

# Rendhagyó szerkesztői jegyzet

## A kommunikáció- és médiatudomány magyarországi helyzetéről

### Kommunikáció- és médiatudomány Magyarországon...

Magyarországon a mai napig nem ismerik el önálló tudományként a kommunikáció- és médiatudományt. Ezt jelzi, hogy a Magyar Tudományos Akadémiának ma sincs ilyen szakosztálya; e tudományterületen nem lehet akadémiai doktori fokozatot szerezni. Pedig 1969 óta, vagyis a Tömegkommunikációs Kutatóközpont létrehozásától kezdve folynak itt kutatások e téren. Ugyancsak 1969-ben jött létre az első szakfolyóirat, a Rádió és Televízió Szemle, amely 1980 után Jel-Képként működött tovább. 1983 óta szerepel a diszciplína az egyetemi képzésben, 1997 óta pedig doktori program formájában is működik. 2005-ben jött létre a Magyar Kommunikációtudományi Társaság.<sup>1</sup>

### ...és az angolszász országokban

Más a helyzet az angolszász országokban – különösen az Egyesült Államokban –, ahol a kommunikáció- és médiatudomány korán intézményesült, és már jóideje önálló tudományként is elfogadják. Kialakulása szorosan összefüggött a tömegsajtó 19. század végi és az elektronikus média 20. század eleji megjelenésével, hiszen e téren ugyancsak az angolszász országok jártak az élen. A szakirodalom az 1910-es évekig, a chicagói iskola létrejöttéig vezet vissza a kommunikáció- és médiatudomány mint önálló diszciplína kialakulásának kezdetét. Ebben az időszakban nyitották meg az első amerikai újságíró-iskolákat is.<sup>2</sup> A kommunikáció- és médiatudomány alapítói között különösen fontos szerepet töltött be Robert Park szociológus, Charles Horton Coley szociológus, George Herbert Mead pszichológus, John Dewey oktatókutató, Harold Lasswell politológus, Kurt Lewin pszichoszociológus, Carl Hovland kísérleti pszichológus, Paul Felix Lazarsfeld szociológus és Walter Lippmann közíró, ami önmagában is azt jelzi, hogy komplex, multidiszciplináris tudományról van szó. Az Egyesült Államokban a kommunikáció- és médiatudománnyal foglalkozó első egyetemi tanszékek, doktori iskolák és szakfolyóiratok a negyvenes években jöttek létre. Egyes kutatók – például Karl Erik Rosengren – a kommunikációtudomány kezdeteit ennél jóval távolabbra: egészen az ókorig, vagyis a retorika mint „művészet és tudomány” kezdetéig vezetik vissza.<sup>3</sup>

1 A kommunikáció- és médiatudomány meghonosítását célzó erőfeszítésekről és a mai hazai kutatásokról lásd például Bajnok Andrea & Korpics Márta & Milován Andrea & Pólya Tamás & Szabó Levente, előszó és szerk.: *A kommunikatív állapot. Diszciplináris rekonstrukciók. Horányi Őrszék 70. születésnapjára* (Budapest: Typotext Kiadó, 2012). A magyarországi sajtókutatás előzményeiről lásd Sipos Balázs: *Sajtó és tudomány. A sajtókutatás története és intézményesülése Magyarországon a II. világháborúig. Múltunk*, 2000/2. 154–200. o.

2 A kommunikáció- és médiatudomány történetéről magyarul különösen lásd Lázár Judit: *A kommunikáció tudománya* (Budapest: Balassi Kiadó, 2001); Gálik Mihály: *Média-gazdaságtan* (Budapest: Aula Kiadó, 2003); Terestyéni Tamás: *Kommunikációelmélet. A testbeszédetől az internetig* (Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet & Typotex Kiadó, 2006); Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás, bevezető és szerk.: *Média – nyilvánosság – közvélemény. Szöveggyűjtemény* (Budapest: Gondolat Kiadó, 2007); Gripsrud, Jostein: *Médiakultúra, médiatársadalom* (Budapest: Új Mandátum Kiadó, 2007).

3 Karl Erik Rosengren: *Kommunikáció* (Budapest: Typotex Kiadó, második, javított kiadás, 2006).

## Egyáltalán: mi az a kommunikáció?

A kommunikációnak – talán mondani sem kell – számtalan felfogása van. Ezek többsége hagyományosan a Harold Lasswell (1948) nyomán elsősorban transzmisszióként – lényegében információátadásként – leírt modellből indul ki. A James Carey (1989) által bevezetett, ma talán korszerűbbnek tekintett rituális megközelítés ehhez hozzáteszi, hogy a kommunikáció a jelentésekért – voltaképpen a normális és a deviáns, a legitim és az illegitim meghatározásáért – vívott küzdelem. Más szavakkal: a kommunikáció mindig a hatalomról szól, hiszen egy lehetséges definíció szerint hatalma annak van, aki képes befolyásolni, mások mit fogadnak el követendő és mit elutasítandó magatartásként, vagyis képes hatást gyakorolni mások gondolkodására és a viselkedésére. A beszélő szelektálja és új értelmezési keretbe foglalja, más szóval rekontextualizálja a valóságot, igyekszik saját valóságolvasatát érvényesíteni. A kommunikáció tükrözi és formálja az egymással kommunikáló feleknek a társadalmi hierarchiában elfoglalt viszonylagos, azaz egyenrangú vagy alá- és fölérendelt pozícióját.<sup>4</sup> A kommunikáció e megközelítésben tehát nem más, mint kísérlet a másik gondolkodásának és viselkedésének kisebb vagy nagyobb mértékű befolyásolására, a felek közötti egyenrangú viszony megerősítésére, illetve a másik felett gyakorolt hatalom megtartására vagy megragadására.

Talán ez magyarázza, hogy a kutatások szinte a kezdetektől a kommunikáció természetére és a hatás kérdésére fókuszáltak. Kezdetben a közvetlen emberi (más szóval személyközi) kommunikáció és a tömegkommunikáció vélemény- és viselkedésformáló hatásaira, vagyis a meggyőzésre és a manipulációra összpontosítottak, majd – a negyvenes évek második felétől, amikor felismerték, hogy a (tömeg)kommunikáció hatása korlátozott – azokra a gazdasági, kulturális, társadalmi, technológiai, politikai és pszichés tényezőkre fókuszáltak, amelyek a kommunikációt formálják, sokszínűségét, változatos megjelenési formáit magyarázzák.<sup>5</sup> A kutatások két megközelítése – az empirikus (leíró-magyarázó) és a kritikai (normatív) megközelítés – azonban a kezdetektől napjainkig egymás mellett, egymással ötvöződve élt. A leíró-magyarázó és a normatív megközelítés együttélése a kommunikáció- és médiatudomány társadalom- és bölcsészettudományi gyökereinek közös öröksége.

## Egy definíciós kísérlet

Ez a – lapunkban rendhagyónak számító – szerkesztői jegyzet azzal a szándékkal született, hogy vitát generáljon.

Mit nevezünk ma Magyarországon kommunikáció- és médiatudománynak? Egyáltalán: valóban tudomány-e, vagy csak afféle ezoterikus pizsmogás? S ha tudomány, hol helyezkedik el a különböző diszciplínák között? Mi a tárgya? Mik a céljai? Hol vannak – ha vannak – a határai? Milyen megállapításait tekintjük érvényesnek? Milyen módszereket alkalmaz?

Az alábbiakban e kérdések megválaszolására teszek a *magyar nyelven olvasható* szakirodalom áttekintésével kísérletet, hogy a Médiakutató lapjain eszmecserere hívjam a szakma képviselőit. Javaslatom szerint:

A kommunikáció- és médiatudomány *tárgya* a közvetlen emberi és a tömegkommunikáció.<sup>6</sup> A kommunikáció- és médiatudomány egy lehetséges *definíció szerint* annak a szisztematikus vizsgálata, hogy milyen a kommunikáció természete, milyen hatása van, és milyen tényezők formálják. A kommunikáció- és médiatudomány *célja* pedig az, hogy 1. e kérdésekre választ keresve szabályszerűségeket (más szóval valószínűségeket) állapítson meg; 2. olyan normatív elméleti kereteket alkosson, amelyekkel értékelni lehet a közvetlen emberi és a tömegkommunikáció minőségét; 3. releváns társadalompolitikai javaslatokat dolgozzon ki; és 4. a megismerés és a megértés intellektuális örömét nyújtsa.

<sup>4</sup> A kommunikáció rituális felfogásáról lásd például Császi Lajos: *A media rítusai* (Budapest: Osiris Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2002).

<sup>5</sup> Ezek közé sorolom azokat a pszichés szükségleteket (*uses and gratifications*) is, amelyek a befogadás különböző stratégiáit motiválják, így áttételesen a médiapiac kínálatát is formálják.

<sup>6</sup> A közvetlen emberi és a tömegkommunikáció fogalma empirikusan nem, legfeljebb analitikusan választható el egymástól. Figyelemre méltó, hogy például Denis McQuail a kommunikációnak ennél több szintjét különbözteti meg. Ezek a tömegkommunikáció, az intézményes, a csoportközi, a csoporton belüli, a személyközi és a személyen belüli kommunikáció (az utóbbi az információ-feldolgozás módjára utal); az egyes szinteken a kommunikáció másféle szabályokat követ, lásd McQuail, Denis: *A tömegkommunikáció elmélete* (Budapest: Osiris Kiadó, 2003). Hasonlóan érvel idézett könyvében Rosengren is.

Axióma, hogy nem lehet nem kommunikálni, vagyis – ahogyan Horányi Özséb fogalmaz – a kommunikáció nem jelenség, nem esemény, nem akció, nem aktus, hanem állapot.<sup>7</sup> Minden egyéni és társadalmi cselekvésnek van kommunikációs vonatkozása. Ezért a kommunikáció- és médiatudomány *határait* sem lehet megvonni. Legfeljebb – ahogy Denis McQuail írja – a médiaközpontú és a társadalomközpontú megközelítéseket különböztethetjük meg egymástól: az előbbieket a (tömeg)kommunikáció társadalomformáló hatását, az utóbbiak a társadalom (tömeg)kommunikáció-formáló hatását hangsúlyozzák.<sup>8</sup>

A kommunikáció- és médiatudományra tehát olyan *interdiszciplináris* tudományként tekinthetünk, amely:

- a bölcsészet- és a társadalomtudományok határmezsgyéjén helyezkedik el;
- egyaránt magában foglal döntően leíró-magyarázó és döntően normatív megközelítési módokat;
- egyaránt él kvalitatív és kvantitatív kutatási módszerekkel;
- és egyaránt támaszkodik az esztétika, az etológia, az etika, az evolúciós pszichológia, a filmtudomány, az irodalomtudomány, a jogtudomány, a közgazdaságtudomány, a kulturális antropológia, a matematika, a művészettörténet, a nyelvészet (a pragmatika, a szemantika és a szintaktika), a rendszerelmélet, a társadalomfilozófia, a társadalomtörténet, a technológiatörténet, a politikai filozófia, a politikai szociológia, a politológia, a szociálpszichológia, a szociológia és a pszichológia kutatási eredményeire.<sup>9</sup>

Figyelemre méltó, hogy Denis McQuail nem két, hanem négy kommunikáció- és médiatudományi megközelítési módot talál: a társadalomtudományit, a normatív, az operatív, valamint a hétköznapi.<sup>10</sup> E szemléletnek ellene lehet vetni, hogy a döntően leíró-magyarázó és a döntően normatív megközelítés voltaképpen mind a négy, általa beazonosított perspektívát magában foglalja. Ezért talán pontosabb úgy fogalmazni, hogy a (tömeg)kommunikációról folytatott diskurzusnak több *szintje* van: a tudományos, az alkalmazott és a köznyelvi. McQuail állítása mégis fontos, mert arra hívja fel a figyelmet, hogy a (tömeg)kommunikációról való beszédben keverednek a tudományos alaposággal és a szakmai vagy hétköznapi megfigyelések révén szerzett ismeretek. Ez magyarázhatja a kommunikáció- és médiatudomány státusával kapcsolatos, gyakran megfogalmazott kételyeket is. Pedig a bölcsészet- és a társadalomtudományok közt bizonyosan nem a kommunikáció- és médiatudomány az egyetlen, amelyről elmondható, hogy a róla szóló diskurzusnak több szintje van, vagyis némiképp vulgarizált formában is találkozni vele.

A kommunikáció- és médiatudomány terén tett megállapításokat akkor tekinthetjük *tudományos igényűnek* (vagyis nem ezoterikus pizmogásnak), ha azok elméletileg és/vagy empirikusan is alátámaszthatóak vagy cáfolhatóak, azaz verifikálhatók vagy falszifikálhatók.

A kommunikáció- és médiatudomány mint gyűjtőfogalom azokat a *tudományágakat* foglalja magában, amelyek fókuszában a kommunikáció áll, így az interkulturális kommunikációt, a kritikai kultúrakutatást, a médiaelméletet,<sup>11</sup> a médiajogot,<sup>12</sup> a médiapolitikát, a média- és politikai tanulmányokat,<sup>13</sup> a médiaszociológiát,<sup>14</sup> a médiatörténetet,<sup>15</sup> az újságírás elméletét, a sztár tanulmányokat, valamint az újmédia-kutatást. E tudományágak természetesen egymásból is merítenek, nem tagolják szigorú választóvonalak őket, hiszen a társadalmi jelenségek vizsgálatának diszciplinákra való osztása valamelyest mindig önkényes: maguk a diszciplinák is elméleti konstrukciók, s így a társadalmi jelenségek általuk sugallt tipológiája nem feltétlenül tükrözi a valóságot. A kommunikáció- és médiatudomány dinamikusan fejlődik (vagy legalábbis változik), ezért az azt alkotó tudományágak listája is folyamatosan bővül. Az itt felsorolt tudományágak természetesen más tudományokba is besorolhatóak – ilyen egyebek között a politológia, a szociológia vagy a történettudomány.

7 Horányi Özséb, bevezetés és szerk.: *Kommunikáció I. A kommunikatív jelenség. Kommunikáció II. A kommunikáció világa* (General Press Kiadó, 2003).

8 McQuail, *i.m.*

9 A megközelítések sokszínűségétől lásd például Ivaskó Livia, szerk.: *A kommunikáció útjai* (Budapest: Gondolat Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2004).

10 Operatív megközelítésnek McQuail a médiaszakma képviselői által felhalmozott és rendszerbe szedett tudást nevezi.

11 Ide sorolom azokat a normatív tanulmányokat, amelyek azt vizsgálják, egy ideális demokráciában miként működne az ideális media.

12 Figyelemre méltó, hogy a médiajogot a jogtudomány nem ismeri el önálló jogágként, hanem a polgári jog, az alkotmányjog és az államigazgatási jog metszeteiként kezeli.

13 Ide sorolom mindazokat az összehasonlító kutatásokat, amelyek a politikai és a médiarendszerek kölcsönhatásait igyekeznek feltérképezni.

14 Ide sorolom az elméleti és az empirikus médiahatás-kutatásokat és a befogadás-vizsgálatokat.

15 Ebbe a tudományágba sorolom a sajtótörténetet is.

*Kutatási módszereit* tekintve a kommunikáció- és médiatudomány elsősorban a társadalomtudományok eszköztárából merít, így egyebek mellett fókuszcsoporthoz beszélgetésen, laboratóriumi kísérleten, kérdőíves kutatáson, összehasonlító történeti elemzésen, tartalomelemzésen, terepkutatáson és mélyinterjúval nyugszik. A kutatásmódszertannak természetesen a kommunikáció- és médiatudomány esetében is kulcsfeltétele, hogy a vizsgálat replikálható legyen.

## State of the art

Az 1989–90-es rendszerváltás óta és különösen az elmúlt tizenöt évben a magyarországi kommunikáció- és médiakutatás sokat fejlődött. Tartalmas könyvsorozatok jelentek meg. Kiemelkedik közülük a Jel-Kép Könyvtár (Osiris Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, sorozatszerkesztő: Terestyéni Tamás), az Erasmus Könyvek (Akadémiai Kiadó, sorozatszerkesztő: Sárközy Erika), a Membrán Könyvek (Új Mandátum Kiadó, sorozatszerkesztő: Sükösd Miklós), a Társadalmi Kommunikáció-sorozat (Typotex Kiadó, sorozatszerkesztők: Bátorfi Zsolt, Hamp Gábor, Horányi Özséb), a Média Hungária-könyvek (Média Hungária, sorozatszerkesztők: Csermely Ákos és Sükösd Miklós) az Antenna Könyvek (PrintXBudavár Zrt. & Médiakutató Alapítvány, sorozatszerkesztő: Kozma Zsolt). Ezek mellett az elmúlt években a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatudományi Intézete két könyvsorozatot adott ki: a Médiatudományi Könyvtárat (Médiatudományi Intézet, sorozatszerkesztők: Koltay András, Nyakas Levente) és a Complex-könyveket (Complex Kiadó, sorozatszerkesztők: Koltay András, Nyakas Levente). Számos hosszabb-rövidebb életű folyóirat is működött, köztük a már említett Jel-Kép mellett a Magyar Média, a Mediárium, a Kommunikáció–Média–Gazdaság és az Információs Társadalom, valamint a Médiahatóság által támogatott In Medias Res. A hatóság 2010-ben beszüntette a független folyóiratok és könyvkiadók támogatását.

A Médiatanács Médiatudományi Intézetet működtet, amelynek támogatásával a Magyar Tudományos Akadémia Bölcsészettudományi Központjában létrejött egy Médiatudományi Kutatócsoport is.

\* \* \*

Mint minden definíciós kísérlet, az itt írtak is némileg önkényesek. Attól függően, hogy ki milyen társtudomány felől közelít a közvetlen emberi és a tömegkommunikáció kérdéseihez, a kommunikáció más és más aspektusait tekinti fontosnak vagy érdekesnek, ám ezeket az aspektusokat – épp azért, mert minden emberi és társadalmi jelenségnek van kommunikációs vonatkozása – aligha lehet a teljesség igényével felsorolni. A fentieket ezért csupán vitaindítónak lehet tekinteni. Kíváncsian várjuk hozzászólásaikat!

*Bajomi-Lázár Péter*

A kutatást vezette: Weyer Balázs

A kutatásban közreműködött: Bozóki Dominika, Bán Bence, Zöldi Blanka

2013. december 30.

# Felmérés a magyarországi médiaképzésekről

## Munkanyag a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete számára

Kutatásunk célja az, hogy friss adatokkal egészítse ki a magyarországi médiaképzés helyzetéről kialakult, elsősorban hiedelmeken alapuló képet, és valamelyest oldja az ezzel kapcsolatos fogalmi zűrzavart. Mélyen beitta magát a közvélekedésbe a gondolat, hogy a felsősoktatásban „túlképzés” van médiszakemberekből, ugyanakkor – miközben a médiapiac valóban kevesebb embert és alacsonyabb jövedelemszinten képes foglalkoztatni, mint korábban – soha nem volt ekkora szükség médiabeli jártassággal, médiaképességekkel felvértezett munkatársakra a gazdaság szinte minden területén. Ennek ellenére a médiaszakokon tanulók száma ma negyede a korábbi csúcsnak, ezen belül pedig igen alacsony az újságírással foglalkozni kívánók aránya. Az ömlesztett médiaképzés egyre kevésbé alkalmas a média különböző területeit átfogó oktatásra: a rendezvényszervezéstől az oknyomozó újságírásig, a médiakutatástól a vállalati *socialmedia*-oldalak menedzseléséig terjedő skálát szinte lehetetlen egy *curriculum*-ban lefedni. A médiaoktatási piac erjedésben van: a képzési helyek száma gyorsan csökken, az igények gyorsan változnak. Úgy véljük, mindez jó alkalom rendet vágni a kuszaságban.<sup>1</sup>

## 1. Vezetői összefoglaló

Kutatásunkban összesen 37 magyarországi, valamilyen kommunikációs és újságíróképzést nyújtó, valamilyen diplomát, oklevelet, végbizonyítványt adó intézményt azonosítottunk. Ezek közül 21 működik felsőoktatási keretek között, a többi úgynevezett OKJ-s szakképesítést adó felsőfokú szakképzés és/vagy kiadók, szerkesztőségek által működtetett képzőhely.

A feltérképezett intézmények között több is fenntartási problémákkal küzd, vagy már megszűnőfélben van.

2013-ban jelentős mértékben, mintegy negyedére esett vissza a kommunikációs képzésekre jelentkezők száma. Ennek a legfontosabb oka az emelt szintű érettségi felvételi követelménnyé tétele volt. Ez a visszaesés várhatóan átmeneti.

A felsőoktatási keretek között működő kommunikációs képzésekben a legtöbbször nem különülnek el a médiaiparágon belül szakterületek.

Kimondottan újságíróképzés szinte nincs, ugyanakkor a kommunikáció- és médiatudományi szakokra a hallgatók jelentős része ilyen ambícióval jelentkezik. A *media studies*- és a *journalism school*-jelleg nem válik el egymástól. Újságírást MA-szinten ma szinte lehetetlen tanulni.

Konfúz a kommunikáció- és médiatudomány szakok keretében a BA- és az MA-képzés megkülönböztetése.

Sok intézmény érzi túlságosan korlátozónak az akkreditációs és a tantervi kereteket, ugyanakkor vannak példák gyorsan és gyakran változtatott, illetve indított tantervekre és szakirányokra.

Az elitintézményeket leszámítva a nemzetközi szakirodalom alig használatos az oktatásban.

A tanári karok túlnyomórészt más (elsősorban társadalomtudományi) tudományterületeken fokozatot szerzett oktatókból, illetve fokozat nélküli gyakorlati médiszakemberekből állnak, aminek oka az, hogy nincs elegendő számú szakirányú fokozattal rendelkező oktató. Ez erősen befolyásolja az átadott ismereteket is: sok a társtudományok (a szociológia, az esztétika, a pszichológia, az irodalom, a közgazdaságtan) területét érintő tantárgy.

<sup>1</sup> A tanulmány a Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete megbízásából, a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság finanszírozásával készült.

Az elitegyetemek erőssége elsősorban a szelekciós képességéből fakadó erős „diákanyag”. A magánfenntartású felsőoktatási intézmények ugyanakkor dinamikusabban reagálnak a változó körülményekre és az úgynevezett „piaci igényekre”.

## 2. A felmérés célja

E felmérés célja, hogy pillanatképet nyújtson a magyarországi kommunikációs képzés állapotáról, jellegéről, problémáiról, színvonaláról, munkaerőpiaci viszonyairól, a rendelkezésre álló erőforrásokról. Röviden: hol, kik, mit, milyen céllal és milyen feltételek közepette tanítanak?

### 2.1. Hol?

A magyarországi média- és kommunikációs oktatással kapcsolatban rengeteg hiedelem és meggyőződés terjed, ezek mögül azonban hiányzik a tényanyag. A közhiedelem szerint „rengeteg” helyen, az igényeken bőven túl képeznek „újságírókat”. Az ilyen képzést nyújtó képzések listázása és osztályozása volt a felmérés egyik célja.

