívánják. Azonban bármennyire is konkrétan próbálnak tenni ezek a történetek, mindből hiányzik a pontos dátum megjelölése. Így ezek a történetek időn kívül helyeződnek s ezáltal bármikor kaphatunk és küldhetünk például a *Holnap van a Csók nemzetközi napja* témájú leveleket és ennek köszönhető az is, hogy a beteg gyermekek gyógyulására gyűjtő e-mailek is évtizedek óta keringeni tudnak a világhálón. Az emberek hiszékenysége is elősegíti e szövegek terjedését. Sokszor nem vesszük észre, hogy a kapott lánclevél egyáltalán nem koherens, mert egymásnak ellentmondó állításokat és következtetlenségeket tartalmaz.

## 5. A LÁNCLEVELEK JELLEMZŐ NYELVI JEGYEI

Gyanakodnunk kell, hogy nincs valós alapja a levélnek akkor, ha a következő kulcsszavak fordulnak elő benne tömegesen: *ingyen, vírus, beteg, körlevél*. Elmaradhatatlan része a láncleveleknek a *küldd tovább, továbbítsd* fordulat is. Az is egyértelmű bizonyíték, ha a levéltörzsben több tíz, vagy több száz e-mail cím, azaz a korábbi címzettek listája található. Sajátos meggyőzőségi taktika a lánclevelek egy csoportjánál az a fordulat, hogy saját körlevél voltukat tagadják. Példaként idézek néhány levélkezdet: *Helló, ez nem egy bugyuta körlevél, hanem egy szívesség*. Vagy egy másik példával élve: *Légy szíves, olvasd el ezt az üzenetet, s ne töröld, ez nem egy hülye körlevél*. Ezek a mondatok a freudi elszólás klasszikus példáinak tekinthetők, éppen azt mondják ki, amiről hallgatni akarnak (Hoppál 1984: 771).

Ha a levél vizuális megjelenését nézzük, a következők láthatók: a kis- és nagybetűs írásmód váltogatása, az írásjelek, különösen a felkiáltójelek halmozása, valamint tömeges központosági és helyesírási hibák. Mivel a levél továbbítója nem változtat

az eredeti szövegtesten, így a benne lévő hibák is javítatlanul keringenek tovább. A lánclevél tükörfordítás voltát pedig mondatszerkesztési hibák és szóismétlések, félrefordítások jelzik.

A láncleveleknek megadhatók a tipikus szerkezeti egységei is. Minden szerkezeti egységhez társul egy kommunikatív mozzanat is, ami nem más, mint egy adott kommunikatív szándék elérése bizonyos nyelvi elemek által (Vergaro 2002). A lánclevelekben néhány mozzanat szükséges, mások csak opcionálisak és a mozzanatok keveredhetnek is egymással (Barron 2006). Ezek a mozzanatok néhány szótól a mondaton át akár a teljes bekezdésig is terjedhetnek, vagyis nem mennyiségi, hanem minőségi ismérvei vannak.

A lánclevél tárgy sorában kommunikatív lépésként a figyelem felkeltése jelenik meg. Ennek célja, hogy a címzett megnyissa a levelet, s ne törölje azonnal olvasatlanul. Ezt a célt figyelemfelkeltő és téma megjelölő címek alkalmazásával érik el. Nem érvényesül azonban ez a kommunikatív mozzanat, ha az e-mail tárgy sora üresen marad, vagy ha abból a rengeteg FWD (= forward ‘továbbít’) szó hatására kiderül, hogy egy sokszorosán továbbított üzenettel van dolgunk. A szövegtest első kommunikatív lépése a címzett üdvözlése és a figyelem újbóli felkeltése. Gyakori taktika, hogy ebben a lépésben saját lánclevél voltukat tagadják ezek az üzenetek. Ezután következik az információk bővebb kifejtése a hiteles források felvonultatásával. A következő szerkezeti elem egy parancs: meghatározott számban meghatározott időn belül tovább kell küldeni a levelet. Ezt a parancsot egy kényszerítő taktika erősíti, amikor felsorolják a bizonyító erejű történeteket, majd a hatásosság kedvéért még egyszer megismétlődik a parancs taktika.

## 6. A LÁNACLEVELEK A PRAGMATIKA SZEMSZÖGÉBŐL

A lánclevelek a kommunikáció legfontosabb alapelveit sem tartják be. E levelek kitalálói a racionális és együttműködő kommunikációra vonatkozó összes szabályt megszegik, többek közt a Grice-féle együttműködési alapelvet és annak maximáit (Grice 1975). Legsúlyosabban a minőség maximája sérül (‘Ne mondj olyat, amiről úgy hiszed, hogy hamis!’), illetve ‘Ne mondj olyat, amire nézve nincs megfelelő bizonyítékod!’), de a mennyiség, a mód és a relevancia sem teljesül maradéktalanul. A hamis információk igazként való tálalása a veszélyre figyelmeztető leveleknél, a pénzszerzésről szóló üzeneteknél és a segítségkérő, érzelmekre ható leveleknél érhető leginkább tetten. A szerencse-levelek, barátság levelek esetén a levéltörzs nagyobb része általános igazságokat, bölcsességeket tartalmaz, ám a levél végén megjelenő hamis ígéret illetve fenyegetés (*Küldd tovább és szerencséd lesz!*; illetve *Ha nem küldöd tovább, szerencsétlen leszel*) nem felel meg az együttműködő kommunikáció elvének. A mennyiség elvét is megszegik ezek a levelek, hiszen csak úgy tudják fenntartani az igazság látszatát, hogy nem kellő mértékben informatívak. Viszont a lánclevelek címzettjei legtöbbször nem jönnek rá, hogy valótlan híreket továbbítanak, ők ugyanis feltételezik, hogy a levél írója nyelvileg együttműködően cselekszik.