### 2.2. Mit?

Előfeltevésünk az volt, hogy a felsőoktatási kommunikációs szakok komoly identitásproblémával küzdenek: maguk sem tudják, hogy elméleti vagy gyakorlati képzést nyújtsanak-e, egyszerre igyekeznek kutatókat, újságírókat, PR-szakembereket, üzleti és intézményi kommunikátorokat képezni. Közben számos kommunikációs tanszék van, kifejezetten újságíróképzés alig folyik felsőoktatási intézményekben, ám változó mértékben gyakorlati ismereteket is oktatnak ezek a képzőhelyek. Kínálatukban azonban keverednek az üzleti kommunikáció, a kommunikáció-kutatás, az újságírás, a médiamenedzsment, a reklámpiar és az alkalmazott kommunikáció peremterületeinek ismeretei.

### 2.3. Kik?

Hipotézisünk szerint a kommunikációs képzések sajátja, hogy mivel a kommunikációs képzés a felsőoktatásban alig két évtizedre tekint vissza, elenyésző a tudományos fokozattal rendelkező újságírók és tudományos szakemberek száma. Így történelmi okokból a felsőoktatási kommunikációs tanszékek esztétika-, filmelmélet-, szociológia- vagy egyéb szakok úgynevezett *spin-off*jaiként jöttek létre, míg jelentős újságírói gyakorlattal rendelkező és státusban lévő oktatók ma is alig dolgoznak ezekben az intézményekben. Mindezek miatt viszont a meghívott előadók aránya ezeken a tanszékeken az átlagnál magasabb.

### 2.4. Miből?

Milyen tanterv szerint, milyen tankönyvekből oktatnak ezek a képzési helyek? Milyen területek esetében áll rendelkezésre vagy hiányzik megfelelő színvonalú, magyar nyelvű szakirodalom, és milyen külföldi szakirodalommal rendelkeznek az intézményi könyvtárak?

### 2.5. A felmérés módszertana

A felmérés három forrásból dolgozott:

- internetes kutatás,
- kérdőíves felmérés,
- személyes interjúk.

Első lépésként feltérképeztük a kutatás szempontjából érdekes intézmények körét. Összesen 37 intézményt listáztunk, és minden intézményt megkerestünk, a kérdőív kitöltésére kérve őket. Összesen 29 intézmény reagált valamilyen módunk a megkereséseinkre (általában az emailben kiküldött kérdőíveink mellett telefonon is igyekeztünk kapcsolatba

lépni velük). Nyolc esetben tehát egyáltalán nem sikerült kapcsolatba lépnünk az intézménnyel, további négy elhárította a közeledésünket és nem kívánt részt venni a felmérésben, néhányan pedig – bár ígéretet tettek – végül nem szolgáltatott adatot vagy csupán a nyilvánosan elérhető adatokra hívták fel a figyelmünket. Összesen 16 intézménytől kaptunk részletekbe menő adatszolgáltatást, és ezek közül 11 intézmény esetében az intézményvezetővel személyes interjút is készítettünk. Az összes többi intézmény esetében a nyilvánosan elérhető adatokra támaszkodtunk. Nem egy esetben azt az információt kaptuk vagy az adatgyűjtés során az a benyomásunk alakult ki, hogy az adott képzés megszűnt vagy legalábbis megszűnőben van. Öt-hat esetben az intézmények – bár ígérték – határidőig nem szolgáltatott adatot. Ezek később még várhatóan beérkeznek, és ebben az esetben utólag beépítjük őket.

Fontos megjegyezni, hogy az intézmények számát látszólag duzzasztják a szerkesztőségek és a kiadók keretein belül működő újságíró-iskolák, illetve képzési rendszeren kívüli képzések és tanfolyamok, ám ezek kapacitásban, hallgatószámban nem versenyezhetnek a felsőoktatási intézményekkel. Egy jelentősebb felsőoktatási szakon 5–600 diákot is képezhetnek egyszerre, míg egy szerkesztőségi újságíróműhely kapacitása egyszerre legfeljebb 15–20 diák képzésére elég.

*A megkeresett intézmények jelentős része bizalmatlan volt a kutatás célját illetően, és többségük azzal a feltétellel szolgáltatott adatot, hogy azok intézményi bontásban nem kerülnek nyilvánosságra.* Így egyes intézményi példákat – sem jót, sem rosszat – nem tudunk hozni a leszűrt, összesített eredményekhez.

A megkeresett intézmények listája:

1. Budapesti Corvinus Egyetem, Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézet.
2. Budapesti Gazdasági Főiskola, Társadalmi Kommunikáció és Média Intézeti Tanszék.
3. Budapesti Kommunikációs Főiskola, Kommunikációtudományi Intézet.
4. Budapesti Műszaki Egyetem, Szociológia és Kommunikáció Tanszék.
5. Debreceni Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék
6. Debreceni Református Hittudományi Egyetem, Kommunikáció- és Társadalomtudományi Intézet.
7. Eötvös Lóránd Tudományegyetem, Bölcsészettudományi Kar, Média és Kommunikáció Tanszék.
8. Dunaújvárosi Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
9. Esterházy Károly Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
10. Kaposvári Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
11. Károli Gáspár Református Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
12. Kodolányi János Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
13. Nyíregyházi Főiskola, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
14. Nyugat-Magyarországi Egyetem, Savaria Egyetemi Központ, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
15. Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Intézet.
16. Pécsi Tudományegyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
17. Szegedi Tudományegyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
18. Szent István Egyetem, Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék.
19. Zsigmond Király Főiskola, Kommunikáció- és Művelődéstudományi Intézet.
20. Matthias Corvinus Collegium, Média és Kommunikáció szakirány.
21. Magyar Újságírók Országos Szövetsége, Bálint György Újságíró Akadémia.
22. Komlói Oktatási Stúdió, Riporter-, Szerkesztő- és Újságíró Iskola.
23. Független Újságírók Szövetsége, Krúdy Gyula Újságíró Iskola.
24. Sanoma Média Akadémia.
25. TV2 Akadémia.
26. Heti Válasz Műhely.
27. Edutus Főiskola és Felnőttképzési Akadémia.
28. Pegazus TV Média és Oktató Kft. (Nyíregyháza).
29. Fáma Diákújságíró és Újságíró Iskola.
30. Európai Levelező Oktatási (ELO.hu) Kft.
31. Közzszolgálati Médiaakadémia Alapítvány (a Pázmány Péter Katolikus Egyetem keretében).

32. Vitéz János Főiskola (időközben Vitéz János Kar a Pázmány Péter Katolikus Egyetemen belül) Magyar Nyelvi, Irodalmi és Kommunikációs Tanszék.
33. MESE Kommunikációs Kft. Újságíróiskola (távoktatás; jelenleg feltehetően nem folyik ilyen képzés).
34. Számalk Szakképzési Központ (jelenleg nem folyik ilyen képzés).
35. Leonardo Média Akadémia (jelenleg nem folyik ilyen képzés).
36. Drégelyvár Oktatási Központ (jelenleg nem folyik ilyen képzés).
37. Lámfalussy Sándor Szakiskola (jelenleg vélhetően nem folyik ilyen képzés).

## 2.6. A kérdőív

Az intézményeket az alábbi kérdőív kitöltésére kértük:

Intézmény:

Kitöltő:

### I. ALAPADATOK

- Mióta folyik kommunikációs oktatás az Önök intézményében?
- Jelenleg hozzávetőleg hány diákot képeznek?
- Hozzávetőleg hány diájkuk végzett eddig a szak vagy az intézmény története során?

### II. OKTATÓI KAR

Kérem adja meg a szakon (intézményben) oktató kollégák névsorát és azt a végzettségüket, szakismeretüket, amely a legrelevánsabb az oktatás szempontjából (a státusban lévő és az óraadó oktatókra nézve egyaránt, kizárólag a jelenlegi állapotot véve figyelembe).

### III. A KÉPZÉS CÉLJA, FÓKUSZA

**Az Ön meglátása és tapasztalata szerint az intézmény hallgatói milyen jövőbeli tervekkel *kezdik meg* tanulmányaikat Önöknél? Kérem állítsa sorrendbe a következő szakmai pályákat aszerint, hogy melyek a legáltalánosabbak a hallgatók ambíciói szempontjából!**

Újságíró

Kutató, elemző, elméleti médiaszakember

Üzleti kommunikációs szakember (PR, marketing, reklám)

Intézményi kommunikátor (szóvivő, köztisztviselő stb.)

Egyéb (médiaművész, médiatanár stb.)

**Az Ön meglátása és tapasztalata szerint az intézmény hallgatói milyen jövőbeli tervekkel *fejezik be* tanulmányaikat Önöknél? Kérem állítsa sorrendbe a következő szakmai pályákat aszerint, hogy melyek a legáltalánosabbak a hallgatók ambíciói szempontjából!**

Újságíró

Kutató, elemző, elméleti médiaszakember

Üzleti kommunikációs szakember (PR, marketing, reklám)

Intézményi kommunikátor (szóvivő, köztisztviselő stb.)

Egyéb (médiaművész, médiatanár stb.)



**Hogyan állítaná sorrendbe ezeket, ha az a kérdés, hogy az intézmény önképe és képzési programja melyiknek felel meg a leginkább ? Állítsa sorrendbe most őket e szempont szerint!**

Újságíró

Kutató, elemző, elméleti médiaszakember

Üzleti kommunikációs szakember (PR, marketing, reklám)

Intézményi kommunikátor (szóvivő, köztisztviselő stb.)

Egyéb (médiaművész, médiatanár stb.)

#### **IV. TANMENET**

1. Kérem listázza az intézményben oktatott kurzusokat (tantárgyakat), lehetőség szerint egy-két mondatos leírással.
2. Van olyan terület, amelyet hiányol a tanmenetből? Véleménye szerint képesek követni az iparág gyors fejlődését a tanmenettel?

#### **V. OLVASMÁNYOK**

Kérem listázza az oktatásban (a teljes képzési idő alatt) használt fontosabb szakirodalmat, tankönyveket, vagy bármely más szempontból relevánsnak tartott eszközt!

Ezután válaszoljon röviden az alábbi kérdésekre:

- a, A szak elvégzése során egy hallgatónak átlagosan és hozzávetőleg hány szakmunkát (könyvet, terjedelmesebb tanulmányt) kell elolvasnia?
- b, Kielégítőnek tartja az elérhető magyar nyelvű szakirodalmat?
- c, Nyújt az intézményük segítséget a diákoknak a szakirodalomhoz való hozzájutást illetően?
- d, Rendelkezik intézményük olyan könyvtárral, amely való segítséget jelent a diákoknak?
- e, Rendelkezik intézményük hozzáféréssel valamely online elérhető nagyobb elektronikus szakkönyvtári adatbázishoz?
- f, Gyakorlat az Önök intézményében idegen nyelvű szakirodalom olvasása, olvasmányként való előírása a hallgatók számára?
- g, Mely szakterületen vagy szakterületeken érzi hiányosnak a rendelkezésre álló (magyar nyelvű) szakirodalmat?

#### **+1: MÉDIAETIKA**

Része-e az Önök intézményében a képzésnek a médiaetika (vagy hasonló tantárgy) oktatása akár kötelezően, akár választhatóan? Ha igen, ki és milyen módon oktatja azt? Ha nem, beépül-e valamilyen módon a médiaetika más tantárgyak tananyagába?

### 3. Helyzetkép

#### 3.1. Hol és hányan tanulnak?

A magyarországi kommunikációs- és médiaoktatás egyik legfőbb problémájára mutat rá a tény, hogy miközben viszonylagos pontossággal megmondható, hány intézményben hányan tanulnak ilyen elnevezésű képzésekben, ez vajmi keveset mond arról, hány újságíró, médiakutató, vállalati kommunikátort, PR-szakembert vagy államigazgatási szóvivőt képeznek, mivel ezek a sok tekintetben merőben különböző szakterületekre vonatkozó képzések (legalábbis a felsőoktatási jellegűek többségében) egy tanmenetben mosódnak össze. Sok esetben (elsősorban a rugalmasabb, magánfenntartású intézmények esetében) a specializációk és a szakirányok eligazítanak ebben a tekintetben, az OKJ-s, a képzési rendszeren kívüli képzések pedig többnyire egyértelműen specializáltak. Az állami felsőoktatásban azonban csak benyomásaink lehetnek arról, hogy a diákok mekkora része kíván újságíró, kutató vagy vállalati kommunikátor lenni a tanulmányok elvégzése során. Alumni-nyilvántartások híján pedig még kevesebb információ áll rendelkezésre arról, hogy ténylegesen mivel foglalkoznak a végzés után.

Felmérésünk a kommunikációs és médiaképzési színteret érezhetően *nagy változások közepette* találta. A megkeresett 37 intézmény közül számosban alapvető változások álltak be a kutatás megkezdése és befejezése között.

- Becslésünk szerint hat szakképző, OKJ-s végzettséget nyújtó intézményben már megszűnt vagy szünetel a képzés.
- Négy főiskolai képzés megszűnt, már csak kifutó évfolyamait oktatja, vagy megszűnőben van.
- További négy felsőoktatási kommunikáció- és médiatudományi tanszék jövőjét illetően nagyfokú bizonytalanságot tapasztaltunk.
- A hét-nyolc legnagyobb hallgatói létszámmal bíró intézmény kivételével mindenhol komoly kétségeket tapasztaltunk a képzés jövőjét illetően.

Elmondhatjuk tehát, hogy *a képzőhelyek száma rohamosan csökken*. Míg kiinduló intézménylistánk a 2012–2013-as tanév adatai alapján még 37 intézményt térképezett fel, a 2013–14-es tanévre ezek közül érdemben már csak 26–29-ben folyik oktatás, és a szakma a szám további csökkenésére számít.

A csökkenés mögött négy jelenség állhat. Fontossági sorrendben ezek az alábbiak:

- A felsőoktatási kommunikáció- és médiatudományi képzésben az emelt szintű érettségi felvételi követelménnyé tétele.
- A felsőoktatási kommunikációs- és médiatudományi képzésben a központilag meghatározott, a korábbinál magasabb ponthatár.
- Az OKJ/FAT szakképzési akkreditációs rendszer 2013-tól érvényes átalakítása.
- A média- és kommunikációs képzések feleslegességével, a „túltermeléssel” kapcsolatos percepció elterjedése.

A felsőoktatásban a korábbi évek lassabb ütemű csökkenése után 2013-ban drasztikusan, *csaknem ötödére csökkent az ilyen képzést első helyen választók száma*: ebben az évben mindössze 438-an jelentkeztek első helyen kommunikációs képzésre, a 2012-es 2050 illetve a 2011-es 2824 fő után (a csúcs 2006-os 3520 fő volt).

Ennek okát az intézményvezetők elsősorban *az emelt szintű érettségi felvételi követelményként való megjelenésében* látják. Szakmailag többségük nem kíván vitatkozni azzal, hogy az emelt szintű érettségi megkövetelése hosszú távon jót tesz a szakmának, ugyanakkor az átmenet nélkül való bevezetés kizárja mindazokat a potenciális diákokat (elsősorban a levelező szakokról), akik 2005, tehát az emelt szintű érettségi bevezetése előtt érettségiztek, illetve akik az érettségi évében még nem számíthattak erre a változásra, sem arra, hogy szükségük lehet az emelt szintű érettségire.

Az intézményvezetők véleménye megoszlik abban a tekintetben, hogy ez a csökkenés tartós vagy átmeneti lesz-e. Sokan bíznak abban, hogy néhány év múlva, amikor elmúlik az emelt szintű érettségi bevezetése egyszerűnek vélt hatása, visszaállnak a korábbi jelentkezési számok. Addigra azonban a felsőoktatási képzőhelyek száma minden bizonnyal tovább fog csökkenni: több olyan (többségükben az alacsonyabb presztízsűek között számon tartott) intézmény van, ahol 2013-ban jelentkezők híján már nem is indult évfolyam, de néhány nagy hagyományú intézménynek is jelentős hallgatószám-csökkenéssel kellett szembenéznie.

A *felvételi ponthatárok* utóbbi években történt folyamatos emelkedése a felvételizők számára ugyan nem közvetlenül hat, de szintén elriaszthatja a potenciális felvételizők egy körét. (2013-ban 470 volt a felvételi ponthatár).

2013-ban változott az OKJ/FAT akkreditációs rendszer is. Bár az új szakmajegyzékben is szerepelnek a kommunikációs, a média és az újságírás területéhez kapcsolódó szakmák, az tény, hogy az ilyen indított *képzések száma is jelentősen csökkent* 2012-ről 2013-ra. Nem világos, hogy ennek oka az-e, hogy az ilyen képzést nyújtó intézmények a teljes szakmakört érintő változás következtében nem tudtak időben felkészülni az új képzések indítására, vagy pedig az igény csökkent ilyen drasztikusan. Tapasztalatunk szerint azonban a képzések számának csökkenése, illetve a felsőoktatási lehetőségek szűkülése nem okozta a megmaradt OKJ-s képzőhelyek vagy szerkesztőségeken belüli, állami képzési rendszeren kívüli iskolák jelentkezőszámának növekedését.

Összességében becslésünk szerint jelenleg 29 intézményben körülbelül 5000–5500 hallgató folytat kommunikáció, média és/vagy újságírás területén tanulmányokat. E szám még csak kisebb részben tükrözi az idei év radikális létszámcsökkenését, mert a korábbi évek magasabb hallgatói számai dominálnak benne. De még így is: a 2000-es évek közepi csúcslétszám alig feléről beszélünk. Egyértelmű jelek mutatnak arra, hogy változatlan körülmények között ez a szám a következő években tovább fog csökkenni, akár a 2000–3000 ezres tartományba.

Ugyanakkor – miközben a média-iparág a technológiai és az üzleti környezet változásainak következtében valóban csökkenő megtérüléssel és így munkaerőpiaci felvevőképességgel rendelkezik –, egyértelmű, hogy világunk általában továbbra is gyorsan medialiszálódik, és *a média-, kommunikációs- és újságírói kompetenciákkal bíró szakemberek iránt igény a gazdaságban összességében nem fog csökkenni, sőt a növekedése várható.* Ilyen értelemben tehát az (ilyen mértékű) visszaesés mégsem lehet tartós.

### 3.2. Mit tanítanak, mit tanulnak?

A felmérés eredményei a vártnál sokkal erősebben igazolták vissza azt a feltevésünket, hogy *a kommunikációs képzésen belül az újságírás háttérbe szorult.* A megkérdezett intézmények közül mindössze kettő jelölte meg az újságírást a képzés legfontosabb területeként: mára csaknem mindenhol az üzleti és az intézményi kommunikáció szerepel az első helyen. Az újságírás általában a harmadik, a kommunikációelmélet és médiakutatás csak a negyedik helyen szerepel, még a tudományegyetemeken is, ahol pedig az intézmények énképük, küldetésük szerint ezt tartanak elsődlegesnek.

A felmérés egyértelműen megerősítette azt az alapfeltevésünket is, hogy a felsőoktatási kommunikációs- és médiaképzések általában több, egymással sokszor csak érintőleges kapcsolatban lévő területet próbálnak lefedni. Egyszerre igyekeznek elméleti-kutatói, újságírói, mindenféle üzleti kommunikációs és technikai képzést nyújtani. Kevés kivétellel mindenhol feszültséget tapasztaltunk az egyetemek elméleti képzési irányultsága és a diákok gyakorlati képzés iránti igénye között. Ez a feszültség csak nő a BA/MA váltásban, hiszen az MA-szakok még egyértelműbben elméleti fókuszúak. A hallgatók is széttartó ambíciókkal érkeznek az intézményekbe, maguk *az intézmények* pedig (legalábbis az állami felsőoktatásban) *sokszor szintén identitásválsággal küzdenek.*

Mindebben szerepet játszhat az is, hogy ugyanakkor számos (elsősorban más tudományterületekről érkezett) intézményvezető vallja, hogy az újságírás nem önálló tudomány, nem szükséges egyetemen oktatni, egy újságírónak inkább egy-egy szakterülethez kell értenie. (Ehhez kapcsolódóan többször hallottuk azt is, hogy az újságírás elsősorban tehetség kérdése.)

Ez a feloldatlanság a leginkább a tudományegyetemek és egyéb nagy presztízsű, országos hatókörű intézmények esetében érezhető. Ezeknek erősségük, hogy a legtehetségesebb diákokkal rendelkeznek, mivel nagy a válogatási lehetőségük. A képzés azonban a tudományegyetemi hagyományoknak megfelelően jellemzően *elméleti*, merev curriculummal, de – mivel egyértelmű az igény a gyakorlati képzés iránt – ezt igyekeznek az elméleti keretbe beszorítani. A kisebb helyi egyetemek és főiskolák is ugyanezekkel a problémákkal küzdenek, a nagy válogatási lehetőség nélkül.

A magán-felsőoktatás ezzel szemben sokkal fókuszáltabb, rugalmasabb, gyakran vezet be és szüntet meg új szakokat, szakirányokat, specializációkat az érzékelt piaci igényeknek megfelelően. Ezeket kimondottan újságírói szakirányokon is lehet tanulni, de ilyen intézményekben indultak az első közösségimédia-szakirányok vagy a digitalizáció egyéb vonatkozásaira reagáló szakirányok és specializációk is. (Érdekesség, hogy ezt a megoldást az állami felsőoktatásban alig használják. A specializáció előnye a szakiránnyal szemben, hogy nem kell külön akkreditálni, igaz, ugyanakkor nem is ad önálló képesítést, de mindenképpen növelheti egy képzés rugalmasságát.) Ezekben az intézményekben jellemzően a technikai feltételek is jobbak, mint az állami felsőoktatásban, ugyanakkor a hallgatói kör érezhetően

gyengébb, mivel kisebb szelekció. De mára ezeknek az intézményeknek a többsége is – éppen a piaci igényeket érzékelve – *inkább az üzleti kommunikációra helyezi a hangsúlyt.*

Az egyéb képzési formákat illetően még nagyobbak a színvonalbeli különbségek, ezek azonban többnyire ténylegesen újságírói fókuszúak, a képzett hallgatók számát tekintve viszont nem befolyásolják lényegesen az összképet.

Mindezek eredményeképpen azok a legtehetségesebb diákok, akik újságírói pályára készülnek, ma aközött választhatnak, hogy újságírással csak részlegesen, esetenként érintőlegesen foglalkozó nagy presztízsű egyetemek kommunikáció szakjain tanuljanak, vagy ténylegesen újságírói szakokat válasszanak, de kevésbé inspiráló hallgatói intellektuális környezetben. Mindez a zavar sok intézmény esetében tükröződik a curriculumokban is: olyan gyakorlati tárgyak, mint a rendezvényszervezés, a hangvágás vagy a beszédtechnika keverednek olyan elméleti tárgyakkal, mint például a diskurzuselmélet, a reprezentáció-elmélet vagy a humánetológia.

Miközben a bolognai rendszerben a szakok kurzuskínálata jelentős részben kötött, az egyes intézmények átjárhatósága csak formailag adott. *Ugyanazon tantárgyak és kurzusok alatt gyakran teljesen eltérő tartalommal és fókusszal oktatnak.* Ennek egyik oka az oktatói karok változó összetétele. Elenyésző számban találtunk státusban lévő, kommunikáció- és médiatudományból fokozattal rendelkező főállású oktatókat ezekben az intézményekben, aminek objektív oka az, hogy ebből a tudományágból csak nemrégiben lehetett először PhD-t szerezni hazánkban. Ennek következtében a kommunikáció- és médiatudományi szakok mindenféle társadalomtudományok interdiszciplináris érdeklődésű oktatóinak gyűjtőhelyei lettek, és a különböző irányokból érkező oktatók tudományos érdeklődése és háttere erősen befolyásolja az egyes tanszékek képzési fókuszát. Így találhatunk esztétikai, nyelvészeti, kulturális antropológiai, szociológiai, filmelméleti, jogi, filozófiai vagy üzleti irányokba „lejtő” intézményeket, és megtalálhatjuk a tanmenetek, a kurzusok ilyen irányú torzulását is. Az eltérések másik oka az, hogy az intézmények többsége (jellemzően megint az állami fenntartású felsőoktatásról van szó) erős korlátnak érzékeli az akkreditációs és a bolognai követelményeket, ami nem segíti azt, hogy a tanterv alkalmazkodni tudjon a gyorsan változó iparághoz, ezért változatlan kurzusnevek alatt oktatnak új tartalmakat. Több kollégája véleményét is kifejezi az egyik tanszékvezetőtől vett idézet:

„Tekintve, hogy az érvényben lévő tantervek csak kis százalékban térhetnek el a képzési és kimeneti követelményektől, ezért ez utóbbi megváltoztatása mindenképpen célszerű volna, hiszen az még 2000-es években jött létre, egy teljesen más mediális-kommunikációs környezetben.”

A magánfenntartású intézmények egy része ugyanakkor az érzékelt piaci igényekre reagálva akár évről évre változtat a tanterven.

Az OKJ-s és egyéb, végzettséget nem adó képzést nyújtó intézmények között minőségben, a tanmenet komolyságában, az oktatói kar felkészültségében *rendkívül nagy a szórás*: vannak kimondottan jó minőségű, a felsőoktatás színvonalával versengő vagy azt jól – elsősorban gyakorlati szempontból – kiegészítő képzések, de vannak a szélhámosság határát súrolók is.

A tantervek többé-kevésbé állandó elemei az elméleti alapozó tantárgyak: a kommunikációelmélet, a szociológia, a médiajog (amely számos helyen a magyar médiatörvény magyarázatát és történeti elemzését jelenti, és nem a média környezetét befolyásoló számos jogszabályt), a műfajismeret, a sajtótörténet, az írásgyakorlat.

Érdekes, hogy miközben a tanmenetben keverednek az újságírói, a médiaelméleti és az üzleti kommunikációs profilkok, amelyek alig szoríthatóak be egy tető alá, a televíziós, a rádiós, a nyomtatott és/vagy az online platformokat még ma is számos helyen külön szakirányon tanítják, jóllehet ma az újságírói munkában ez a distinkció felesleges, és a platformfüggetlen megközelítésnek van egyre inkább értelme.

A legnagyobb problémák és az oktatás által le nem fedett területek között az intézményvezetők a leggyakrabban a digitalizációból eredő hatalmas változások követését említették, ezenkívül a médiatudatosság, az alapkészségek – az írás és a beszéd – oktatását, a kurrens eszközhasználat oktatását, és (általánosabb módszertani megközelítésben) a projektalapú képzést hiányolták. Ugyanakkor sokan úgy vélték, hogy semmi sem hiányzik a jelenlegi tantervből, képesek követni a gyors változásokat.

### 3.3. Kik tanítanak?

Hipotézisünk szerint a kommunikációs képzések sajátja, hogy mivel a kommunikációs képzés a felsőoktatásban alig két évtizedre tekint vissza, PhD-képzés pedig csak nemrégiben indult ebben a tudományágban, elenyésző a tudományos fokozattal rendelkező újságírók és szakemberek száma. Így történelmi okokból a felsőoktatási kommunikációs tanszékek esztétika-, filmelmélet-, szociológia-, nyelvészet- vagy egyéb szakok úgynevezett *spin-off*jaiként jöttek létre, vagy ilyen módon érintkező diszciplínák kutatói alapították őket, míg jelentős újságírói gyakorlattal rendelkező és státusban lévő oktatók ma is alig dolgoznak ezekben az intézményekben.

A felmérés ezt a hipotézist visszaigazolta: jellemzően a felsőoktatásban az intézmények többségében túlnyomórészt – vagy helyenként kizárólag – a *társtudományok művelői* oktatnak. Az oktatás tartalmáról szóló részben már írtunk arról, hogy mivel az oktatói kar összetétele az oktatás tartalmát is befolyásolja, mindez azt is maga után vonja, hogy az intézmények az oktatói kar összetétele szerinti irányokba húznak. Jellemzően az esztétika, a szociológia, a pszichológia, a nyelvészet, a történelem, a pedagógia, a közgazdaságtan és a filozófia jelenti ezeket a társtudományokat.

Korábban ezt viszonylag magas vendégoktatói számmal ellensúlyozták az intézmények (ilyen módon vonva be gyakorlati tapasztalatokkal rendelkező szakembereket a képzésbe), ez azonban az utóbbi évben rendkívül visszaesett, mivel *az intézményeknek nincs pénzük vendégelőadók megbízására* az állami felsőoktatásban. Nem ritka, hogy ma ingyen oktatnak vendégelőadók. Ahogy az egyik tanszékvezető fogalmazott:

„Az intézménynek arra sincs pénze, hogy a hagyományos újságírói műfajok tanításán túl olyan szakmabelieket hívjon meg, akik a médiakörnyezet változásait közvetlen közelből tapasztalják meg és rendelkeznek az adaptációs technikákkal, új műfajok és platformok ismeretével.”

Az ilyen vendégelőadók száma a magánfenntartású intézményekben ma még magasabb, az OKJ-s képzéseken és egyéb műhelyekben pedig jellemzően inkább gyakorlati szakemberek oktatnak. A kiadók, a szerkesztőségek berkein belül működő műhelyek pedig szinte kizárólag saját munkatársaik segítségével oldják meg a képzést.

### 3.4. Miből tanítanak?

Ezt a kérdést három szempontból vizsgáltuk:

- a képzésben előírt szakirodalom és annak hozzáférhetősége,
- szakirodalom, könyvtár, hozzáférhetőség,
- gyakornoki lehetőségek.

A képzésben használt, magyar nyelven is elérhető szakirodalmat illetően van elégedetlenség az intézményvezetőkben, ám ezt nem tartják a legjelentősebb problémák közé tartozónak. A hagyományosabb tantárgyak esetében, ha a kínálat viszonylag szűkös is, vannak bevált, sokak által kedvelt könyvek, amelyek visszaköszönnek az intézmények szakirodalom-listáin. Az újabb szakterületek esetében pedig online, ingyenesen hozzáférhető forrásokkal igyekeznek az oktatók többsége ellensúlyozni, hogy a magyar nyelvű szakmunkák és a fordítások lassabban követik a változásokat. Számos helyen élnek a tanszéki jegyzetek összeállításának lehetőségével, és vannak intézmények, ahol már kizárólag ilyenekből, és csak digitális formában írnak elő szakirodalmat. Van már olyan intézmény is, ahol a szakirodalom nagy részét pótolja, hogy az oktatók előadásait videóra rögzítik és elérhetővé teszik a diákok számára, esetleg ezekből multimédiás jegyzetet szerkesztenek.

Az előírt-elvárt szakirodalom mennyisége változó: a beérkezett válaszok szerint a képzés (BA vagy MA) alatt 15 és 90 között szóródik, hogy hány könyvet vagy terjedelmesebb könyvrészletet, szakcikket kell egy diáknak elolvasnia.

A magyar nyelvű szakirodalmat illetően a leginkább *a szakfolyóirat-irodalom hiányára*, illetve *a külföldi szakirodalom lassú és esetleges fordítására* és a gyakorlati megközelítésű kézikönyvek hiányára panaszkodtak az intézményvezetők. Tematikában az új média (a digitális média), a *programming*, a közösségi média, a médiatudatosság, a multimédiás

tartalomfejlesztés, a CSR, a kommunikáció-menedzsment, a médiaelmélet, a PR és a marketing és szervezeti kommunikáció területeit említették, ahol nincs elegendő vagy megfelelő minőségű magyar nyelvű szakirodalom.

Hat intézmény számolt be arról, hogy képzésükben napi gyakorlat az angol nyelvű szakirodalom használata. Néhány intézmény rendelkezik hozzáféréssel nagy nemzetközi könyvtári vagy szakfolyóirat-adatbázisokhoz, de jellemzően ezeket a diákok közvetlenül nem, csak a könyvtárban tudják igénybe venni.

Ugyanakkor a legtöbb intézmény úgy nyilatkozott, hogy nyújt segítséget a hallgatóknak a szakirodalomhoz való hozzáférésben vagy az intézmény könyvtárán keresztül, vagy az oktatók maguk digitalizálják és bocsátják rendelkezésükre az általuk előírt anyagokat (amennyiben azok nem érhetőek el online).

Az OKJ-s szerkesztőségi műhelyek jellemzően nem szakirodalom-fókuszúak, egy egy éves képzés alatt egy-két könyvet vagy kompilált jegyzetet, esetleg azt sem kell elolvasniuk a hallgatóknak.

A *gyakornoki programokat* minden intézmény fontosnak tartja. Miközben az oktatásban háttérbe szorult az újságírás, a gyakornoki programok túlnyomórészt még szerkesztőségi gyakorlatot jelentenek. Ugyanakkor megjelentek és terjednek az első olyan kezdeményezések, amelyekben intézmények nem szerkesztőségekkel, hanem vállalatok kommunikációs részlegeivel kötnek gyakornoki megállapodásokat.

A gyakornoki programok azonban az esetek többségében teljesen irányítatlanul működnek. Sok intézmény ambíció vagy képesség hiányában nem talál utat gyakornokokat fogadni kívánó szerkesztőségekhez, így a hallgatók dolga helyet találni maguknak. A legtöbb esetben a gyakorlati időszak lutri: semmi sem garantálja, hogy valaki foglalkozni is fog a hallgatóval, és hogy az intézmény érdemi visszajelzést kap a hallgató gyakorlati időszakáról. A gyakornoki programoknak nincs általánosan kialakult minőségi sztenderdjük és elvárásrendszerük sem a képzőhelyek, sem a fogadó intézmények oldalán.

A magánfenntartású intézmények sok gondot fordítanak a gyakornoki programok működtetésére, érezve, hogy a hallgatók számára ez az egyik legfontosabb szempont és az egyik leginkább kézzelfogható potenciális előny.

A felsőoktatáson kívüli képzési formák pedig ebben a legerősebbek: vagy egy szerkesztőség mellett működnek, vagy erős iparági kapcsolatokkal rendelkeznek és a szakma aktív képviselői oktatnak bennük, így itt kézzelfogható gyakornoki lehetőségeket képesek nyújtani az intézmények.

## 4. Következtetések, javaslatok

Az újságírás gyorsuló ütemben szorul háttérbe a felsőoktatási médiaképzéseken belül. A mai képzések (az intézmény jellegétől függően) inkább az üzleti kommunikációt, illetve a kommunikáció mint társadalomtudomány elméletét helyezik előtérbe. *Kívánatos lenne az újságírás mint önálló diszciplína elismerése és – a világ legtöbb fejlett országához hasonlóan – önálló egyetemi szakként való létezése.* Ez lehetséges, sőt ideális lenne csak MA-szinten, amelyben egy más tudományágban (kommunikáció, közgazdaságtan, történelem, szociológia stb.) szerzett BA-re épülhetne az újságírás-MA. Ugyanígy meggondolandó a számos kommunikációs terület egyértelműbb szétválasztása a mainál.

Időszerűnek tűnik az akkreditációs képzési és kimeneti követelmények újragondolása, mert megalkotásuk óta minden érintett terület gyökeres átalakuláson ment keresztül a digitalizáció tömegessé válásának következtében. Az intézmények tantervei több-kevesebb sikerrel követik ezt a változást, de *nem a követelmények miatt, hanem azok ellenére*, ami egyre nagyobb nehézséget okoz, és egyre inkább megnehezíti a képzések átjárhatóságát.

A szakirodalmat és a tanterveket illetően is visszatérően emlegetett hiányérzetük van az intézményvezetőknek a közösségi média, a hálózatoság, a médiatudatoság, az újságírói elmélet, a médiamenedzsment és a *programming* területén.

Nagy hiányérzet tapasztalható a magyar nyelvű elméleti szakfolyóiratokat illetően. Éveken át a Médiakutató szinte egyedül volt jelen ezen a területen és vált az intézmények megkerülhetetlen eszközévé, ehhez nemrég csatlakozott az In Medias Res. További igény mutatkozik ugyanakkor a szakmában az oktatásban jól használható specializált szakfolyóiratok iránt. Szakkönyvekre és fordításokra is van igény, ugyanakkor mindkettőre igaz, hogy ma kevés intézmény lenne képes ezeket megvásárolni, tehát igazi és azonnal segítséget az ingyenes hozzáférés nyújtana csak.

Az emelt szintű érettségi felvételi követelménnyé tétele komoly átmeneti nehézségeket okoz jelenleg az intézmények nagy részének, és valószínűleg több kommunikációs szak megszűnéséhez is fog vezetni, de a többségi vélemény

szerint a jelenlegi nehézségek dacára ez középtávon nem tesz rosszat a szakmának. A drasztikus létszámcsökkenés hatása még néhány évig tart, ám utána jó esély van újabb hallgatói létszámemelkedésre, mivel a kommunikációs és újságírói kompetenciák iránti igény a gazdaságban tovább nő.

A gyakornoki programokban segítségre, minőségbiztosításra, sztenderdekre van szükség, továbbá formalizált együttműködésre a képzőhelyek és az iparág között, mert jelenleg teljesen esetleges e programok hatékonysága. Az egyes OKJ-s képzések az alacsony hallgatói létszámból fakadóan nem befolyásolják jelentős mértékben a piacot, de hatalmas minőségi különbségek vannak közöttük: egyes intézmények akár a felsőoktatással is versenyképesek, mások a szélhámosság határát súrolják. A potenciális hallgatóknak azonban nem mindig állnak a rendelkezésükre kellő információk ennek megítéléséhez.

*Lapzártakor jelent meg a hír, hogy a kormány a kommunikációs alapszakok bezárását tervezi. – A szerk.*

# „Újságíró bárki lehet”

## Beszélgetés a magyarországi médiaoktatásról

**Milyen állapotban vannak ma és milyen jövő elé néznek a hazai médiaképzések? Milyen szerepe lehet az oktatásnak a leendő újságírók szakmai fejlődésében? Milyen készségekre van szüksége egy újságírónak, és milyen formában érdemes oktatni ezeket a készségeket? Az e lapszámunkban olvasható médiaoktatás-felmérés eredményei kapcsán a kutatás vezetőjével, Weyer Balázssal Horvát János, a Független Média Központ kuratóriumi elnöke, Hammer Ferenc, az ELTE BTK Média- és Kommunikáció Tanszékének docense, valamint Szalai Zoltán, a Mathias Corvinus Collegium ügyvezető igazgatója beszélgetett Tófalvy Tamás, a BME Szociológia és Kommunikáció Tanszékének adjunktusa, az MTE főtítkára moderálásával a magyarországi médiaképzések problémáiról és jövőjéről.\***

**Tófalvy Tamás:** A kutatás eredményei szerint szinte minden téren súlyos problémákkal kell szembenéznünk a médiaképzéseknek. Válságban van a hazai médiaoktatás?

**Weyer Balázs:** Maga a médiaoktatás nincs feltétlenül más helyzetben, mint amilyenben hazai indulása óta – az 1990-es évek elejétől – folyamatosan volt. A különbség az, hogy ma válságban van a felsőoktatás is, a médiapiac is, a társadalom általában, és ez kihat erre a területre is. A médiaipar lendülete, az egész növekedési eufória, amely az oktatást is húzta magával, mára kifulladásra került. Eközben a felsőoktatás egyre inkább pénzügyi és társadalmi megbecsülés hiányával küzd. Ez nagyon sok negatív tendencia együtt, ami válságba sodorta ezt a szektort.

**Hammer Ferenc:** Vannak örömteli és vannak aggasztó tendenciák. És vannak vegyesek is. Vannak, amelyek lehetőséget adnak a média-, illetve újságíróképzésnek, helyzetbe hozzák, és vannak, amelyek parkoló pályára teszik. Például a kreatív iparágak gaz módjára való terjeszkedése, illetve a kreatív elemnek a megjelenése hagyományosan nem kreatív iparágakban nekünk egy rendkívül örömteli folyamat. A médiaoktatásnak ezzel piaca nyílik, ennek örülünk. A felsőoktatás általában átalakul, nemcsak Magyarországon, hanem az egész világon, amit politikai nézettől függően piaci elvnek, a neoliberális értékek elterjedésének, modernizációnak vagy az egyetemek feldúlásának neveznek. A lényeg az, hogy nagy átalakulás van, nem úgy néz ki manapság egy egyetem, mint ahogy valaha kinézett. Ennek a magyarországi verziója egy dilettáns és erőszakosan végrehajtott katasztrofális dülássorozat. Mindenféle szakmai szttenderdek nélkül vontak ki eszeveszett mennyiségű pénzt a felsőoktatásból, és most tényleg csak az életkorom és neveltetésem fog vissza attól, hogy felálljak és a székemet ide-oda csapkodjam. Ezen kívül itt van a *media studies*, illetve az újságíróképzés mint tantárgy átalakulása. A kollégák közül senkit nem képeztek médiaszakosnak; talán Hargitai Henrik volt az első olyan kollégánk, aki már médiaszakra járt, amúgy mindenki bölcsész, szociológus meg mindenféle. De ez külföldön sem volt másképp, ott is az angol szakokból lettek a médiaiskolák, ez ilyen értelemben szükségszerű. És még van egy nagyon fontos dolog: a társadalom átalakulása. A primér megjelenési formája ennek nyilván a diákszám csökkenése.

**Tófalvy:** Akár örömteli vagy szomorú trendekről beszélünk, az egyik fő változó az idő: mennyi idő alatt mi történik, és mihez képest jutunk el valahova. Ha ezt a helyzetjelentést pár évtizedes távlatba helyezzük, milyen tendenciákat lehet látni a magyar médiaoktatás változásaiban?

\* A szöveg a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete 2014. november 26-ai „Meddig lesz Magyarországon médiaoktatás?” című tanulmány-bemutatóját követő kerekasztal-beszélgetés rövidített, szerkesztett és kiegészített változata. A beszélgetés szövegét Tófalvy Tamás szerkesztette.



**Horvát János:** Az újságíró-oktatás és a válság összekapcsolódása nem magyar ügy, a világon mindenütt problémát jelent. Nálunk külön problémaként jelentkezik, hogy összevisszaság van a felsőoktatás tervezésében és szervezésében, de az újságírás oktatásában még azok az országok is bajban vannak, amelyeknél nincsen ilyen válság, vagy anyagilag meg tudják oldani ezeket a problémákat. Én ezt két részre bontanám. Az egyik az, hogy igazán válsághelyzet az újságíró-oktatásban az Egyesült Államokban és Kelet-Európában van, míg Nyugat-Európa picit jobban áll, amennyiben van egy olyan középosztály, amely el tudja tartani az újságokat, tehát újságokat vesz, fizet a médiáért. Amerikában ilyen a verseny miatt nincs, meg hát Amerikában az a középosztály, amely újságokat olvas, nem létezik ugyanúgy. A média maga is válságban van. Az Egyesült Államokban az utat keresi, nálunk meg túlélni próbál.

Az újságíró Magyarországon szitokszó volt az elmúlt 60–80 esztendőben. Magyarország volt az egyetlen olyan ország Európában, ahol megszüntették a felsőfokú újságíró-képzést. 1957-ben arra való hivatkozással szűnt meg, hogy az újságírók úgyis csak ugrálnak és forradalmárt játszanak. Onnantól újságíró csak az lehetett, aki a Bálint György Újságíró Iskolát elvégezte, de a Bálint György Újságíró Iskolára csak az mehetett, aki újságíró volt. Ez már önmagában abszurd volt. A rendszerváltás után az első gyors üzletemberek kiszagolták, hogy ebből pénzt lehet csinálni, mert nemcsak iskolát lehet gründolni, hanem átképzési hozzájárulást is lehet kapni a megszűnő szakmák esetében. Először a magániskolák arattak. Ezek a magániskolák nem voltak feltétlenül rosszak vagy jók. Számos magániskolának volt egy olyan ki nem mondott, de létező ígérete, hogy az itteni tanári karon keresztül te be tudsz jutni intézményekbe, és ezt tartani is tudták nagyon sokáig, míg a tanári kart ki nem rúgták egy idő után. Magyarországon én végigkísértem az újságíró-képzés akkreditációs kísérletsorozatát: a kezdeményezést mindig lesöpörték a különböző minősítő bizottságok, mondván, hogy az önmagában nem szakma, és más tanszékekhez csapták a képzést.

A magyarországi iskolák egy részének alapproblémája az, hogy az egyetemi oktatói pozícióhoz egyetemi végzettséget, doktorátust kell produkálni. Márpedig azt a tudományt, amire most az újságíróknak nagyon nagy szükségük van, nem a PhD-sek hordozzák a fejükben, hanem a huszonévesek a gyakorlatból. Tehát van egy gond azzal, hogy ki oktasson – ez az Egyesült Államokban ugyanúgy gond. Egy másik probléma az, hogy milyen tananyagok készülnek. Van egy tankönyvem, amit 2001-ben írtam, a *Televíziós ismeretek*, nyilván remekmű, de én sem mernék tanítani belőle ma, olyan fokon avult el, pedig csak 13 esztendő. Az interjúkészítés például nyilván állandó dolog a televíziózásban, de egy csomó más dolog már nem. Az az alapelv, amit az újságírásnál mi megtanultunk, hogy a kiadói munka meg a szerkesztői munka élesen elkülönül, ma az egyfős szerkesztőségeknél csak a skizofrénnel oldható meg, egyébként nem, mert ugyanaz az ember szerzi az előfizetőt és állítja elő a tartalmat. Épp ez az, amire az Egyesült Államok oktatása nagyon rámeleg, integrált képzésekben, amelyekben egy szakember nagyon sok mindent megtanulhat.

**Tófalvy:** „A felsőoktatási intézmények fejlődésének az a tanszék, amely otthont ad a kommunikációt tanuló diákoknak. Több, mint tízezerre becsülhető a kommunikáció szakos főiskolások és egyetemisták száma, körülbelül kétharmaduk költségtérítéses, ők tartják el a veszteséges tanszékek tucatjait” – ezt Zöldi László írta a *Lapkiadás és Médiapiac* 2007/9-es számában. Mára eljutottunk oda, hogy a létükért küzd az intézmények legnagyobb része. Magyarországon elég erőteljes oktatáspolitikai nyomás nehezedett a kommunikációs képzésekre azáltal, hogy nagyon megemelték a ponthatárokat és csökkentették az államilag finanszírozott helyek számát. Milyen oktatáspolitikai lépések kellenének ahhoz, hogy a kommunikációs képzések be tudják tölteni azt a szerepet, amelyet ebben a megváltozott társadalomban betölthetnének?