A pragmatika másik klasszikus elve a Leech által megfogalmazott udvariassági elv, amely azt írja le, hogy a kommunikáló feleknek a köztük lévő udvarias kapcsolatot fenntartása érdekében hogyan kell kommunikálniuk. Leech alapelve a ‘Légy udvarias!’ elv, amelyhez olyan maximák kapcsolódnak, mint a tapintat, a nagylelkűség, a jóváhagyás, a szerénység, az egyetértés, a rokonszenv és az érdekesség maximája (Németh T. 2006). A lánclevelek elindítói azonban nem tartják be a leech-i elveket, ezt egy maxima sérülése kapcsán mutatom meg. A tapintat maximája a kommunikációs partner költségének a minimalizálását, illetve hasznának a maximalizálását kívánja meg, míg a nagylelkűség maximája épp ennek az ellentétét, vagyis a kommunikátor hasznának a minimalizálását és költségének a maximalizálását írja elő. A levelek látszólag a nagylelkűség és az udvariasság képzetét keltik, de ez csak egy manipulációs stratégia. A levelek írói ugyanis tudatosan szegik meg ezeket az elveket, ám a szövegben közölt hamis információk épp ennek az elfedését szolgálják. Ezt az elfedést próbálja erősíteni még az érdekesség elvének az alkalmazása. A minél hihetlenebb történetek ugyanis megfelelnek a ‘Mondjunk olyat, ami váratlan, ezért érdekes!’ elvnek, viszont máris más színben tűnik fel a levél, amint kiderül, hogy az érdekesnek látszó információ teljes mértékben hamis.

Az udvariasság elvével a pragmatikában Leech elmélete előtt Lakoff is foglalkozott (Németh T. 2006), ő a ‘Légy udvarias!’ elvet a következő maximákkal egészítette ki: ‘Ne írj elő!’; ‘Kínálj fel választási lehetőséget!’; illetve ‘Tégy úgy, hogy a hallgató jól érezze magát!’ A ‘Ne írj elő!’ elv láthatóan nem teljesül a láncleveleknél, hiszen a levelek végén megjelenő *Küldd tovább* szerkezetek egyértelműen előírásokat tartalmaznak. S azáltal válnak manipulációs eszközökké, hogy úgy állítják be magukat, mintha a levélolvasók érdekeit szolgálnák. A választási lehetőségek felkínálása is csak látszat, ráadásul ez egy arcfenyegető aktussal kapcsolódik össze, a negatív esetek felsorolásával. A ‘Tégy úgy, hogy a hallgató jól érezze magát!’ elv pedig csupán látszólag teljesül, a pozitív példák idézésével.

## 7. ÖSSZEZÉS

A lánclevél napjaink internetes kommunikációjának egyik jellegzetes szövegtípusa. Kitalálónak a célja a levél tovább küldetése és ezt a célt meggyőzési és manipulációs stratégiákkal el is éri, úgy, hogy közben kihasználják és megsértik az együttműködő kommunikációra vonatkozó összes pragmatikai maximát. Teszik ezt adott kommunikációs mozzanatok alkalmazásával, különféle nyelvileg udvarias formák (például: *Légy szíves; Kérlek; légszi*) használatával, valamint azzal, hogy a nagylelkűség, a tapintat és a segítségnyújtás álarcá mögé bújnak.

## IRODALOM

- Barron, A. 2006. Understanding spam: A macro-textual analysis. *Journal of Pragmatics* 38. 880–904.
- Grice, H. P. 1975. Logic and Conversation. In: Cole P. (ed.) *Syntax and Semantics* vol 3. New York: Academic Press. 41–58.
- Hoppál M. 1984. Szent Antal-lánc avagy a szerencse lánclevele. *Világosság* XXV/12. 769–776.
- Marinov I. – Pál A. 2006. Küldd tovább, ez nem kamu! In: Marinov I. – Dezső A. – Pál A. *Legendavadászat: szóbeszéddek, tévhitek, átverések nyomában*. Budapest: HVG. 220–226.
- Németh T. E. 2004. Racionalitási és interperszonális elvek a kommunikációban. In: Ivaskó L. (szerk.) *A kommunikáció útjai*. Budapest: Gondolat Kiadó. 131–155.
- Vergaro, C. 2002. „Dear Sirs, what would you do if you were in our position?” Discourse strategies in Italian and English money chasing letters. *Journal of Pragmatics* 34. 1211–1233.

## FORRÁSOK

- [http://www.hmg.sulinet.hu/vk-szaktanarok/takacs\\_henrik/lanclevelek/](http://www.hmg.sulinet.hu/vk-szaktanarok/takacs_henrik/lanclevelek/)  
<http://index.hu/tech/hoax>  
<http://www.urbanlegends.hu/category/hoax>