**Szalai Zoltán:** Az idézetből is látszik, hogy a kommunikáció- és médiaképzés csúcspontján, amely a 2000-es évek első fele, közepe tájára tehető, túl vagyunk. Ez – véleményem szerint – azonban nem olyan nagy baj. Pontosan ez a „fejőstehén-effektus” az, amelyet el kellene tüntetni a fejekből. A média- és kommunikációképzésnek, az újságíróképzésnek minőségi, úgynevezett elitképzésnek kell lennie, amely a legkiválóbb szakembereket képezi, és amely interdiszciplináris tudást ad. Ehhez szorosan hozzátartozik, hogy ennek a képzésnek valamilyen módon nemzetközi kitekintést kell nyújtania. Úgy látom, Magyarországnak ma az az egyik legnagyobb problémája, hogy magába fordult. Ez különösen igaz a médiumokra, a nyomtatott újságokra, az egyes televíziócsatornákra. Ha az ember ránéz a hírekre, a külföldi hírek között csak azt találja, hogy leesett egy busz Barcelonában, és ott hányan haltak meg. De hogy éppen hogyan gondolkodnak New Yorkban, Berlinben, Londonban vagy Szöulban a világ dolgairól, mik azok a problémák, amelyekről az ottani értelmiség, az ottani gazdasági elit beszél, szinte alig jelenik meg. Az újságíróképzésnek az erre

való kíváncsiságot, az ehhez való technikákat kellene megadnia a hallgatóknak. Az angolszász és a kontinentális, európai világban is vannak olyan műhelyek és példák, amelyekre erősen kellene figyelni.

További komoly problémának látom a felsőoktatásban az általánosan is jellemző funkcionális írástudatlanságot. A minap beszélgettem egy egyetemi oktatóval és egy multinacionális cég felsővezetőjével. Az oktató fő problémája az volt, hogy nem tud a cégeknek hallgatókat ajánlani, mert tudja, hogy egyszerűen nem fogják tudni elkészíteni azt a feljegyzést, jegyzőkönyvet, szakértői anyagot, amelyre szükség lesz. Ugyanezt mondta a vállalatvezető is: ő fölvenne szívesen új embereket, de egyfajta írásprobléma van általában a társadalomban. Minél erősebben dolgoznánk ennek a fél-írástudatlanságnak a megszüntetésén, annál nagyobb meritése lenne az újságíró szakmának. Meglátásom szerint az újságíróknak kellene a legtájékozottabbnak lenniük, tehát nem fordulhat elő, hogy egy újságíró ne tudja, éppen milyen gazdasági adatok, milyen politikai pártok, milyen tendenciák érvényesülnek nemzetközi, európai, magyarországi szinten. És ezt is bele kellene építeni valamilyen módon a képzésbe.

**Tófalvy:** Az általános és a digitális írástudás és a dolgok közvetítésének készsége egyre fontosabb egy mediatizált világban – kérdés, hogy egy olyan diploma, amely elvileg ezekre a készségekre készíti fel a hallgatót, hol segít elhelyezkedni valójában?

**Szalai:** Azért vagyok különleges helyzetben, mert a Mathias Corvinus Collegiumba és esetünkben annak médiaszakirányára elsősorban olyan diákok járnak, akik nem médiát tanulnak: tehát mérnökök, közgazdászok, jogászok. Olyan fiatalok jönnek hozzánk, akik látják, hogy a kommunikációnak milyen jelentősége van vállalati környezetben, vagy éppen szakújságírónak készülnek, de az is lehet, hogy egyszerűen csak érdekli őket a kommunikáció és a média. Azt gondolom, hogy egyfajta vállalkozói képesség, hozzáállás kell mindenféle bölcsészszakmához, és ez különösen igaz az újságírára. Ha megnézzük az Egyesült Államok újságíró-iskoláit, akkor láthatjuk, hogy a trend nagyon erősen eltolódott az *entrepreneur journalism* oktatásának irányába, tehát az olyan „vállalkozó-újságírók” képzése felé, akik maguk írják a cikkeket és találják ki egyben az üzleti modellt és a működési struktúrát, akik egyszerre maguk vezetik és látják el tartalommal is a projektet. Ha ezzel a hozzáállással és gondolkodásmóddal képzünk fiatalokat, akkor könnyű lesz számukra elhelyezkedni, mert akkor ők fogják maguknak megteremteni a lehetőséget. Annak a világnak mindenképpen vége, hogy egy diák elvégezte a szakot, csinált egy gyakorlatot, írt két cikket valahol, mert a tanár segített neki, és utána várja, hogy jön a felkérés, hogy adja be az életrajzot. Ki kell járni ezeket a dolgokat, és meg kell értük küzdeni.

**Hammer:** Emellett nagyon fontos lenne, hogy azok a szakok, amelyek modern újságírást akarnak tanítani, foglalkozzanak adatvizualizációval, adatújságírással is. De addig, amíg olyan mértékben vannak lerongyolódva és kivéreztetve ezek a tanszékek, hogy az oktatók veszik a nyomtatókba a tintapatront, vagy olyan gyakorlati órákat kell megszüntetni, amelyeket jellemzően külsős óraadók adnak, addig ez nem működik. A mi tanszékünkön engem gondolnak a könyvtárosnak, mert én szoktam a CEU könyvtárába ajánlást adni a diákoknak, hogy befogadják őket. Megnéztem, hogy az ELTE kilenc karának összes könyvtárában hány olyan angol nyelvű szakkönyv van, amit az elmúlt öt évben adtak ki a médiáról, és a kilenc könyvtárban azt hiszem négy-öt ilyen könyvet találtam. Ezek sokkal brutálisabb faktorok, mint az, hogy most tudunk-e a következő félévben egy adatújságírási órát csinálni vagy sem, holott nyilván nem függetlenek egymástól.

**Weyer Balázs:** Miközben a nagy régi kiadói vállalatok válságban vannak, sokkal könnyebben lépnek be újak a piacra, és én mindig erre próbálom buzdítani a diákokat. De a diákokon sem az érezhető mostanában, hogy ők fel akarnak falni az előttük járó generációkat és lesöpörni őket a színpadról, hanem nagyon sok esetben inkább deprimált, demotivált hangulat uralkodik. Egyszerűen úgy érzik, hogy: „Valamikor elhatároztam, hogy valami akarok lenni, aztán közben megszűnt alattam az iparág...”, „De hülye vagyok. Lúzer vagyok, hogy idejöttem erre a szakra, valószínűleg soha nem lesz állásom. Na mindegy!” Rengetegszer találkozom ezzel a szemlélettel, és ebből kellene valahogy kimosztítani őket, hogy ne érezzék úgy, hogy ők itt tényleg a vesztesei mindennek, mert ha a következő generációk médiaszakemberei úgy indulnak neki az életnek, hogy ők itt a lúzerek, akkor az sem társadalmi, sem iparági értelemben nem vezet semmi jóra.

**Tófalvy:** És a szerkesztőségeknek kellene a médiaszakokon végzettek?

**Weyer:** Ezt nagyon leegyszerűsítve úgy látom, hogy aki médiaszakon végzett, az előszeretettel vett fel médiaszakokon végzett embereket, aki pedig nem, az azt vallotta, hogy csak nem médiaszakon végzett ember lehet rendes újságíró, és ő pedig olyan embereket vett fel. Én médiaszakon is végeztem, így szívesen vettem fel médiaszakról érkezett embereket. De nem kizárólag, sőt azt sem állíthatnám, hogy minden esetben megnéztem, mit végzett az ember; az egymás szemébe nézés többet nyomott a latban általában, mint az, hogy hol végzett. Nem voltam sosem bizalmatlan a médiaszakokon végzetekkel szemben, mert láttam belülről ilyen intézményt, de azt sokszor tapasztaltam, hogy aki nem ilyen helyre járt, az azt gondolta, hogy az újságírást nem lehet tanítani. Én ezen őszintén szólva mindig felhúzó magam, de ettől még elég széles körben él ez az elképzelés.

**Horvát:** Az is hozzátartozik a történehez, hogy ezt a médiaszakos világot, ahogy az újságírókat is, bármilyen hihetetlen, de a piac vezérli inkább, mint bármilyen koncepció az oktatáspolitikai részéről. Amikor a piac futott a 2000-es évek elején, egymás után alapították meg a tanszékeket. Most ugyanezek a tanszékek megvannak, és nincs felvevőpiac – ez látszik abból, hogy hányan jelentkeznek. A mai helyzetben éppen az a cél, hogy egy újságíró-tanszék vagy egy médiatanszék úgy tudja hirdetni magát, hogy: „Nálam te olyan tudást szerzel meg, amely bármely korban, vagy ebben a mai korban feltétlenül alkalmas és jó lesz neked.” És ebben maximális módon elbarangolhat a hagyományos és klasszikus órarendtől és az előírásoktól.

Nekem nincs újságíró-iskolai végzettségem, én soha nem jártam újságíró-iskolába. Nekem az igazi iskola a szerkesztőség volt, ahol felnőttem. A mai online szerkesztőségek iskolábbak, mint bármelyik oktatási intézmény, vagy legalábbis iskolábbak tudnának lenni. Én ezeknek a szerkesztőségeknek a helyében szervezett formában keresnék oktatási kapcsolatot az iskolákkal.

**Tófalvy:** Egy egyszerű Google-kereséssel rengeteg úgynevezett szakirányú továbbképzést lehet találni, miközben szakos vagy tanszéki formában gyakorlatilag nem létezik újságíró-képzés Magyarországon. Például a BKF-en a Figyelővel egy üzleti újságírási szakirányú továbbképzés 2015-ben indul, van a BKF-en televíziós újságíró szakirányú továbbképzés, az SZTE-n elektronikus újságírási, a ZSKF-en gazdasági szakújságírási szakirányú továbbképzés, a Pázmányon egy közszolgálati médiaszerkesztői, illetve az EDUTUS Főiskolán modern üzleti szakújságíró, valamint a Miskolci Egyetemen egy újságíróképzés névre hallgató szakirányú továbbképzés. Ez lehet egy alternatívája a nagyon merev, nehezen átírható szakos tanmeneteknek? Mi a munkaerőpiaci realitása egy „szakirányú továbbképzésedésnek” az újságíró-képzésben?

**Weyer:** Többször szóba kerültek a piaci feltételek meg a piaci működés, és azért az elég egyértelműen kirajzolódott, hogy a piacról működő intézmények, a magánintézmények sokkal rugalmasabban reagálnak a változó médiapiaci környezetre. A szakirányú továbbképzés, illetve specializáció többé-kevésbé arra van, hogy jobban lehessen követni ezeket a változásokat, mert sokkal egyszerűbb ezeket bevezetni, kivezetni, mint teljesen újraakkreditálni a tanmeneteket. Abban, hogy ezek is majdnem mind magánintézmények, ismét látszik a piac törvényszerűsége.

**Hammer:** Én azt hiszem, hogy – legalábbis nálunk az ELTE-n – a hosszú távú stratégiának annak kellene lennie, hogy a BA-n, az alapképzés során adjunk egy „bölcész”-alapképzést és azután a mesterszakon ez a dolog kapjon egy, a mostaninál jellemzőbben újságíróbb vagy tudományosabb karaktert. Ezen dolgozunk, és itt szeretném hangsúlyozni azt, amiről eddig nem volt szó: azért a mi munkánkban és más egyetemeken is a tudományra való előkészítés is fontos, nemcsak az újságíróképzés.

**Szalai:** Ha az újságíró- és médiaképzés trendjei a szakosodás felé visznek, az beleillik abba a nyugati tendenciába, amelyre szükség van. Azt gondolom, hogy a piac nem feltétlenül a megszerzett lexikális tudást, hanem az adott munkához szükséges képességeket honorálja. A kérdés ezért az, hogy a képzőintézmény fejleszti-e a nélkülözhetetlen készségeket, egészen attól kezdve, hogy képes-e a diák csapatban dolgozni, stratégiában gondolkodni, konfliktust kezelni, és mindezt a saját szakterületén. Nyilvánvalóan egy újságírónak különleges módon kell csapatban dolgoznia,

konfliktusokat kezelnie, megoldania, stratégiában gondolkoznia. Ha erősen a képességekre és a szakértelemre irányul a kommunikációs képzés, fele-fele arányban, akkor ez komoly előrelépés lehet, és a piac sokszorosan honorálni fogja.

*Hozzászólások a közönség soraiból:*

**Kepes András** (a BKF egyetemi tanára): Hogy eldönthessük, valóban válságban van-e a médiaoktatás, ahhoz mindenekelőtt azt kellene tisztáznunk, miről beszélünk valójában: az újságíró-oktatásról, a médiaoktatásról, netán a kommunikáció- és médiatudomány szakokon folyó képzésekről. Mert úgy látom, a kutatásban, csakúgy mint a beszélgetésben, ezek a fogalmak és szempontok gyakran összekeveredtek. Holott – mint valamennyien tudjuk – az újságírás csupán az egyik területe a médiának, a kommunikáció pedig végképp mindkettőnél tágabb diszciplína. Természetesen a kommunikáció- és médiatudomány szakon folyó képzés akkreditációs anomáliáiról is érdemes lenne szót ejteni, hiszen a szak már születésekor magában hordozta a mai napig hurcolt ellentmondásokat. Hogy az oktatók csupán a képzési és kimeneti követelmények megerősökölésével képesek egy hozzávetőleg szisztematikusan felépített újságíró-oktatásra, hogy a kornak megfelelő, sokszínű médiaoktatáshoz kevés az óraszám és szűk a tantárgyi tematika, és hogy az adott keretek között a valóban korszerű kommunikációtudomány oktatására is csak egy-két felsőoktatási műhely képes. Hogy ezt a szakot hogyan kellene megreformálni, az egy másik kutatás témája lehetne. Az azonban most is világos, hogy a klasszikus értelemben vett újságírást – még a korábban minőséginek számított lapokat is –, felőrölte a bulváripiac és a túlpolitizált társadalmi közeg. A mozgókép, a vizualitás, az online felület egyre fontosabb szerepe, a rohamosan fejlődő technológiai változások pedig gyökeresen átfomálták a piaci igényeket és a pálya sikeres műveléséhez szükséges kompetenciákat.

A médiamunkások képzése régóta nem csak a kommunikáció- és médiatudomány szakokon folyik. És nem csupán a bölcsész-, jogi vagy közgazdász karokra gondolok, ahonnan korábban az újságírók kikerültek, ahogy a beszélgetésben is utaltak rá. A médiához nyilvánvalóan és egyre nagyobb súllyal hozzátartoznak a mozgóképes felületek, a televíziózás (műsorvezetők, riporterek, szerkesztők, rendezők, operatőrök, vágók), a dokumentum- és riportfilm, a videó, a sajtófotó, a médiafelületeket alapvetően meghatározó mediadizájn, az animáció, az elektronikus grafika egyebek között. Így azok a hallgatók, akik ezeken az alap- és mesterképzési szakokon tanulnak, szintén a médiaoktatás alanyai. Ezeket a szakmákat főként a Színház- és Filmművészeti Egyetemen, a MOME-n és a BKF művészeti intézeteiben oktatják, de van hasonló képzés Egerben és Kaposváron is, amit a kutatás nem vizsgált. Érdemes lenne egy felmérést készíteni arról, hogy a médiában jelenleg dolgozó szakemberek milyen háttérrel kerültek a pályára, és hogy mindez egybevág-e azzal a képpel, amely a fejünkben a hazai médiáról és médiaoktatásról él.

**Zöldi László** (a Nyíregyházi Főiskola címzetes docense): Egyike vagyok azoknak az „Intercity-professoroknak”, akik a legutóbbi két évtizedben végigtanították az egész országot, így megpróbálok vidéki nézőpontból is láttatni a helyzetet. Amikor a Nyíregyházi Főiskolára kerültem, azt a feladatot kaptam, hogy nézzek utána a keresletnek, vajon milyen újságírókat igényelnek a szerkesztőségek. Azt a megoldást választottam, hogy kivágtam az újságokból azokat a hirdetéseket, amelyekben a vidéki napilapok gyakornokokat kerestek. Sikerült körülbelül 30 kivágotat találni, és elképesztő sorrend alakult ki. Első helyre került az autóvezetői képesség, a kiadóhivatalok ugyanis adnak gépkocsit az újságírók feneké alá, de sofőrt hozzá már nem föltétlenül. Másodikra a számítástechnikai jártasság képessége került. Harmadik helyre az angol vagy a nyomtatott sajtóban a német nyelv középfokú ismerete, hiszen az elektronikus sajtóban inkább angolul beszélnek a külföldi tulajdonosok, a nyomtatottban viszont németül. A negyedik helyre került az íráskészség. Ez a sorrend gyökeresen ellentétes volt mindazzal, amit tanítottunk országszerte. Mindazonáltal ennek jegyében alakítottuk ki az újságíró-képzési rendszert, amely elkezdett működni. Figyelembe kell tehát venni a szerkesztőségek igényeit, de az adottságaikat is. Egy megyeszékhelyen az újságíró-társadalom nincs abban a helyzetben, hogy nagyon felkészült és gyakorlatias oktatók taníthassák az összes szakágat. Az viszont működik, hogy a helyi adottságoknak megfelelően a főiskolák kiemeljenek egy-egy újságírói szakirányt, amelynek megvan az oktatói bázisa. Nyíregyházán például a helyi kollégákkal együtt tanítottuk a hagyományos és az online újságírást is, elvégre a kommunikáció-szakosok nem tudhatták, hogy végzés után a papír alapú vagy a digitális sajtóba szerződtek-e őket. Az eredmény az lett, hogy a tanítványaink nyolc ifjúsági Pulitzer-díjat nyertek a Makón, Joseph Pulitzer szülővárosában kiírt pályázatokon. Hasonló kitörési pontokat figyeltem meg Egerben, Szombathelyen és Székesfehérvárott is.

Az a benyomásom, hogy a vidéki felsőoktatási intézmények közül néhány az előnyére változtatta a hátrányát: a szűk oktatói bázist. Ezért vélem tévedésnek az új oktatási államtitkár elképzelését arról, hogy csökkenteni kéne a szakirányú képzés lehetőségeit. Legalábbis a kommunikációs oktatásban ez éppen azokat a kitörési pontokat szüntetné meg, amelyek révén színvonalasan elégítik ki a nem budapesti főiskolák a vidéki sajtó igényeit. A mi tanítványaink például szinte az összes helyet megkapták az Inform Média nevű északkelet-magyarországi laphálózat digitális szerkesztőségeiben.

Török Zsuzsa

## Korona és Iant

### Carmen Sylva és a szerzőség modern létmódja a 19. századi magyar sajtóban\*

**Carmen Sylva, akinek írói álneve nem más, mint Románia első királynéját, Erzsébet neuwiedi hercegnőt takarja, a 19. század vége és a századforduló igazi sztárja volt. Rendhagyó személyisége az egész korabeli Európa figyelmét magára vonta. Ő volt az „író királyné”, akinek a személyében a tradicionális, születési privilégiumhoz kötött és a modern, egyéni teljesítményen alapuló hírességkoncepció egyesült. E tanulmány a korabeli magyar nyelvű sajtóban való jelenlétét a szerzőségnek a tömegmédiák kialakulásától jelen lévő modern aspektusa felől közelíti meg. Írói működését nem az esztétikai innováció és értékítélet, hanem a publicitás és az irodalmi eszközökkel való mediálás szempontjából vizsgálja. Carmen Sylva rendhagyó, a tradicionális dinasztikus és női szerepeket megkérdőjelező és újraértelmező személyisége és életmódja nagy érdeklődést és figyelmet váltott ki a korban, e figyelem ösztönzője, fenntartója és folyamatos kiszolgálója pedig a tömegsajtó volt. Esete azt példázza, hogyan válhat híres szerzővé a 19. századi sajtó hasábjain egy olyan író, akinek megítélésében nem az esztétikai értékítélet, hanem a személyes hírnév játszott döntő szerepet.**

#### Bevezetés: Carmen Sylva, Erzsébet román királyné

A 19. század utolsó két évtizedének és a 20. század legelejének magyar nyelvű sajtójában feltűnő gyakorisággal volt jelen Carmen Sylva neve. Az írói álnév nem más, mint Románia első királynéját, Erzsébet neuwiedi hercegnőt rejtette magában. Carmen Sylvának a magyar nyelvű sajtó hasábjain való jelenléte azonban nem volt kivételes jelenség, hiszen nevével a korabeli európai, főként német és francia nyelvű sajtó oldalain is rendszeresen találkozhattak az olvasók (Badea-Păun 2007). A Belle Époque valóságos sztárja volt ő, akinek személyében egyesültek a tradicionális, születési privilégiumhoz kötött és a modern, egyéni teljesítményen alapuló híresség-konceptiók.<sup>1</sup> Carmen Sylva alakja rendhagyó mivolta révén vonta magára a korabeli Európa figyelmét. Ő volt az „író királyné”, akinek személyisége és életműve nemcsak ismert, hanem rendkívül vitatott is volt a korban. S noha több életrajzot írtak róla, 1916-ban bekövetkezett halála után életműve szinte azonnal elfelejtődött, sohasem vált sem a német, sem a román irodalmi kánon részévé, és a tudományos-történeti érdeklődés figyelmét is csak a legutóbbi években keltette fel (vö. Zimmermann 2010, Zimmermann 2013).



*Carmen Sylva*

\* A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

<sup>1</sup> A híresség fogalmát Franciaországban többek között Delphine de Girardin dolgozta ki az 1840-es években. Konceptiójában a híresség fogalma az irodalom, a művészetek, a politika vagy a színház terén elért egyéni teljesítményhez és nem a születési privilégiumokból nyert sajtós társadalmi álláshoz kapcsolódott (vö. Berlanstein 2004).

Carmen Sylva, Erzsébet román királyné alakja a korabeli kulturális palettán azért rendkívül izgalmas, mert tevékenységében a szerzőség fogalmának a modernitásban kialakuló sajátos vetülete ragadható meg. A korabeli magyar nyelvű sajtóban való jelenléte is az említett szerzőségfogalom felől magyarázható. A tömegsajtó oldalain formálódó modern szerző képzele ugyanis nem kizárólag és nem feltétlenül annak munkáin, hanem sok esetben személyes hírnevén alapult. Carmen Sylva írói működése kapcsán elsősorban személye keltette mindig a legnagyobb érdeklődést. Rendhagyó királynéi szerepet vállalt a korabeli nyilvánosságban, amikor műveivel kitette magát a publikum ítéletének, az írást egyrészt dinasztikus célokra, másrészt a királyság szolgálatába állított, gondoskodó, jószágos királyné alakjának önmitizálására használva. Ha tehát írói működését nem az esztétikai innováció és értékítélet, hanem a publicitás és az irodalmi eszközökkel való mediálás szempontjából közelítjük meg, tevékenységében a szerzőség egyik, a tömegmédiák kialakulásától folyamatosan jelen lévő rendkívül modern aspektusa írható le. E tanulmány tehát arra világít rá, hogy Carmen Sylva személyes hírneve miként befolyásolta a magyar sajtóban való szereplését, és a korabeli lapokban való jelenlétének milyen funkciója lehetett.

Erzsébet 1843. december 29-én született a németországi Neuwiedben, hercegi családban, Hermann wiedi fejedelem és Mária nassauai hercegnő első gyermekeként. Teljes neve: Elisabeth Pauline Ottilie Luise. Családja nagy múltra visszatekintő német hercegi család volt, ám nem tartozott az előkelőbb nemesi famíliák közé. Erzsébet kitűnő neveltetésben részesült; festészetet, zenét, filozófiát és idegen nyelveket tanult. Angolul és franciául már kilenc évesen tudott, később olaszul is megtanult, majd nevelője a latin nyelv ismeretébe is bevezette. Fiatal leányként rokoni látogatások révén többször is találkozott Karl von Hohenzollern-Sigmaringen német herceggel, aki 1869-ben, Viktória porosz trónörökösne (Viktória brit királynő első gyermeke) közbenjárásával kérte meg a kezét. Károly már 1866-tól Románia fejedelmeként uralkodott, és ugyanazon év áprilisában a román kormány felkérésére érkezett az országba. Az esküvőt 1869. november 15-én tartották Erzsébet szülőhelyén, Neuwiedben. Házasságukból egyetlen gyermek, Mária hercegnő született 1870. szeptember 8-án, ám a gyermek négy éves korában skarlátban megbetegedett, és rövid időn belül meghalt. Halála rendkívüli módon megviselte a szülőket, különösen a királynét.

Amikor Erzsébet 26 évesen Károly felesége lett, Románia államformája fejedelemség volt, és az Oszmán Birodalom tartotta megszállás alatt. Már az 1877-ben kitört orosz–török háború idején, amelyben Románia Oroszország szövetségeseként vett részt, és amelyből a háború befejeztével győztesként került ki, Erzsébet a sebesültek ápolása körül kifejtett erőfeszítései révén Európa-szerte híressé vált: kórházakat támogatott, segélyszervezeteket alapított, és személyesen is részt vett a katonák ápolásában. A román újságok „Mama răniților” (a „sebesültek anyja”) néven emlegették. A háború alatti jótékonykodási munkálataiért az orosz cárné a Katalin-renddel tüntette ki. A háború lezárását jelentő berlini béke értelmében az országot királysággént ismerték el, és 1881 májusában Károlyt I. Károly néven Románia királyává, Erzsébetet pedig királynéjává koronázták.

Erzsébet a román uralkodó hitveseként két fontos tevékenységet folytatott: írói-költői kiteljesedése mellett, amely során jelentős szerepet játszott a román kultúra európai megismertetésében, Románia kultúrájának és háziiparának fejlesztésén és a román nők magasabb szintű oktatásán munkálkodott, ennek érdekében pedig számos jótékonyági intézetet is alapított. A korabeli közgondolkodásban nemcsak kultúráközvetítő tevékenységét, hanem a francia kulturális mintákat követő román elit társadalom öntudatra ébredésében játszott kulcsszerepét is hangsúlyozták. A román nép és kultúra iránti szeretete segítette egyrészt a román nemzettel való azonosulást, másrészt a társadalom vezető rétegeinek a franciás kultúrától a sajátéhoz való visszatérítése folyamatában (Vojan 1904). A festői szépségű Sinaia (Prahova megyében) építtetett királyi üdülőkastélyban<sup>2</sup> Erzsébet költőket, írókat, művészeket gyűjtött maga köré, és mecenatúrárt működtetett a támogatásukra, ily módon segítve a román kultúra felemelésére hivatott értelmiségieket. Az ő támogatását élvezte például a korabeli Románia legnagyobb költőjének tartott Vasile Alecsandri is, aki a királyné írói indulásában is fontos szerepet játszott. A Peles-kastély az uralkodóné hatására Kelet-Európa egyik kulturális központjává vált, ahol a román értelmiségiek mellett Európa olyan neves írói és művészei is megfordultak, mint például Pierre Loti és Sarah Bernhardt (Putnoky 1910, Badea-Păun 2007).

Életrajzírói szerint Erzsébet már fiatal lányként is írogatott rövid történeteket, és naplót is vezetett, ám az írással komolyabban csak kislánya halála után kezdett el foglalkozni. 1874 nyarán a gyermek elvesztését követően orvosai

<sup>2</sup> A Peles-kastélyt I. Károly építtette uralkodása idején 1873–1883 között. Nevét a közeli Peles nevű folyóról kapta. A neoreneszánsz stílusban épült kastély tervezői a bécsi Wilhelm von Doderer és asszisztense, Johannes von Schultz, később pedig a cseh Karel Liman építész volt (Badea-Păun 2007).

tanácsára Franzensbadba utazott lábadozni. Mivel időközben románul is megtanult, itt kezdett el kortárs román verseket németre fordítani. Költői indulásában a kor legismertebb román költője, Vasile Alecsandri is kulcsszerepet játszott. Alecsandri részvétnyilvánításként verset írt a királyi gyermek halálára, amelyet egy levél mellékleteként testvére, a diplomata Ion Alecsandri közbenjárásával juttatott el a királynéhoz. Az uralkodóné válaszként meghívta a költőt a királyi udvarba. Alecsandri és Erzsébet barátsága a kortárs román költészet néhány darabjának németre fordítása közben mélyült el. A fordításantológia 1881-ben jelent meg *Rumänische Dichtungen* címmel (Carmen Sylva 1881).

Erzsébet költői indulását Wilhelm de Kotzebue, Oroszország akkori nagykövete, korábban moldovai konzul is támogatta, akivel szintén egy franzensbadi tartózkodás idején találkozott a királyné. Kotzebue már 1857-ben lefordította és Berlinben kiadta Alecsandri népköltészeti gyűjtését *Rumänische Volkspoesie* címmel. Írásra bízta továbbá a regényíró Paul Lindau is, aki 1878-ban meggyőzte, hogy német lapokban néhány fordítását kiadja álnév alatt (Badea-Păun 2007). A fordításoknak a német sajtóban való kedvező fogadtatása után kezdett el Erzsébet azon gondolkodni, hogy saját, addig csak udvarhölgyei körében ismert verseit szélesebb olvasóközönséggel is megismertesse. A király természetesen fenntartásokkal fogadta a tervet, attól tartva, hogy az árthat a korona presztízisének. Erzsébet költőként való elfogadtatásához egyébként a román királyság fiatalsága és dinasztikus gyökértelensége nagyban hozzájárulhatott, hiszen a jelentősebb múlttal rendelkező királyi házak esetében ez továbbra is elképzelhetetlen lett volna. I. Károly Alecsandri lelkesedése nyomán végül beleegyezett a kötet megjelentetésébe. Erzsébet 1880-ban *Sappho* címmel megjelent első kötetét Carmen Sylva néven jegyezte. Az álnévvel valószínűleg a költői státust kívánta élesen elválasztani a királynéitól. A *Carmen* (ének) szót a román királyság latin eredete iránti tiszteletből választotta. A *sylva* (erdő) kifejezést pedig gyermekkorra erdeire és természetszeretetére való utalásnak szánta (Badea-Păun 2007). *Mon repos* című, 1882-ben megjelent versgyűjteménye elején magyarázatot is adott a választott álnévre:

„Carmen: a dal és Sylva: az erdő,  
E kettő együtt az erdei dal.  
Mely lantomon zengve, a szívemből jó.  
S reám, az erdő leányára vall.

Dalomat az erdő lombjai sugják,  
S nyujtanak szívemnek enyhet, vigaszt.  
S e legszebb éneket a fák is zúgják;  
Lelkemre nyugalom száll és malaszt.”<sup>3</sup>

Első kötete után sorra jelentek meg írásai. Csak 1882-ben hat kötetet jelentetett meg, amelyek között verseskönyv, mesék, fordítások, sőt egy aforizmagyűjtemény, a franciául írt *Les Pensées d'une reine (Egy királyné gondolatai)* is szerepelt. Ez utóbbi bizonyult a legidőtállóbbnak, aforizmáit éveken keresztül idézték különböző médiumokban. A könyvet több nyelvre is lefordították, sokszor közöltek belőle aforizmákat különböző korabeli lapokban, sőt napjaink egyes internetes oldalain is.

A királyné Sinaia-n való tartózkodásai idején a helyi pásztorok legendáinak összegyűjtésébe kezdett. A település körüli természeti jelenségeket magyarázó legendákat saját fantáziáján szűrve költötte át és gyűjtötte össze a prózai alkotásai közül talán leghíresebb *Pelesch-Märchen* (1882) című gyűjteményében. A könyvet 1887-ben magyarra is lefordították *Peles meséi* címmel (Carmen Sylva 1887). 1884-ben publikált híres verseskötetei a szülőhelye Rajnját felelevenítő *Mein Rhein (Az én Rajnám)*, illetve *Meine Ruh (Pihenő óráim)* címmel jelentek meg.

Ugyanakkor 1884-ben Mite Kremnitz hatására felhagyott a versírással, és az akkor divatos posztromantikus, időnként morbid hangsúlyokkal tarkított prózai műfajok felé fordult. Maria von Bardeleben, a közeli ismerősök számára Mite, porosz bárói családból származott, és 1878-ban kötött házasságot az orvos Wilhelm Kremnitzcel, akit Szászország királynéja küldött Erzsébet mellé segítségül az 1877–1878-as függetlenségi háborúban. Mite gyorsan beilleszkedett a

3 Idézi Putnoky (1910: 43–44; az idézet Szőcs Géza fordítása).



bukaresti német közösségbe, és a román írókkal való kapcsolatait műveik németre fordítása révén erősítette (Badea-Păun 2007). Carmen Sylva és Mite Kremnitz első közös munkája az *Aus zwei Welten* című levélregény volt, amely Dito és Idem álnévvel jelent meg. A regényt *Két világból* címmel Harmath Lujza fordította le magyarra (Carmen Sylva & Kremnitz 1890). Együttműködésük második levélregénye az *Astra* című munka volt. Magyarra szintén Harmath Lujza fordította (Carmen Sylva & Kremnitz, 1893). A regény a megjelenését követő években még öt kiadásban és számos fordításban jelent meg. Ennek ellenére Dito és Idem együttműködésének harmadik és egyben utolsó darabja, az előzőekkel azonos formában írt *Feldpost* már nem örvendett olyan népszerűségnek, mint a sorozat első két darabja. A magyar fordítások közül viszont időrendben a sorozat e harmadik kötete jelent meg először (Carmen Sylva & Kremnitz, 1887).

Carmen Sylva életműve egyik életrajzírója szerint mintegy ötven kötetre tehető. Ezek között versek, mesék, drámák, aforizmagyűjtemények, regények, visszaemlékezések egyaránt találhatók. Verseinek, elbeszéléseinek és regényeinek számos fordítása jelent meg a korabeli magyar sajtóban, és kötetbe szerkesztve is. A feljebb említetteken kívül többször fordították le és adták ki külön kötetben egy-egy elbeszélését (Carmen Sylva 1883, 1890), több novellájának gyűjteményét (Carmen Sylva 1885), regényeit (Carmen Sylva 1893, 1898), ritkábban egy-egy költeményét (Carmen Sylva 1894).

Carmen Sylva munkáit, amelyek közül egyesek valóságos bestsellerek voltak, Európa-szerte ismerték. A Francia Akadémia ráadásul *Les Pensées d'une reine* című munkájáért a legmagasabb elismerésével jutalmazta. Sokan csodálták a kortárs Európában, tevékenysége már életében rendkívül kommentált volt, életéről közel harminc, különböző nyelven írt életrajz készült, és cikkek százai jelentek meg róla a korabeli európai sajtóban. A királyné 1916. március 2-án hunyt el, és a Curtea de Argeș-i (argyasudvarhelyi) kolostorban helyezték örök nyugalomra.

## Sztárkultusz és tömegsajtó: Carmen Sylva a magyar lapokban

Carmen Sylva jelenléte a korabeli magyar sajtóban nem különbözött az európai lapokban vele kapcsolatosan megjelent írások két nagy csoportjától. A lapok egyrészt fordított munkáit, másrészt a vele kapcsolatos, róla szóló, ismertető jellegű metaszövegeket közölték. Ebben a fejezetben elsősorban az utóbbiakat vizsgálom. A román királyné valóságos híresség volt a korabeli Európában, írói működése tehát a sztárkultusz kontextusában értelmezhető. Írói hírneve már első kötetének megjelenésekor sokat köszönhetett a róla még az 1870-es évek végén Európa-szerte elterjedt jóságos, gondoskodó uralkodóné képének. A magyar nyelvű sajtóban írói indulása idején róla megjelent cikkek is elsősorban a jótékonykodás kontextusában mutatták be az író királynét. A Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre című folyóirat „Koronás írónők” címmel megjelent ismertetése néhány, a 16. századtól a 19. századig felvonultatott, szintén írással is foglalatostkodó királynő (Stuart Mária skót, I. Erzsébet angol, Krisztina svéd királynő, Mária Izabella, páрмаi hercegnő, II. József első felesége vagy a naplóját kiadó Viktória) bemutatása után tért át Carmen Sylva alakjának ismertetésére. A cikkíró elsősorban nem Erzsébet írói, hanem emberi kvalitásaira alapozta mondanivalója retorikáját. Az írás szerint a királyné egész életét a szépségnek, a nemesnek és a jónak szentelte. Személyiségében, a cikkíró szerint a mindenekre kiterjedő szeretet volt igazán lenyűgöző, és egyénisége is tulajdonképpen ebből a szívjóságból fakadt (Farkas 1882).<sup>4</sup> A Carmen Sylva írását az emberi, személyiségbeli kvalitások révén alakított hírnéven keresztül bemutató cikk intenciója a szerzőségnek a modernitásban kialakuló új fogalma felől válik érthetővé, amely fogalom a tömegsajtó megjelenéséhez kapcsolódó sztárkultusz közegében formálódott.

A szociológiai szakirodalom a híresség fogalmát a modernitás egyik funkciójaként határozza meg, olyan, a média által előidézett jelenségként, amelyben a híresség magánélete legalább annyira fontos (vagy fontosabb) tényező, mint teljesítménye. A sztárkultusszal foglalkozó újabb kutatások felismerése, hogy nem 20. századi, és nem kizárólag Amerikából származó, hanem jóval korábbi, a 19. századi európai médiában, illetve technológiában gyökerező jelenségről van szó. A gyorsabb és olcsóbb nyomtatás – párhuzamosan a fényképek üzleti célokra való használatával – meghatározó szerepet játszott a hírességek iránt érdeklődő közönség megszületésében és fenntartásában már a 19. századi Európában is (Ives 2012). A híresség fogalmának történetét feldolgozó *The Frenzy of Renown* című könyv a

4 A „jó királyné” hóstípusa a magyar folklórban is megtalálható. Jellemzői közé tartozik, hogy férje hű társa, az elesettek és a rászorulókat védelmezője, könyörületes, aki anyaként oltalmazza népét. A „jó királyné” hóstípus az írott kultúra történetét is nagyban befolyásolta Erzsébet, Magyarország királynéja esetében is (vö. Landgraf 2001).

17–18. század fordulójára, a korai 18. századra és a könyvnyomtatás felvirágzására vezeti vissza a jelenség kialakulását. A könyv szerint a szerzőség a kialakuló európai sztárkultusz egyik meghatározó tényezője volt. A piaci kultúra ugyanis lehetővé tette, hogy annak a kulturális úrnak a helyébe, amelyet a hatalom tradicionális formáinak (az egyháznak, a monarchiának, az arisztokráciának) a hanyatlása idézett elő, ambiciózus személyek lépjenek (Braudy 1986). Noha valóban meggyőzőnek tűnik a szerzőség és a híresség fogalmának a könyvnyomtatás első virágzása idejére való visszavezetése, a két fogalom összekapcsolódásának igazi virágzását magam is a 19. századi tömegsajtó elterjedésének idejére helyezem. Azokkal az elemzésekkel értek tehát egyet, amelyek a modern sztárkultusz kialakulását a romantika idejétől számítják, és egyik legkorábbi példájaként Lord Byron életpályáját említik. A híresség fogalmát pedig olyan kulturális apparátusként határozzák meg, amelynek három nélkülözhetetlen összetevője: az egyén, a sztárkultuszt segítő iparág és a közönség. E hármas konstrukcióban az adott iparág az éppen aktuális technológiai feltételek, a munkavégzés és a szakértelem elrendezésével az áru produkcióját és disztribúcióját végzi. A hírességhez kapcsolódó kulturális termelést biztosító apparátus a híresség munkáját termelő iparág (például könyvkiadás, hollywoodi mozi) mellett néhány olyan másodlagos iparágat is magában foglal, amelynek a termék promóciójában és disztribúciójában van szerepe: a sajtóipart, a nyomdaipart, valamint a telekommunikációs iparágat. A hírességstátusz az individuum számára az önmegértéssel kapcsolatos folyamatok szempontjából válik izgalmassá. Az egyén a folyamat során ugyanis már nem tudja elválasztani önmaga percipiálását a társadalmi nyilvánosságban létrejövő státusától. A hatalmas, névtelen, társadalmi összetételét tekintve rendkívül változatos, földrajzilag megosztott közönség pedig igen gyakran rendkívül kreatívan fogyasztja és értelmezi a hírességekkel kapcsolatos jelenségeket. Interpretációik sokszor énpformatív aktusok, amelyek egyéni vagy csoportidentitásokat juttatnak kifejezésre. A modern sztárkultusz akkor veszi tehát kezdetét, amikor e három tényező gyakorlattan működik együtt azért, hogy egy adott egyént személyes lenyűgöző mivoltában mutasson meg. Ez a fajta bűvölet pedig nem volt jellemző az egyénnek a nyilvánosságban betöltött szerepe iránti premodern érdeklődésre (Mole 2007).

A sztárkultusszal kapcsolatos szakirodalom különbséget tesz a karizma, vagyis a személyes varázs (*charisma*), a hírnév (*fame*) és a híresség (*celebrity*) fogalmi között. A karizmat isteni ajándékként, egyfajta személyes tulajdonságként határozza meg, amelynek társadalmi vetülete is van (Berenson & Giloi 2010). A keresztény kultúrkörből származó fogalmat a szociológiába Max Weber vezette be az 1920-as években a hatalom három típusa (dinasztikus és származáshoz kötött, bürokratikus és racionális, illetve karizmatikus) egyikeként (lásd Braudy 2010). A hírnév ezzel szemben merőben evilági jelenség, amelyet a rómaiak a közjóért, az államért tett nyilvános cselekvésként határoztak meg. Míg azonban a karizma és a hírnév fogalma az antikvitásból ered, a „híresség” kifejezés merőben új, és történetileg a 19. század közepén felvirágzó tömegsajtóhoz köthető a megjelenése. A híresség és a karizma fogalma ugyanakkor közvetlen vagy közvetített jelenlétet, a rajongók részéről pedig emocionális válaszokat igényel, míg a hírnévnek mindez nem feltétele (Berenson & Giloi 2010). A tömegsajtó megjelenésével a híresség új és erőteljes társadalmi vonzerőt képviselő kulturális szereplővé vált. A hétköznapi ember számára a híresség való identifikáció lehetőségét teremtette meg, annak az illúzióját, hogy közelről ismeri rajongott hőseit, és mindennapi élete részeként tekinthet rá.<sup>5</sup> A hírességek ezzel egyidőben hatást gyakorolhattak követőikre, és ily módon új autoritások képviselőiként léptek fel (Berenson & Giloi 2010).

A 19. században a láthatóságot és a publicitást folytonosan növelő tömegsajtónak kulcsszerepe volt a hírességek konstrukciójában. Carmen Sylvának a magyar sajtó által létrehozott és fenntartott nyilvános képe több szövegből is visszaköszönő elemekből épült fel: a *fin de siècle*-ízlésnek megfelelő (elegancia és egzotikum által jellemzett) környezetben, alakját erőteljesen átesztétizálva mutatták be, az olvasói érzelmekre pedig az egyetemes emberi szenvedés tapasztalatának közössége révén apelláltak az alakját bemutató írások. A híresség nyilvánosan megformált képének a hitelességét sokszor közvetlen szemtanúk beszámolóit teremtették meg, miközben a közönség azon vágyát is kielégítették, hogy betekintést nyerjen a híresség magánéletébe, intimszférája legeldugottabb helyeibe. Az angolszász szakirodalom e jelenséget virtuális turizmusnak, híres írók környezetét bemutató cikkek esetében

<sup>5</sup> Magyar kontextusban a néprajztudomány berkeiben zajlanak hasonló, sztárkultusszal foglalkozó kutatások. A néprajztudomány a történelmi hősök témakörét egyébként már régóta kutatja, de ide kapcsolható részben a történettudományban a különböző történelmi személyiségek kapcsán kialakuló szimbolikus politika elemzése, az irodalomtudományban pedig az irodalmi kultusz kutatás is. A történelmi hősök és a sztárok közötti különbséget a néprajztudományban is a tömegmédiák megjelenéséhez kötik. Jelentősebb különbség a kettő között azonban, hogy míg a hősök fellépése, tettei, kultusza közösségi értékek előtérbe helyezésének körülményei között keletkezett, addig a sztárok teljes léte az individualizmus talaján áll. A néprajztudományban zajló hazai és kelet-európai sztárkultusz-kutatásokhoz lásd Povedák (2011, 2014).

virtuális irodalmi turizmusnak nevezi.<sup>6</sup> A cikkek ily módon az intimitás olyan szimulákrumát hozták létre, amelynek nem volt feltétele az adott szerző és olvasóközönsége közötti tényleges kontaktus. A szerző lakhelyét bemutató leírások az „intimitás hermeneutikáját” (Mole 2007: 22–27) teremtették meg: az olvasóközönség és a híresség közötti kapcsolat olyan illuzórikus, ám erőteljes érzését, amely azon a hallgatólagos bizonyosságon alapult, amely szerint a textuális „szerződésen” keresztül az olvasó különleges betekintést nyerhet a híresség belső életébe, intim szférájába. Ezek a kvázi-személyes kapcsolat megteremtésére törekvő írások azt az olvasói vágyat kívánták kielégíteni, amely a híresség lokalizálására irányult, híres szerzők esetében arra a törekvésre, hogy ne csak műveiken, hanem lakóhelyükön keresztül is megismerhetővé váljanak, azokon a tereken keresztül tehát, amelyek „igazi” énjüket tükrözték és alakították.

Ilyen, személyes tapasztalaton alapuló, illetve olvasó és bemutatott híresség között kvázi-személyes kontaktust teremtő ismertetést közölt Carmen Sylváról a Budapesti Hirlap 1889. évi Karácsonyi melléklete. A cikk szerzője Hubay Jenő, a 19. század utolsó negyedének Európa-szerte híres hegedűművésze és zeneszerzője volt (Hubay 1889). Hubay saját bevallása szerint Héléne Vacaresco (románosan: Elena Văcărescu)<sup>7</sup> közbenjárásával kapott meghívást 1888-ban a román királyi udvarba. Héléne Vacarescoval Párizsban, Munkácsy Mihály szalonjában ismerkedett meg néhány évvel korábban. Vacaresco szintén költő volt, franciául és románul egyaránt írt, és a Hubayval való párizsi találkozás alkalmával is épp néhány költeményét szavalta el a hangverseny szüneteiben. Előkelő román családból származott, tehetsége a királyné figyelmét is magára vonta, aki barátságába fogadta, majd udvarhölgyévé nevezte ki. Héléne Vacarescot a párizsi szalontársaságokat látogató magyarok közül egyébként Justh Zsigmond is ismerte. Többször említi naplójában.<sup>8</sup> Valószínűleg a Wohl-szalont is látogató Justh vagy Hubay Jenő közvetítésével került kapcsolatba Wohl Jankával is, akivel néhány levelet is váltott.<sup>9</sup> Wohl Janka lapja, a Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre többször közölt fordításokat Carmen Sylva munkáiból.

Hubay tehát Héléne Vacaresco közbenjárásával kapott meghívást 1888 szeptemberében a román királyi pár nyári üdülőkastélyába. Utazása Kolozsváron, Brassón és Predealon keresztül vezetett Sinaiára. Visszaemlékezése szerint nemcsak a táj szépsége bájolta teljes mértékben el, hanem a vidék emberi kéz teremtette eleganciája is. Sinaián, leírása szerint, franciás környezetet talált elegáns villákkal, pompás boulevard-okkal, a település pedig „valóságos párisi champ-elysée-i képet nyújtott a holdvilág sugaraiban” úszva (Hubay 1889: 4). A havasok és fenyvesek övezte festői környezetben elhelyezkedő Peles-kastély bemutatásába óhatatlanul mesei környezetbe illő kifejezések kerültek Hubay leírásában. A zeneszerző „bájos erdei lak”-ként látta a „pompás kastély”-t, amelynek parkja előtt „kedves patak csergedez”. A kastély rendkívüliségét nemcsak festői környezete, hanem ízléses és pompás külalakja és berendezése is biztosította, amely tekintetben Hubay szerint „fölülmúl minden hasonló királyi nyaralót”. Belső berendezése nemcsak a királyi gazdagság, hanem a művészi hozzáértés bizonyítéka is, az összhangot teremtő művészkéz pedig nem másé, mint magáé a királynéé volt. Ebben a festői környezetbe helyezett, művészileg kivitelezett, szinte irreálisként bemutatott kastélyban jelent meg mintegy inszenírozva „görög szabásu fehér toiletteben” a királyné alakja, aki végigvezette a zeneszerzőt a művészet szentélyein: a zongoratermen és a színházon, és az estebéd után természetesen az egyik drámájának felolvasására is sort kerített.

A Peles-kastély egzotikumáról és a Carmen Sylva szinte természetfölötti lényéről alkotott képet azonban Pierre Loti francia írónak a királyi kastélyban tett látogatása nyomán született írása népszerűsítette leginkább nemcsak magyar környezetben, hanem egész Európában. Loti szintén Héléne Vacaresco közbenjárásával ismerkedett meg személyesen a királynéval. Vacaresco kisasszony a királyné udvarhölgyeként a Francia Akadémia által díjazott, nagy sikerű könyve,

6 Az angolszász szakirodalomban Lord Byron mellett az utóbbi években Alfred Tennysonról született a sztárkultusz jelenségével foglalkozó legtöbb tanulmány (vö. Boyce 2013).

7 Mivel a korabeli magyar társaságban a név franciás változatát használták, és így tett maga Hubay is, ezért a továbbiakban én is ezt a változatot használom.

8 1888. február 17-ei naplóbejegyzésében így ír róla: „Este ctesse Diane-nál. A rue d'Amsterdam közepén Sully Prudhomme-mal találkozom, akivel együtt fel. Amint belépünk az első szalonba, éppen a Vacarescuakról beszélve – szembe a belső szalon végén ülnek a fáták, a »déliabók honából visszatért fáták.« Kölcsonös öröm. Ime ők: Egy igen vastag, kicsiny mama, kissé közönséges modor, de igen bonne femme; ki leányától már megtanulta úgy-ahogy a költői műfajok receptjét. *Helena*, a nép képviselője, mll. Helena Vacarescu. Carmen Sylvával az oláh literatúrát képviseli. Igen orientális típus, kicsiny, zömök termet. Érdes, savanykás vonás a száj felett. Túl boldog, hogy a királyné legjobb barátja, itt mindig Sinaiáról, ott meg, azt hiszem, folyton Sully Prudhomme-ról beszél. Különbben igen eszes leány, s nem annyira bas bleu, mint két év előtt volt. Intelligens, de nem szellemes. Sok applomb – applomb pour toute la famille” (Justh 1977: 126–127).

9 „Vacaresco Helénnel levelezek most, kinek megírtam az ön kellemetlen kalandját 's ő a *legmelegebben* kért, adnék hírt önről neki. Elle est navrée de vous savoir malade. Elküldte a Chants S'aurvrajait és Carmen Sylva által lefordított román-népdalait” (Wohl Janka – Justh Zsigmondnak, [d. n.], OSZK Kt., Levelestár ; kiemelés az eredetiben – T. Zs.).

a *Les Chants d'Aurore* (1886) után küldte el Lotinak Carmen Sylva *Jehova* című költeményének francia fordítását. Loti válaszlevelében elismerően nyilatkozott a költeményről, és nem sokkal ezután a királynénak írt dedikációval elküldte *Izlandi halász* című könyvének egyik példányát Vacaresco kisasszonynak. A királyné elolvasta a könyvet, és válaszként meghívta Lotit Sinaiára. Loti 1887. szeptember végén érkezett a településre, és október elejéig tartózkodott ott (Badea-Păun 2007). Sinaián töltött napjairól „Carmen Sylva” címmel írt cikket, amelyet magyarra Wohl Janka fordított a királyné egyik elbeszéléskötetének bevezetőjeként (Loti 1891).

Pierre Loti leírása még inkább valószínűtlené tette Sinaiát, a Peles-kastélyt és Carmen Sylvát, mint Hubay visszaemlékezése. Loti a Peles-kastélyt egy „mélységes erdő közepén” emelkedő varázspalotaként mutatta be, Carmen Sylvát pedig egyenesen tündérként, akinek „örök ifjúság ragyog a mosolyában”, tekintetének páratlan varázsában pedig a legfőbb értelem ragyog. A kastélyt egy varázssvessző hatalma által megtestesült „művész-álmhoz” hasonlította, ebben a környezetben pedig – Hubay leírásához hasonlóan – a királyné „tündér fehér öltözete”, a kastély művészi kompozíciójába tökéletesen beleillő, a kárpitok és „setét faragványok” háttéréből „festőien” kiemelkedő fehér alakja teremtette meg a végső harmóniát.<sup>10</sup> A tündérkirálynő toposzának a magyar folklórban és meseirodalomban való megléte befolyásolhatta jelentős mértékben a Carmen Sylva alakjáról készült egyéb leírásokat is. Ugyanez a toposz tér ugyanis vissza Erzsébet magyar királyné személyének különböző szövegekben való megjelenítése során (Vér 2006b, 2006c, 2013).

Mind Hubay, mind Loti cikkének szembeűnő jellegzetessége a topográfiai leírások részletezése. Ezek a leírások tették lehetővé az olvasók számára, hogy pontosan megjelenítsék képzeletükben a Carmen Sylva otthonát körülvevő tájat. A topográfiai leírások ugyanakkor Carmen Sylva műveiig elvezető csatornaként is funkcionáltak, ezeken keresztül pedig mintegy „igazi” énjét jelenítették meg. Hubay cikke végén a királyné által számára írt, *A hegedű* című költeményt is közölte, Loti pedig a híres *Les Pensées d'une reine*-ből idézett aforizmával zárta írását. Mindkét cikk ugyanakkor különös ékesszólással mutatta be a Peles-kastély belső tereit mint olyan tereket, amelyek az uralkodóné megkülönböztetett költői szenzibilitásának, belső, spirituális „esszenciájának” és személyes történetének közvetítői. Carmen Sylva otthonának az olvasói képzeletben való megkonstruálására használt narratívák azonban nemcsak ismeretközlésre, hanem a rejtély, a titokzatosság megteremtésére is szolgáltak: „S ez az erdő, melyet oly közvetlen közelségben érez az ember, a kastélyra is kiterjeszti varázsos, titokzatos ígését...” (Loti 1891: 11) Az ismertetésekben az intimitás hermeneutikájával párhuzamosan tehát a furcsaság és a titokzatosság ellendiskurzusa is tetten érhető. A híresség egyéni vonzereje ugyanis a titokzatosság egyfajta aurájában is rejlett mindig.

Carmen Sylva életréneke ismertetése nemcsak szöveges beszámolókra korlátozódott a korabeli sajtóban. Privát szférájának bemutatását mint szimbolikus jelrendszert a szöveges leírásokat kísérő fényképek egészítették ki. Mind Hubay, mind Loti leírásában a királyné elsősorban nem műveivel, hanem teljes tárgyi környezetével, fizikumával, életmódjával, átesztétizált mindennapjaival tanúskodott a művészetnek a profán létezéshez viszonyított felsőbbrendűségéről. Carmen Sylva a fényképezés adta lehetőségeket kihasználva maga is sokat tett a „művész királynő” mítoszának széles körben való terjesztéséért. Alakját a gondosan kitalált, beállított, *mise-en-scène* típusú fotográfiák népszerűsítették a korabeli lapokban.

Az európai királyi udvarokban a fénykép iránti érdeklődés nem volt egészen új keletű jelenség. Az 1860-as évek a portré aranykorának számítottak. Ekkor vált a vizitkártya-készíttetés és -gyűjtés lázas tevékenységgé és tömegek szükségletévé. A társadalom széles rétegei gyűjtötték híres emberek és ismeretségi körük fényképes portréit. A lavinát John Mayallnak az angol királyi család tagjairól készített Royal Albuma indította el. A tizennégy darab vizitkártya rövid idő alatt több, mint százezer példányban fogyott el, Albert herceg portréjából pedig a halálát követő héten

<sup>10</sup> Pierre Loti látogatásának Carmen Sylvánál tett jelenetei, értelmezései szóban is terjedtek a párizsi szalontársaságokban, főként Loti alakjára koncentráva. Justh Zsigmond így ír erről naplójában: „Most Elena Vacarescu elmondja *Pierre Loti* látogatását Sinaiában. Elég furcsa epizódok.

A királynő körülveve udvari hölgyeitől az egyik teremben ült, amint a komornyik bejelenti a »Pêcheur d'Islande« íróját. Mindenki figyelemmel fordul az ajtó felé, amely feltárul, s rajta egy igen kicsiny, vézna, a tengerésztiszt uniformist egy cseppet sem méltóan viselő úriember lép be. Síri csend. A kis alak idegesen megmozdul, néz jobbra-balra, mintha karjait elvesztette volna, úgy inog előre-hátra. Végre odaimbolyog a királyné elé, s meghajtja magát. A királyné megszólítja – felelni nem tud. Újabb csend.

Végre Elena megkönyörül rajta, s jelenti, hogy Őfelsége a király is óhajtaná látni.

A királyné odafordul hozzá, s megkérdi oláhul, igaz-e?

»Dehogyan – de hát valamit csak kelle vele tennünk« feleli a rendkívüli applombu fata.

Pierre Loti makog valamit, s a királyné kéri, kövesse őt, s így egyedül elmennek.

En deux kevésbé ügyetlen, s végre kitör lelkéből önmaga, s a 7-ik napon már legjobb barátságban van a királynővel, együtt sétálnak a hársfák alatt. Erzsébet átváltozik Carmen Sylvává – s versenyt énekel a fülemülékkel” (Justh 1977: 140).

hetvenezer darabot vettek meg. A kor legnagyobb fényképgyűjteményével állítólag Garibaldi rendelkezett. Hatalmas gyűjteményt birtokolt azonban a fotográfiát modellként is kedvelő Viktória királynő, aki több, mint száz albumot állított össze. Erzsébet császárné és királyné is jelentős fényképgyűjteménnyel rendelkezett. Ehhez a gyűjteményhez tartozott például az az album is, amelyet 1866-os pesti tartózkodása emlékére állított össze *Magyar úrhölgyek és urak* címmel. (A Ferenc Józsefről és Erzsébet királynéről készült fényképekről lásd Tomsics 2009.)

A kor fényképalbumaiban a családi portrék mellett ikonikus személyek, költők, írók, színészek, népszerű politikusok, kormánytagok arcképei kaptak helyet eredeti fotográfia vagy litográfia-reprodukció formájában. A fényképezés elterjedésével a királyi fotográfiák is nagy népszerűségnek örvendtek a korban, mivel sajátos közösségi identitás kifejezői voltak. Közszereplők figuráit egyesítették ugyanis az egyéni szubjektivitás reprezentációival. Egy-egy évforduló, fontos esemény vagy politikai fordulat jelentős mértékben meg is növelte az arcképek iránti keresletet, valamint a fényképek forgalmát. A közösségi identitás kifejezése érdekében azonban már a korszakban is éltek esetenként a fotográfia manipulálásának lehetőségével. Ferenc József és Erzsébet 1866-os magyarországi látogatása idején a róluk terjesztett magyar ruhás fényképek ilyen manipuláció eredményei voltak. Nem bizonyított, hogy a manipulált képek „felsőbb utasításra” készültek volna, sokkal inkább a közönségigény felismeréséről és kielégítéséről lehetett szó esetükben. Az ily módon manipulált fotográfiákon a nemzeti érzés és a királyhűség összeegyeztethetősége iránti vágy, az idegen, a nemzet forradalmát vérbe fojtó dinasztia magyarrá fogadásának szándéka és egyben a közvélemény befolyásolásának célja nyilvánult meg (Tomsics 2009).

Viktória és Erzsébet királyné esetében a fotográfia a dinasztia legitimálását szolgálta,<sup>11</sup> Carmen Sylva, Erzsébet román uralkodóné azonban a fényképet elsősorban új identitása, a művész-királyné, az író-királyné mítoszának terjesztésére használta. Az új médium erejében rejlő lehetőségeket felismerve, a fényképezőgép által megörökítendő kompozíciókat ő maga tervezte meg egy bukaresti fényképész, Franz Mandy segítségével. A fényképeket sokszorosították és a korabeli európai lapok hasábjain terjesztették. A Vasárnapi Ujság 1891-es évfolyamának május 31-ei száma például két, rendkívül színpadias szerkezetű fotográfián keresztül mutatta be a nagyközönségnek az író királynét. A lap I. Károly uralkodásának 25 éves jubileuma alkalmából közölt cikket az uralkodóról és nejről.<sup>12</sup> Míg azonban a királyt az uralkodóportrék szokásos konvenciói szerint egyenruhában, mellén számos kitüntetéssel ábrázolta,<sup>13</sup> a királynét a modern fotográfia egyik kedvelt műfaján, a *tableaux vivant*-on keresztül. A lapban közölt két fénykép közül az egyikben Carmen Sylva a Peles-kastély könyvtárszobájában ül, és alakját szinte elnyeli az őt körülvevő, lenyűgöző, barokkosan túldíszített környezet. A királyné karosszékekben hátradőlve, aléltan tekint a kezében lévő könyvre, háta mögött faragott oszlopokon álló erkély alatt hatalmas könyvespolc, mellette kisasztal, drapériákkal gazdagon díszített heverők, kanapék, fotelek, a padlón vastag, művészi szövésű szőnyeg, a falon pedig festmények. A lap másik oldalán közölt fénykép már kiemeli az őt szinte magával ragadó gazdag háttérből, egyéníti alakját. Az uralkodóné ezen a fényképen román nemzeti viseletben szintén karosszékekben ül, enyhén elfordulva a szék előtt álló festőállványtól. A fotográfia egy élő kép kimerevítése, amelyen a képhez fűzött magyarázat szerint Carmen Sylva misekönyvet fest a bukaresti székesegyház számára. Egy későbbi, ugyanazon év szeptember 20-án, szintén a Vasárnapi Ujságban megjelent fénykép hasonló művész-megjelenésben mutatta be alakját. A királyné ismét román népviseletben ül karosszékekben, és bal kezének mutatóujjával a mögötte álló hárfára mutat.<sup>14</sup>

A Hubay Jenő és Pierre Loti által említett, görög szabású, tündéres fehér toaletteben is gyakran állt Carmen Sylva fényképezőgép elé. Így ábrázolta az a fotográfia, amelyet a Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre közölt róla 1901.

11 Erzsébet osztrák császárné és magyar királyné magyarországi portré-ikonográfiájában például kulcsfontosságú volt az a sorozat, amelyet Emil Rabending készített róla, az újabb osztrák kutatások szerint 1866 végén. A fényképeken a királyné egy szembeforduló és egy profilbeállításban a majdani magyar koronázási díszruhában jelenik meg (Borovi 2012).

12 [n. n.] (1891): I. Károly román király uralkodásának negyedszázados jubileuma, *Vasárnap Ujság*. 38. évf., 22. sz., máj. 31., 347–348.; [n. n.]: »Carmen Sylva«, *Erzsébet román királyné*. Uo., 351–352.

13 Az uralkodóportrék konvencióiról Ferenc József kapcsán lásd Borovi (2012).

14 [n. n.] (1891): Carmen Sylva. *Vasárnapi Ujság*, 38. évf., 38. sz., szept. 20., 616. A népviselet dinasztikus célokra való használata olyan jelenség volt a 19. századi uralkodói házaknál, amely a társadalom megnyerésére tett, számos egyéb külsőségekben kifejezett gesztus kontextusában értelmezendő. A nemzeti ébredés és a polgárosodás hatására ugyanis az egyház és a feudális monarchia már nem volt többé elsődleges fókusz a alattvalói hűségnek, a dinasztia mítosza jelentős presztízvesztésen ment keresztül. A saját nemzettel vagy esetünkben az „adoptált” nemzettel való azonosulást fejezte ki szimbolikus módon a nemzeti jegyeket hordó öltözet. A stratégiát számos európai uralkodóház alkalmazta, akiknek tagjait gyakran öltöztették nemzeti stílusú viseletbe, fényképezték őket így le, és terjesztették a sokszorosított ábrázolásokat monarchiaszerte (Fülemile 1998).

április 16-ai számában.<sup>15</sup> A fénykép előterében a királyné egy kényelmes kanapén hátradőlve tekint két korabeli csodagyerek, a budapesti születésű, Hubay Jenő-tanítvány Geyer Stefi hegedűművész és a bukaresti Csonka Anica (Aurelia Cionca) zongoraművész játékára. Alakját szinte eltemeti fehér ruhájának és a ruha mellé a kanapéra helyezett terítőnek a gazdag redőzete. A háttérben művészi kivitelezésű bútorzat, festmények és egy mellszobor.

Carmen Sylva első irodalmi sikerei után, amelyek népszerűsítéséhez nagyban hozzájárult a róla 1883-ban Nathalie von Stackelberg német bárónőtől megjelent, később hat kiadást és egy angol fordítást is megért életrajz (Stackelberg 1883, angolul Stackelberg 1890), nagyon tudatosan törekedett arra, hogy külalakját, fizikumát is művészidentitása kifejezésére használja. A korabeli női hajviselethez képest rendhagyó módon rövidre vágatta haját, és sajátos öltözködésmódot talált ki magának. Selyemből készült, tunikaszerű fehér ruhákban járt, amelyeket hatalmas, gyakran hamis ékszerekkel és saját maga és udvarhölgyei által készített csipkével díszített, mindezt természetesen a dekoratív hatás érdekében. Hatalmas, alakatlan kabátokat hordott, amelyeket ritka szőrmeekkel díszített, és sokszor mókás hatású kalapokkal egészített ki. A művészidentitást közvetítő verbális és vizuális eszközök hatását társasági megjelenéseivel is erősítette. Öltözködésbeli merészsége gyakran szült ezért ellentmondásos megítélést a korban. Mária Valéria főhercegnő, Erzsébet magyar királyné legkisebb lánya is „kissé különösnek” vélte az uralkodóné tolettjét a román királyi házaspár egyik budapesti látogatása alkalmával. Mária Valéria leírása a Carmen Sylvával való találkozásról naplójában 1884. november 11-én:

„A Papa és a királyné kiszáll. Az első benyomás: apró, fiatalos alak, barátságos, üde arc, erősen kipirosítva. A díszlépcsőn jön fel. A Mama köszönti. Amália és én mély meghajlással üdvözljük. Odajön hozzánk, elragadóan barátságos mozdulattal nyújtja a kezét, és megcsókol bennünket. Ezt nevezik kékharisnyának, gondolom magamban, amikor szemügyre veszem nevető, nagy zöld szemét, fogait... Ó, Carmen Sylva, ha olvasni tudsz a szívekben, akkor tisztában kell lenned velem, hogy ama órától fogva szívünk a tiéd... fenntartás nélkül... A toalettje egy kissé különös. A királyné a nagy szőrme kabát alatt nagyon sötét bársonyból varrt, tarka hímzéssel díszített bő, szinte slafrokszerű köntöst viselt, amit egy kötélszerű selyemzsinórral erősített a derekára. Zárt kalap volt a fején, ami nagyon jól állt neki, fátyolt viselt és cvikkert” (Schad 2001: 56).

Carmen Sylva márkanévének a művészidentitás széles körben való propagálása mellett azonban egyik legmarkánsabb összetevője lelki, spirituális értékeire vonatkozott. A korabeli magyar nyelvű sajtóban róla megjelent cikkek közül egyik sem mulasztotta el kiemelni, hogy „a királynő fő diszét és nagyságát szíve képezi” (Farkas 1882: 42), hogy „Szépet és jót tesz. Egy egész nemzet szereti, imádja. Az egész világ tiszteli és bámulja” (Hubay 1889: 5). Pierre Loti is megjegyezte, hogy mosolyának legfőbb bája „a benne nyilvánuló szívbéli jóság és jóakaratban rejlett” (Loti 1891: 15). Jóságának hitelességét az emberi szenvedés egyetemes tapasztalatának hangsúlyozásával erősítették a korabeli leírások. A jóságos, a gondoskodó, az elesettekre figyelő királyné képének alakítása során a leírások elmaradhatatlan tartozékává vált személyes élete tragikumának, komoly és örömtelen gyermekkorának, majd egyetlen gyermeke elvesztésének a megemlézése. A fájdalom személyes megtapasztalásának a kiemelése így az empatikus, a tömegek fájdalmával is azonosulni tudó királyné képét közvetítette az olvasóközönségnek:

„De királynő létére s »a bálványok örök mosolya« lévén osztályrésze, azt hittem, nem lehet tudomása az emberi lélek setét rejtélyeiről, titkos szenvedéseiről, – s ámulattal láttam, hogy alaposan ösmer minden gyötrelmet, minden nyomorúságot, a legszerényebbek, legkisebbek szenvedését ép úgy érti, mint a nagyok és a hatalmasokét” (Loti 1891: 16).

15 [n. n.] (1901): Geyer Stefi Carmen Sylvánál, *Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre*, 36. évf., 15. sz., ápr. 16., 3.

Az érzelmi azonosulás azonban fordított irányban is működött: nemcsak a királyné azonosult a nép, hanem a nép is a királyné fájdalmával. A boldogtalanság és a személyes tragédiák motívuma egyébként hasonló módon épült bele Erzsébet magyar királyné nyilvánosan alakított imázsába, és kultuszának egyik alapvető érzelmi indítékává vált. Erzsébet boldogtalanságát az őt ért személyes tragédiák miatt ugyanolyan megértés övezte, különösen Rudolf öngyilkossága után. A korabeli szövegek pedig gyakran Szűz Máriához hasonló fájdalmas anyaként, Mater Dolorosaként jelenítették meg alakját (F. Dózsa 1992).

A jóságos, segítő királyné mítoszának széles körben való terjesztése nemcsak a sztárkultusz és a szerzőség modern jelensége, hanem a tömegsajtó és a királyság intézménye átalakulásának tekintetében is szolgálhat érdekes tanulságokkal.<sup>16</sup> A 19. századi uralkodókat a szociológiai szakirodalom tradicionális autoritásként tartja számon. A tömegsajtó azonban e tradicionális hatalmi intézményeket is drámai módon alakította át.<sup>17</sup> Amint a politikailag semleges tömegsajtó megjelent a lappiacon a 19. század folyamán, a kereskedelmi szempontok sok lap esetében felülírták a korábbi pártpolitikai érdeklődést. A szerkesztők így arra törekedtek, hogy széles tömegek számára dramatizáljanak meghatározott témákat, vagy más lapok feltűnéseltető címfejeit visszhangozzák. Az újságok széles körben tehát a sokkal érzelemdúsabb, egyénivé formált és feltűnéseltető beszámolókra törekedtek.

A Carmen Sylvával kapcsolatos szenzációkeltés legismertebb példája a 19. századi lapokban a Helene Vacaresco-ügy volt, ebben a történetben ugyanis a szenzációéhes olvasóközönség érdeklődésére lehetett számítani. Nem többről és nem kevesebbről volt ugyanis szó, mint egy meghíúsult, ám hatalmas érdeklődést keltő szerelmi afférról. A Vasárnapi Ujság 1891-es évfolyamának július 26-ai száma – jól ismerve olvasóközönsége preferenciáit – erre a szerelmi történetre utalva fűzött magyarázatot a lap ugyanazon számában Carmen Sylváról és Hélène Vacarescoról megjelent közös fotográfiához.<sup>18</sup> A fénykép már első ránézésre jól érzékeltette azt a kötetlen, udvari formalitásoktól mentes baráti viszonyt, amely a két nő között létezett. A fénykép Carmen Sylvát Hélène Vacaresco vállát átölelve jeleníti meg, amint a két hölgy egymás fele fordulva, jobb, illetve bal kezét felemelve beszélget egymással.

Hélène Vacaresco 1888-ban lett Erzsébet királyné udvarhölgye. Az uralkodóné rövid időn belül anyai szeretettel viszonyult a fiatal lányhoz, akinek olyannyira sikerült megnyerni bizalmát, hogy még a királyné titkos spiritista szeánszaira is bebocsátást nyert. Carmen Sylva életrajzírója szerint Hélène Vacaresco egyik ilyen spiritista szeánszon árulta volna el, hogy Ferdinánd trónörökös, Károly király öccse érdeklődésével tüntette ki (Badea-Păun 2007). A királyné kezdettől fogva pártfogolta udvarhölgye és a trónörökös ügyét, 1890-ben még az eljegyzést is megtartották, ám az esküvőre végül nem került sor. A román miniszterek ugyanis az épp létrejött román királyság jövőjét féltve nem egyeztek bele a házasságba, mivel a Vacaresco-lány nem fejedelmi családból származott. Az ügyből kisebb botrány lett, amelyet Európa-szerte figyelemmel kísértek és kommentáltak a korabeli lapok. A romániai újságok, a királyság sorsát féltve, elítélően nyilatkoztak a királynénak az ügygel kapcsolatosan tanúsított magatartásáról, és az európai sajtó állásfoglalása is kétértelmű volt. Egyrészt bírálták a királynét, másrészt pedig, mint ahogy a Vasárnapi Ujságban megjelent cikk is tette, továbbmitizálták a jóságos, a rászorulókat pártfogoló királyné alakját.

A tömegsajtó stílusváltása tehát szükségszerűen a tradicionális hatalmi intézmények verbális és vizuális percepcióját is érintette. A királyi individuum konstrukciójában a korabeli szövegek és fotográfiák immár az egyénítést és az emberi összetevőt emelték ki. A *fin-de-siècle* individualista életérzése a szubjektív tapasztalatot helyezte előtérbe, és ebben az összefüggésben a modern királyság képzete is az egyéni személyiségjegyek kifejeződésével függött össze. A kérdéskör jelentőségét pedig nem az említett individuális karakter tényleges megléte adta, hanem sokkal inkább az értelmezők azon törekvése, hogy az uralkodó figuráját a közönségnek egy látható személyiség iránti vágyakozásával kibékítse (Kohlrausch 2010).

16 Erzsébet osztrák császárnénak, későbbi magyar királynénak az 1866-os magyarországi látogatása idején a női „mecenatúra” szerepkörébe tartozó intézményekben tett látogatásai hasonló módon járultak hozzá a jóságos, segítő királyné mítoszána kialakulásához és terjedéséhez (vö. Vér 2012).

17 Arról, hogy Viktória királynő miként vált a média segítségével a viktoriánus kor igazi sztárjává lásd Plunkett (2003). Ferenc József kispolgári igények szerinti „emberszabásúvá” való átszabásáról a Ferenc Jósának nevezett szalonkabát viselete és szóhasználat, illetve a király betegségeinek sajtóközvetítése kapcsán lásd Gerő (1993).

18 „Fejedelmi családok szerelmi regényei mindenkor fel szokták kelteni a közönség érdeklődését. Mennyivel inkább akkor, mikor a regényben, ha nem is főszemélyként, egy koronás fejű költőnő is szerepel” ([n. n.] (1891): A román királyné és Vacarescu kisasszony, *Vasárnapi Ujság*, 38. évf., 30. sz. júl. 26., 489).

A társadalomtudományos szakirodalom szerint a sikerorientált kultúrákban a sztárok valójában rajongóik megkülönböztetés és ragyogás utáni vágyának megtestesítői. A különböző társadalmak az önmegvalósítással és az egyediséggel kapcsolatos uralkodó mítoszokat projektálnak elkerülhetetlenül a hírességekre. David Marshall szociológus szerint a hírességek az individualitás nyilvános megjelenítői a kultúrában. Ez is azt támasztja alá, hogy a sztárkultusz adott történeti korban való vizsgálata a kulturális elemzés igen hasznos eszköze lehet (Berlanstein 2004). A kérdés különösen izgalmas nők esetében, azok kétértelmű és gyakran megkérdőjelezett egyéni státusa miatt. A maskulin identitás történetileg a nyilvános szférához, a személyes küzdelemhez és az önmegvalósításhoz kapcsolódott szorosán. Így a hírességstátus sokkal könnyebben volt elérhető a férfiak, mint a nők számára, az utóbbiaknak a női eszménykép ugyanis a privát szférába visszavonuló élet- és magatartásmódot írt elő. S noha nők is válhattak hírességgé a 19. században, a női és a férfi léttér szigorú elkülönülése miatt igencsak nehezen élvezhették a kivívott hírnevet. A 19. század női hírességei többnyire a színház falai közül kerültek ki. A leghíresebb közülük a francia Sarah Bernhardt volt, aki a festő Rosa Bonheurhöz hasonlóan a különködést választotta női sztársága túlélésének stratégiájaként (Roberts 2010).

A 19. század nőnemű királyi sztárjai közül a rendkívül vonzó Erzsébet osztrák császárné és magyar királyné – közismert nevén Sissi – választékos szépségkultusza, speciális diétái és a császári udvarból való több hónapos kimaradásai révén ragadta meg a nyilvános képzeletet.<sup>19</sup> Tizenhat éves múlt csak, amikor házasságot kötött Ferenc Józseffel. Házasságkötésüket azonban az anyósával való folyamatos konfliktusai követték, a nézeteltérések pedig a császárral való kapcsolatára is kihatottak, és éveken át tartó, a bécsi császári udvartól távol eső kastélyokba való vándorlást eredményeztek számára. A köztudatban így vált Erzsébet a szabad egyéniség idejétmúlt udvari ceremóniák által való elnyomásának szimbólumává Európa-szerte. Magyar vonatkozásban az Erzsébet-kultusz sajátos társadalomlélektani, politikai vonatkozásokkal egészült ki. Ferenc József személyének a magyar nemzeti tudatban betöltött problematikus megítéléséből adódóan Erzsébet a mitizálódás folyamata révén az egyensúlyteremtés, Ferenc József elfogadtatásának, az uralkodó és a magyar nemzet közötti konszenzus elősegítésének szimbólumává vált.<sup>20</sup>

A királyi individuumok konstrukciójában a személyességet mélyen meghatározó emberi összetevő az érzelmi azonosulás és a sztárkultusz alapvető feltétele is volt egyszerre. Ez a magyarázata valójában annak a ténynek, hogy a Budapesti Hírlap már idézett karácsonyi mellékletében közölt Hubay-cikk a román királynéről egy Erzsébet magyar királynéről szóló, Falk Miksa által írt cikkel együtt jelent meg (Falk 1889).<sup>21</sup> A Falk-írás apropója Erzsébet magyar királyné december 24-ei születésnapja volt, a szerkesztőség a két írást pedig egymás után közölve, mintegy egymás viszonyítási pontjaként tárta az olvasóközönség elé. A 19. századi európai dinasztiák két olyan női képviselőjét helyezte így módon a lap egymás mellé, akiknek korabeli rendkívüli publicitását elsősorban a személyükhöz kapcsolódó érzelmi viszonyulásmód, vagyis széles tömegek által való szerethetőségük mozgatta. Míg azonban Erzsébet magyar királyné mindvégig megmaradt a béklyóba kötött modern individuum vergődésének szimbólumaként, Carmen Sylva éppenséggel a művészethez és főként az íráshoz való viszonyulása révén vált a személyes szabadság kivívásának jelképévé a korabeli Európában. Ez a szabadság pedig egyszerre jelentette uralkodónőként a monarchikus keretek közül, nőként pedig a korabeli előírt privát szférából a nyilvánosságba való kitörés lehetőségét. Miközben az írást tehát, életműve legújabb értelmezője szerint, dinasztikus célokra, a fiatal román királyság így módon való népszerűsítésére és az önmitizálás fenntartására való eszközként használta (Zimmermann 2013), a tradicionális monarchikus szerep meghaladásával, modernizálásával egy időben a női szubjektum írás révén való kiteljesítésének mintájává is vált az írónság még igencsak vitatott korszakában.

19 A 19. század második harmadában két uralkodónőt tartottak a világ legszebb asszonyának. Az egyik Eugenie francia császárné, a másik Erzsébet osztrák császárné és magyar királyné volt. Az előbbi fekete hajú, kreol bőrű szépség és – mai szóhasználattal élve – igazi divatdiktátor volt. Ám uralma a szépség és a divat területén csak addig tartott, míg férje, III. Napoleon politikai hatalma. 1870-ben le kellett mondania a trónról és a társasági életben vitt vezető szerepéről. Erzsébet ettől a pillanattól kezdve vetélytárs nélkül maradt (vö. [n. n.] (1999): Egy 19. századi sztár: Sissi. *Rubicon*, 10. évf., 9–10. sz., 48).

20 Az Erzsébet-mítosz magyarországi vonatkozásáról lásd Gerő (2004), Vér (2006a). Magyarországi kultuszának alakulásáról lásd Rákai (2010).

21 Falk Miksát Erzsébet 1866-ban kérte fel arra, hogy a magyar nyelv mellett a magyar történelemre és kultúrára tanítsa (F. Dózsa 1999).



## Sztárkultusz és irodalom: Carmen Sylva műveinek értelmezése magyar kontextusban

A 19. század végére egyre bővülő reprezentációs hálózatok közegében a hírességek és a híres szerzők a modern élet eszményeit és nyugtalanságait egyaránt megtestesítő, példaértékű személyiségekké váltak a nagyközönség számára (Easley 2011). Carmen Sylva kifejezetten tartózkodott attól, hogy életművének bizonyos darabjai, főként a Mite Kremnitzcel közösen írt regények a „női irodalom” kategóriájába kerüljenek, magyar kontextusban azonban írásainak fogadtatása éppenséggel ebben a környezetben zajlott és vált mintaértékűvé.

A *Két világból* és az *Astra* című regényéről, valamint *Egy levél* című elbeszéléséről a művek fordítója, Harmath Lujza írt hosszú, három részes cikket a Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre című lapban.<sup>22</sup> Harmath már tanulmányának címében egyértelműen utalt fő elemzési szempontjára: a Carmen Sylva személye és az általa írt művek nőalakjai közötti korrelációra. A tanulmány első része a virtuális irodalmi turizmus jegyében mutatja be a királyné alakját és az őt körülvevő természeti környezetet. A korábbi sajtócikkek toposzrendszerét követve az uralkodónét mitikus környezetbe – egy csodálatos földdarabra épített tündérpalotába – helyezi. A narratori hitelességet a közvetlen, a helyszínen megtapasztalt látványbeszámoló biztosítja.<sup>23</sup> A mitizálás a királyné spirituális nagyságának bemutatásával folytatódik, az erre vonatkozó információkat a tanulmány narrátora pedig mintegy a Peles patak csobogásából gyűjti össze. Carmen Sylva személyiségének legfőbb jellemzője a szenvedéseken való méltó emberi felülemelkedés és az önfeláldozó szeretet, amely a szenteknek kijáró tisztelettel övezi alakját.<sup>24</sup> A mítoszteremtéshez tartozik továbbá a királynéval való személyes találkozás narratori „megrendezése” is. A találkozás „hipnotikus hatása”<sup>25</sup> az uralkodói hitves műveinek utólagos értelmezésére is kiterjed. A Carmen Sylva környezetével és személyével való közvetlen ismerkedés így művei „hiteles” értelmezésének feltételévé válik. A szöveginterpretáció tehát olyan hermeneutikai aktusként tételeződik, amelyben a szöveg mögöttes jelentéseinek felfedését a személyes impressziók újraátélése és felidézése teszi lehetővé.<sup>26</sup> A mitikus élettér és alak bemutatása az értelmezés elengedhetetlen feltételévé és egyben kulcsává is válik Harmath Lujza tanulmányában. S nemcsak a szöveginterpretációra vonatkozóan szolgál tanulságokkal, hanem magával az írói foglalkozással kapcsolatosan is. A minőségi, hiteles irónóság ismérve ily módon a Carmen Sylváéhoz hasonló valódi elhivatottságban, belülről fakadó késztetésben, és nem a külső jegyekkel való érvényesülésben tételeződik. Harmath valódi idealistának látja és láttatja Carmen Sylvát, akinek munkássága mintegy ellenpontozza az irodalmi realizmus korabeli „szürke” divatját. A művek értelmezése elválaszthatatlanná válik a királyné alakjától, a narratori hang Harmath Lujza értelmezésében a szerzőinek adja át a helyét Carmen Sylva műveiben. Olyannyira, hogy az elemzett munkák különböző nőalakjai Harmath meglátásában Carmen Sylva alakjával kerülnek elválaszthatatlan kapcsolatba. Az uralkodóné mintegy saját szubjektumát írja bele nőalakjainak különböző változataiba. Harmath Lujza szerint a királyné személyisége révén önmagában eszményíti a nőt, és ez az eszményi nőideál íróitollá révén

22 Harmath Lujza (1891): Carmen Sylva és kiválóbb nőalakjai. *Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre*, 26. évf., 18. sz., szept. 16., 137–138., 22. sz., nov. 16., 169–170., 23. sz., dec. 1., 178.

23 „Én is hallottam róla pár év előtt, s én is – apró porszem az égitüneményhez – elmentem a kárpátok e felséges tájára s kerestem az alkalmat, hogy e dicskoszorúza főt, e kiválasztott lényt megláthassam” (uo. 137).

24 „Egymagára volt hagyatva, de ereje nem törött meg. Ez elhagyatottság közepett egy dicsfény szállt feléje, s ő felismervén égi származását, erős kezekkel megragadta. Azóta ékíti koronáját s néha vakítóbbak sugarai mint amannak. [...] E dicsfény nem engedi többé csüggedni, kétkedni, kétségbeesni. Emberi hivatását összevegyíti isteni származásával és e kettős összevegyítés adja meg azt a gyönyörű őszhangot, mely úgy megnyeri részére a sziveket” (uo.).

25 „Egészen el voltam bűvölve. Lelkem oda tapadt ez arcra, melyre az élet annyi méltatlan szenvedés barázdáit vonta s alakja, egész lénye kitörölhetlenül vésődött be emlékembe” (uo.).

26 „Azóta lelkem gyakran imbolygott a kárpátok ez éden kertjében s mig képzeletben hallgatom a Peles gyönyörű regéit, lelkemet igyekszem kiemelni a mindennapiság alantas légköréből, hogy képes legyen megérteni azt a magasan szárnyaló költészetet, mely e bájos tündér-kertben születve, csakhamar túlemelkedik az ország határán s hódít idegen országokat s népeket” (uo.).

transzponálódik műveibe. Nőalakjai jellemvonásainak kiemelt értékei, a hit, a szeretet és a kötelességérzet ugyanakkor 19. századi háztartási ideológia *angyal* metaforájának hatáskörében helyezi el mindnyájukat.<sup>27</sup>

A *Két világból* című regény női főszereplője uralkodó hercegi család lánya, aki egy esztétikai munka elolvasása kapcsán ismerkedik meg egy független gondolkodású ifjú tudós-tanárral. Levelezésbe kezdenek, majd egy zeneünnepélyen való személyes találkozás során végzetesen egymásba szeretnek. A regény a lány lelki vívódásait, küzdelmét követi nyomon a házasságot ellenző apának való megfeleléskényszer és a fiatal tanár iránti szerelem között. Az *Astra* egy nevelőintézetből frissen kikerült fiatal lány története, akit súlyos morális dilemma elé állítanak a regény eseményei. A nevelőintézetből ugyanis férjzett nővére házába kerül, ahol beleszeret sógorába. A férfi azt ajánlja, hogy „tisztá erkölcsi fogalmaival” szakítva szökjön meg vele, a lány viszont visszautasítja az ajánlatot, és utólag, védekezéséül férjhez megy egy másik férfihez. Mégis, véletlenül úgy adódik, hogy később ismét félreérthető helyzetbe kerül sógorával, nővére gyanút fog, és bánatában öngyilkos lesz gyerekeivel együtt. *Astra* pedig végül belehal a folytonos önvádba. Az *Egy levél* női főszereplője is hasonló módon sorozatos szenvedéseken megy keresztül, hasonló módon morális dilemma elé állítja az élet, de ő is a szenvedést és az önfeláldozó életet választja személyes boldogulása helyett.

Harmath értelmezésében a fenti nőalakok a „női méltóság, a kötelességérzet, a fennkölt gondolkodás eszményképei, a valódi nő ideáljai”, akárcsak Carmen Sylva. A Harmath-tanulmány eleji topográfiai leírások tehát a tárgyalt művek értelmezéséhez adnak kulcsot, a művek és az elemzési szempont („nőalakok”) viszont szerzőjük „igazi” énjének megjelenítését szolgálják. Az értelmezés folyamata így olyan kultikus aktussá válik, amelyben az értelmezett művek nem önmagukért, hanem szerzőjük imázsának kultikus továbbépítéséért válnak figyelemre méltóvá. Harmath Carmen Sylva-olvasata tehát abba a kultikus interpretációs kontextusba illeszkedik, amelyben a román királynéra projektált korabeli mítoszok mintaként állítódnak a divatlapot olvasó kortárs női olvasóközönség elé, és amelyben a szerzői ének a nyilvánosságban forgalmazott képe óhatatlanul rátelepszik munkáinak értelmezésére is.

## Összegzés

Miközben a 19. század olvasója lépten-nyomon Carmen Sylva nevével találkozott a korabeli női folyóiratok oldalain, illetve a politikai napilapok tárcarovatában, neve mára teljesen ismeretlenné vált, különösen magyar kulturális közegben. Olyan sztárja volt ő a 19. századnak, akinek életműve nem élte túl személyes hírnevét. Rendhagyó, a tradicionális dinasztikus és női szerepeket megkérdőjelező és újraértelmező személyisége és életmódja azonban fokozott érdeklődést és figyelmet váltott ki a korban, ennek a figyelemnek pedig a tömegsajtó volt az ösztönzője, a fenntartója és a folyamatos kiszolgálója. Az útikönyvek és úti beszámolók, az illusztrált folyóiratok, a pletykarovatok, valamint a fényképezés megjelenésével párhuzamosan ugyanis a hírességek életével, otthonával, testével kapcsolatos megszállott olvasói érdeklődésnek is tanúi lehetünk a korszakban. A hírességek iránti érdeklődés motivációi pedig nemcsak a mintakövetésben ragadhatók meg. A híres szerzőket már a 19. században is a tömegkultúra motorjának tekintették, műveik ugyanis az áruként felfogott irodalom iránti egyre növekvő keresletet elégítették ki.

Carmen Sylva, Erzsébet román királynénak a magyar sajtó hasábjain való jelenléte a szerzőségnek a tömegsajtó kontextusához kapcsolódó modern képzete felől vált tanulságossá. Esete azt példázza, hogyan válhat híres szerzővé a 19. századi sajtó hasábjain egy olyan író, akinek megítélésében nem az esztétikai értékítélet, hanem a személyes hírnév játszott döntő szerepet. Mivel azonban műveinek magyar kontextusban való korabeli recepciója elsősorban a női irodalom kontextusában zajlott, személyisége és rendhagyó királynői habitusa olyan követendő mintaként is funkcionált, amely az írói státusz vitatott társadalmi státuszát is kecsegtethette némi presztízs-növelő reménnyel.

<sup>27</sup> A háztartási ideológia (*domestic ideology*) azon, az európai kultúrában az 1830–1840-es évekre kialakult elképzelésen alapult, amely kibékítési kívánságot a nőket a velük kapcsolatosan kialakult három alapvető előfeltevéssel. Ezek a következők: a nők és a férfiak közötti biológiai különbségek természetes következménye, hogy az élet különböző területein tevékenykednek; a nők csak viszonylagos teremtések és személyük a családhoz tartozó férfakkal való kapcsolatuk révén artikulálódik; harmadsorban pedig a férfiaknak alárendeltek. A háztartási ideológia nem oldotta fel az elkülönülő tevékenységi területekkel kapcsolatos elképzelést, ám morális töltettel kompenzálta a háztartáson belül tevékenykedő nők önértékelését. Az elkülönülő tevékenységi területek új értelmezése szerint a nő ugyanis spirituálisan éppenséggel felsőbbrendű férfi társánál. Így alakult ki tehát a 19. század második felének középosztálybeli nőképe, az „angyal a házban” (*angel in the house*) eszményképe, aki földi paradicsommá, mennyországgá varázsolja a publikus szférától határozottan elkülönülő bensőséges családi kört, keresztény-morális befolyást gyakorol férjére és gyermekeire, és így járul hozzá a nemzet előmeneteléhez. A háztartási ideológiáról lásd Hall (1979), Jordan (1999) Langland (1992).

## Irodalom

- Badea-Păun, Gabriel (2007): *Carmen Sylva. Uimitoarea regină Elisabeta a României*. București: Humanitas.
- Berenson, Edward & Eva Giloi (2010): Introduction. In: Edward Berenson & Eva Giloi (eds.): *Constructing Charisma (Celebrity, Fame and Power in Nineteenth-Century Europe)*. New York: Oxford.
- Berlanstein, Lenard R. (2004): Historicizing and Gendering Celebrity Culture: Famous Women in Nineteenth-Century France. *Journal of Women's History*, vol. 16, no. 4, pp. 65–91.
- Borovi Dániel (2012): „Hát még semmi sincs a vásznon?” Fotóhasználat Ferenc József és Erzsébet magyarországi portréin. *Fotóművészet*, 55. évf., 2. sz., 114–123. o.
- Boyce, Charlotte (2013): At Home with Tennyson: Virtual Literary Tourism and the Commodification of Celebrity in the Periodical Press. In: Charlotte Boyce & Páraic Finnerty & Anne-Marie Millim: *Victorian Celebrity Culture and Tennyson's Circle*. Palgrave Macmillan.
- Braudy, Leo (1986): *The Frenzy of Renown: Fame and Its History*. New York: Oxford University Press.
- Braudy, Leo (2010): Secular Anointings (Fame, Celebrity and Charisma in the First Century of Mass Culture). In: Edward Berenson & Eva Giloi (eds.): *Constructing Charisma (Celebrity, Fame and Power in Nineteenth-Century Europe)*. New York: Oxford.
- Carmen Sylva (1881): *Rumänische Dichtungen. Deutsch von Carmen Sylva*. Herausgegeben und mit weiteren Beiträgen versehen von Mite Kremnitz, Leipzig: W. Friedrich.
- Carmen Sylva (1883): *Egy ima (Elbeszélés)*. Ford. B. Büttner Lina. Budapest: Aigner Lajos kiadása.
- Carmen Sylva (1885): *Rajzok*. Ford. Harmath Lujza. Budapest: Aigner.
- Carmen Sylva (1887): *Peles meséi*. Ford. Gidófalvy Géza. Nagy-Szeben: Reissenberger Adolf, Steinhausen T. utódja nyomdája.
- Carmen Sylva (1890): *Ki kopog?* Ford. Wohl Janka. Budapest: Athenaeum.
- Carmen Sylva (1893): *Házasság szerelem nélkül*. Budapest: Könyves Kálmán.
- Carmen Sylva (1894): *Jehovah*. Ford. Goldis János. Arad: Ungerleider Ny.
- Carmen Sylva (1898): *Zoé regénye*. Ford. Harmath Lujza. Budapest: Orsz. Irodalmi Rt.
- [Carmen Sylva; Kremnitz, Mite] Dito és Idem (1887): *Tábori posta*. 1–2. köt., ford. Fái J. Béla, Budapest: Singer & Wolfner.
- [Carmen Sylva; Kremnitz, Mite] Dito és Idem (1890): *Két világból*. Ford. Harmath Lujza. Budapest: Magyar Háziasszony Kiadó.
- [Carmen Sylva; Kremnitz, Mite] Dito és Idem (1893): *Astra*. Ford. Harmath Lujza. Győr: Gross.
- Falk Miksa (1889): December 24-én, Erzsébet királyné születése napján. *Budapesti Hirlap*, 9. évf., dec. 25., 2–4.
- Farkas Aladár (1882): Koronás írónők. *Magyar Bazár mint a Nők Munkaköre*, 17. évf., 6. sz. márc. 16., 41–42.
- F. Dózsa Katalin (1992): A szerep, egyéniség és mítosz konfliktusa Erzsébet királyné életében. In: *Erzsébet, a magyarok királynéja* (Kiállítás a Magyar Nemzeti Múzeumban 1992. május 18. – 1993. január 15.). Budapest: Magyar Nemzeti Múzeum.
- F. Dózsa Katalin (1999): Iszonyú magyar honvágym van. Erzsébet és a magyarok. *Rubicon*, 10. évf., 9–10. sz., 46–48. o.
- Easley, Alexis (2011): *Literary Celebrity, Gender and Victorian Authorship 1850–1914*. Newark: University of Delaware Press.
- Fülemile Ágnes (1998): Királyok nemzeti viseletben. (Példák a nemzeti elemek megjelenésére a 19. századi európai udvari öltözködésben). In: Szilágyi Miklós (szerk.): *Társadalomnéprajzi tanulmányok*. (A Magyar Tudományos Akadémia Néprajzi Kutatóintézetének Évkönyve XIX.). Budapest: Akadémiai.
- Gerő András (1993): Egy magyar kultusz: Erzsébet királyné. In: Gerő András: *Magyar polgárosodás*. Budapest: Atlantisz.
- Gerő András (2004): A „magyar asszony”, a „legszentebb élő nőalak”: Erzsébet királyné. In: Gerő András: *Képzelt történelem. Fejezetek a magyar szimbolikus politika XIX–XX. századi történetéből*. Budapest: PolgART.
- Hall, Catherine (1979): The Early Formation of Victorian Domestic Ideology. In: Sandra Burman (ed.): *Fit Work for Women*. London: Croom Helm.
- Hubay Jenő (1889): A román királynénál (Visszaemlékezés Sinaiban töltött napjaimra). *Budapesti Hirlap*, 9. évf., dec. 25. (Karácsonyi melléklet), 4–5.

- Ives, Maura (2012): Introduction: Women Writers and the Artifacts of Celebrity. In: Ann R. Hawkins & Maura Ives (eds.): *Women Writers and the Artifacts of Celebrity in the Long Nineteenth Century*. England, USA: Ashgate Publishing.
- Jordan, Ellen (1999): *The Women's Movement and Women's Employment in Nineteenth Century Britain*. London: Routledge.
- Justh Zsigmond (1977): *Naplója és levelei*. s. a. r. Kozocsa Sándor, Budapest: Szépirodalmi.
- Kohlrausch, Martin (2010): The Workings of Royal Celebrity. Wilhelm II as Media Emperor. In: Edward Berenson & Eva Giloi (eds.): *Constructing Charisma (Celebrity, Fame and Power in Nineteenth-Century Europe)*. New York, Oxford: Berghalm Books.
- Landgraf Ildikó (2001): Erzsébet, a magyarok királynéja – második Szent Erzsébet. In: Barna Gábor (szerk.): *A szenttiszelet történeti rétegei és formái Magyarországon és Közép-Európában. A magyar szentek tisztelete*. (Szegedi Vallási Néprajzi Könyvtár 8.). Szeged: Néprajzi Tanszék.
- Langland, Elizabeth (1992): Nobody's Angels: Domestic Ideology and Middle-Class Women in the Victorian Novel. *PMLA*, vol. 107, no. 2, pp. 290–304.
- Loti, Pierre (1891): Carmen Sylva. In: Carmen Sylva: *Ki kopog? Elbeszélés. Bevezetésül: Egy rajz*. Irta Pierre Loti, Francziából ford. Wohl Janka. Budapest: Az Athenaeum R. Társulat kiadása.
- Mole, Tom (2007): *Byron's Romantic Celebrity (Industrial Culture and the Hermeneutic of Intimacy)*. New York: Palgrave Macmillan.
- Plunkett, John (2003): *Queen Victoria First Media Monarch*. Oxford: University Press.
- Povedák István (2011): *Álhősök, hamis istenek? Hős- és sztárkultusz a posztmodern korban*. Szeged: Gerhardus Kiadó.
- Povedák István, szerk.) (2014): *Heroes and Celebrities in Central and Eastern Europe*. Szeged: Department of Ethnology and Cultural Anthropology.
- Putnoky Miklós (1910): *Carmen Sylva élete és művei*. Lugos: Auspitz Adolf könyvnyomdája.
- Rákai Orsolya (2010): Kaméleon-kultusz (Erzsébet királyné kultuszának alakulástörténete a kollektív identitás alakításától az egyéni identitás alakítása felé). In: Hites Sándor & Török Zsuzsa (szerk.): *Építés a kőfejtőben (Tanulmányok Dávidházi Péter hatvanadik születésnapjára)*. Budapest: Reciti.
- Roberts, Mary Louise (2010): Rethinking Female Celebrity. The Eccentric Star of Nineteenth-Century France. In: Edward Berenson & Eva Giloi (eds.): *Constructing Charisma (Celebrity, Fame and Power in Nineteenth-Century Europe)*. New York, Oxford: Berghalm Books.
- Schad, Martha & Horst (s. a. r.) (2001): *Mária Valéria főhercegnő, Erzsébet királyné kedvenc lányának naplója 1878–1899*. Ford. Simon László, Budapest: Gabo.
- Stackelberg, Natalie Freiin von (1883): *Aus Carmen Sylva's Leben*. Heidelberg.
- Stackelberg, Natalie Freiin von (1890): *The Life of Carmen Sylva (Queen of Roumania)*. London: Kegan Paul, Trench, Trübner & Co.
- Tomsics Emőke (2009): Királyi öltöztető babák. Az 1866-os királylátogatás képei. *Fotóművészet*, 52. évf., 1. sz., 117–125. o.
- Vér Eszter Virág (2006a): Erzsébet-mítosz. In: Vér Eszter Virág: *Erzsébet királyné magyarországi kultusza emlékezhelyei tükrében 1898–1914 között*. *Budapesti Negyed*, 14. évf., 2. sz., 9–38. o.
- Vér Eszter Virág (2006b): Erzsébet-ligetek. In: Vér Eszter Virág: *Erzsébet királyné magyarországi kultusza emlékezhelyei tükrében 1898–1914 között*. *Budapesti Negyed*, 14. évf., 2. sz., 46–56. o.
- Vér Eszter Virág (2006c): Emlékművek. In: Vér Eszter Virág: *Erzsébet királyné magyarországi kultusza emlékezhelyei tükrében 1898–1914 között*. *Budapesti Negyed*, 14. évf., 2. sz., 57–66. o.
- Vér Eszter Virág (2012): Újraértelmezett szerepvállalások avagy Erzsébet császárné alak-változásai 1866-ban. *Aetas*, 27. évf., 1. sz., 83–104. o.
- Vér Eszter Virág (2013): *Erzsébet királyné magyarországi kultusza 1914-ig (Emlékezhelyei tükrében)*. Doktori disszertáció, Budapest: kézirat.
- Vojan, Alexandru P. (1904): *Carmen Sylva (Studiu critic)*. Arad: Tipografia „Tribuna” George Nichin.
- Zimmermann, Silvia Irina (2010): *Die dichtende Königin. Elisabeth, Prinzessin zu Wied, Königin von Rumänien, Carmen Sylva (1843-1916). Selbstmythisierung und prodynastische Öffentlichkeitsarbeit durch Literatur*. Stuttgart: ibidem-Verlag.
- Zimmermann, Silvia Irina (2013): *Regina poetă Carmen Sylva. Literatura în serviciul Coroanei*. Cu o prefață de A.S.R. Principele Radu al României, traducere din germană de Monica Livia Grigore, București: Editura All.

**Török Zsuzsa** (1979, Marosvásárhely) irodalomtörténész, az MTA BTK Irodalomtudományi Intézet XIX. Századi Osztályának munkatársa. Kutatási területe: az írói életpályák és a sajtókiadványok kapcsolatának vizsgálata, az irodalom társadalmi használatának kérdései a 19. század második felében. Monográfiája *Petelei István és az irodalom sajtóközege. Média és társadalomtörténeti elemzés* címmel 2011-ben jelent meg a Ráció Kiadónál.

Kassay Réka

# Nemi szerepek az elemi iskolások mesehős-reprezentációiban<sup>1</sup>

**A gyermekeknek szóló médiatartalmak elsősorban a nemi szerepek mentén különülnek el egymástól. Elemi iskolás korban a lányok életében a sokat vitatott „rózsaszín korszak” dominál, a fiúk játékában a harcos történetek narratívái köszönnek vissza. Ez az írás egy mesehős-reprezentációkat vizsgáló doktori kutatás két esettanulmányát mutatja be: a lányok körében népszerű *Barbie* animációs sorozat, illetve a fiúk által kedvelt *Csillagok háborúja/A klónok háborúja*-sorozat interpretációit elemzi, figyelembe véve a gyerekek szociális háttérét. Az interjúkra alapozott közönségvizsgálat eredményei szerint a gyermekek neme szoros összefüggésben áll mesehős-preferenciájukkal, ez azonban különbözőképpen nyilvánul meg az eltérő (falusi vagy városi) környezetből származó gyerekek esetében. A mesehős neme befolyásolja a gyermekek befogadói attitűdjét is a hős-reprezentációkkal kapcsolatban. Nem véletlen tehát, hogy a mai mesék közönségüket elsősorban nemüknek megfelelően szólítják meg. A gyermekeknek szóló audiovizuális tartalmak fontos részét képezik a szülők és a nevelők hétköznapi diskurzusainak, a rajzfilmek interpretációinak tudományos hazai vizsgálatáról azonban kevesebb tapasztalatunk van. Ezt az űrt igyekszik csökkenteni az alábbiakban bemutatott kutatás.**

## 1. Bevezető

„A televízió gyermekműsoraiban a harcra, küzdelemre, önérvényesítésre, autonóm döntéshozatalra felszólító üzenetek szinte kizárólag a fiúknak szólnak, az ártatlanság, a kiszolgáltatottság, a támaszkeresés és a gondoskodás üzenetei pedig egyértelműen a lányokat érik el” – írja Ranschburg Jenő *Áldás vagy átok? Gyerekek a képernyő előtt* című könyvében (2006: 100). A pszichológus azt is hozzáteszi, hogy a rajzfilmekben, még az olyan békés, didaktikus sorozatokban is, mint az amerikai *Muppet Show* vagy a magyar *Mekk mester*, alig hallani női hangon megszólaló figurát.

Tény, hogy a gyermekeknek szóló tartalmak elsősorban a nemi tényezők alapján különülnek el egymástól, a főszereplők pedig a férfi- és a női szerepekről szóló üzeneteket közvetítenek a gyermeknek. Ezt nagyon jól tükrözi a *Tévémaci* példája. Az animációnak több változata is megjelent az évtizedek során,<sup>2</sup> a legutóbbi (2012-es) filmecske viszont radikálisan eltér a többitől, ugyanis már nem egy „univerzális”, nem nélküli medvebocs szerepel a képernyőkön, hanem egy fiú- meg egy lánymaci. Ezáltal gyakorlatilag a *Tévémaci* mint személyiség már csak az emlékekben és az archívumokban él tovább, de hagyományát tovább őrzi a filmcskét idéző *Maci tévé*. Az animáció a nemi sztereotípiákat is tovább élteti: a kislány szereplő babázik, a kisfiú pedig focizik, majd amikor hazaér, leül a számítógép elé.

A gyermekeknek szóló audiovizuális tartalmakban azonban a fentiekől eltérő tendenciák is megfigyelhetők. E tanulmány célja megvizsgálni, mennyire érvényesek a fent idézett, 2006-os megfigyelések a mai gyermekműsorokra,

<sup>1</sup> A dolgozat megírásához szükséges anyagi támogatást a Humánerőforrás-fejlesztési Operatív Program 2007–2013 és az Európai Szociális Alap biztosította a POSDRU/107/1.5/S/76841 projekt „A doktori tanulmányok időszerezése: nemzetköziség és interdiszciplinaritás” keretéből. Köszönet illeti a dolgozat szakmai irányítóját és konzulenseit: Dr. Cseke Péter egyetemi tanárt, Dr. Hammer Ferenc egyetemi docenst, Dr. Pellandini-Simányi Léna egyetemi adjunktust, Dr. Györffy Gábor egyetemi adjunktust, Dr. Vallasek Júlia egyetemi adjunktust, Dr. Vincze Hanna Orsolya egyetemi docenst; a kolozsvári Apáczai Csere János Elméleti Líceum igazgatóságát és tanítóit; a tordaszentlászlói Borbély József Általános Iskola igazgatóságát és tanítóit; az Életfa Családsegítő egyesület vezetését; a kutatáshoz adataikkal hozzájáruló gyermekeket és szüleit.

<sup>2</sup> A *Tévémaci* különböző változatait foglalja össze Mráv Noémi „A *Tévémaci* tudatformáló szerepe” című tanulmányában (2009).

illetve miként jelennek meg a nemi szerepekre vonatkozó üzenetek a közönség körében. Mindezt egy elemi iskolásokkal végzett felmérésre alapozva teszi, amelynek fontos szempontja a gyermekek szociális háttere. A poszt-kommunista országok médiafogyasztásában a mai napig éles különbség figyelhető meg a városon és a vidéken élő közönség között (Fizesan 2012), így feltételezésem szerint a nemi szerepekre vonatkozó üzenetekre sem tehetünk általános érvényű megállapításokat. A kutatás helyszínéül egy erdélyi város (Kolozsvár) és a közelében fekvő falu (Tordaszentlászló) szolgál. Arra a kérdésre keresek választ, hogy miként változnak ma a nemi szerepekre vonatkozó üzenetek a gyermekek kedvenc műsoraiban, egy városi és egy falusi környezetben.

## 2. Elméleti háttér

A téma vizsgálata sokféle tudományos megközelítést tesz lehetővé; ezek a komplex jelenségnek egy-egy elemére fókuszálnak. Ezért a tanulmány szakirodalma is szerteágazó, az elméleti háttér bemutatását a leginkább az interdiszciplináris megközelítés jellemzi. A pszichológiai megközelítés középpontjában a fejlődéslélektani folyamatok állnak, a médiakutatások a szövegek központú megközelítésre fektetnek nagyobb hangsúlyt. A *merchandising* hangsúlyos jelenléte a gazdasági folyamatok vizsgálatának lehetőségét is felveti, a szociológia pedig a leginkább a médiahasználathoz kapcsolódó jelenségeket helyezi előtérbe. E kutatás a mesehősök megjelenését mint a hétköznapi élet egy gyakori mozzanatát közelíti meg, amelynek vannak pszichológiai és gazdasági vetületei, de leginkább a szociális jellege hangsúlyos. Így a leginkább a médiaszociológia azon ágába illeszkedik, amely a jelenséget a befogadó irányából, kvalitatív és feltáró jelleggel közelíti meg. Mindemellett a következőkben a jelenség minél jobb megértése céljából a többi tudományág megközelítéseiről is szó lesz.

A gyermekek fejlődéslélektanában az utóbbi években egyre nagyobb érdeklődés övezi a mesék hatásmechanizmusát. Ennek az érdeklődésnek a középpontjában a főhőssel való azonosulás áll, amely segít a gyermekeknek megérteni a körülöttük zajló eseményeket.<sup>3</sup> A mesék fejlődéslélektani korszakolását többen is megfogalmazták, a magyar kutatók közül többek között Vekerdy Tamás írja le részletesen, hogy melyik életkorban hogyan segítik a mesék a gyermekek szocializációját (Vekerdy 2001). A korszakolás eredetileg a gyermekirodalomra vonatkozott, azonban az audiovizuális tartalmakra is érvényes, amelyek kifejező erejüknek köszönhetően még inkább azonosulásra készíthetik a nézőt. Dan Acuff általánosabb értelemben tárgyalja a főhőssel való azonosulást, amely szerinte a karakter archetípustól függ, legyen az rajzfilm-, képregényhős vagy meséskönyv szereplője (Acuff 1999). Marc Steinberg a karakter médiumfüggetlenségében látja a gyermekeknek a mesehősökhöz való erős kötődését: a *merchandising* egy korai példáját bemutatva a tárgyak általi kommunikációt emeli ki, amely a kereskedelmi céloknak is jó alapot szolgáltat (Steinberg 2009).<sup>4</sup> A mesehősök, emblematisz szereplők tehát komplex szerepet töltenek be a gyermekek életében, kezdve a szocializációtól a kommunikáción át a modellkövetésig, amely folyamatok az aktuális kereskedelmi érdekektől sem függetlenek. A téma több szempontból is megközelíthető, viszont mindenképpen felvet két fontos kérdést. Egyrészt azt, hogy milyen karakterisztikák, milyen értékek társulnak a különböző gyermekcsoportok körében népszerű szereplőkhöz; másrészt azt, hogy miként interpretálják és hogyan teszik magukévá a gyerekek ezeket a karakterisztikákat és értékeket.

Az eddigi szakirodalom főként arról számol be, hogy a gyermekeknek szóló műsorok főszereplői általában hímneműek, vagy férfi attribútumokkal rendelkeznek (Szántó 2000). Ezt gyakran már a szereplők neve is egyértelművé teszi: például Tom és Jerry, SpongyaBob, Mickey egér stb. A jelenségnek egyrészt kulturális és irodalmi gyökerei vannak: Margery Hourihan *Deconstructing the Hero* (1997) című könyvében a 19. századi ifjúsági regények főhőseinek attribútumait vizsgálva arra mutat rá, hogy a fiataloknak írott kalandregények gyakran tematizálták a férfivá válást. Az ilyen hőstörténetekben ábrázolt férfikép (amely szerint a férfiaság az erős, bátor, érzelmeket visszafogó magatartással jár együtt) hozzájárulhatott ahhoz a tendenciához, hogy a kalandra, megmérettetésre induló hős a mai gyermekfilmekben is többnyire férfi vagy hímnemű lény. Másrészt azonban a hímnemű szereplők dominanciáját nemcsak az irodalomból

<sup>3</sup> Ezt az elméletet sokan leírták már, többek között ez a gondolat jelenti Bruno Bettelheim sokat idézett könyvének alapját (*A mese bűvölete és a bontakozó gyermeki lélek*, 1985).

<sup>4</sup> Emellett külön tanulmányok foglalkoznak azzal is, hogyan stimulálják a rajzfilmszereplők a gyermekek fogyasztását.

átörökölt hagyománnyal, hanem a „lányfaktornak” nevezett jelenséggel is magyarázzák, amely szerint a lányok toleránsabbak a fiúk kedvenceivel szemben: ők szívesen megnézik a férfiakról szóló meséket is, míg a fiúk sokkal inkább elhatárolódnak a lányos történetektől (Lendvai 2003).

Ami az interpretációt illeti, kérdés, hogy milyen mértékben sajátítják el a gyerekek a mesehősök által megjelenített férfi és női szerepeket. A gyermekekkel foglalkozó kutatások egyre inkább aktívnek tekintik a gyermekeket, olyan befogadóknak, akik nemcsak elsajátítják az őket megcélzó üzeneteket, hanem aktívan és kreatívan hozzá is járulnak a média-interpretációk létrehozásához. Eva Änggård (2005) óvodások körében végzett kutatásában arra mutat rá, hogy a gyermekek bizonyos mértékben újraértelmezik a nemi sztereotípiákat, a saját hétköznapi életük tapasztalatainak megfelelően.

Míg Änggård kutatása nem foglalkozik a gyermekek szociális környezetével és az ebből adódó különbségekkel, hazai kontextusban ez a szempont megkerülhetetlennek tűnik. A szakirodalom alapján a közép- és kelet-európai országokban nagy különbségek láthatóak a városi és a falusi lakosság médiahasználata között; Romániában ez különösen hangsúlyos (Fizesan 2012). A gyermekek kedvenceinek tekintetében egy 2008-as vizsgálat mutat rá az eltérő szociális környezetekben megfigyelhető különbségekre. A Kolozsváron és egy közeli faluban, Berenden végzett felmérés szerint például az elemi iskolás korú, falusi környezetben élő lányok a leginkább a román szappanoperák női főszereplőivel tudnak azonosulni, míg ez városi környezetben kevésbé jellemző (Lepadatu-Balaban 2009).

Összefoglalva: a mesehősök és emblematikus figurák fontos szerepet töltenek be a gyermekek életében. Mivel a mai, gyermekeknek szóló audiovizuális tartalmak elsősorban a nemük szerint szólítják meg a közönségüket, ezek szereplői feltételezhetően a nemi szerepekről is fontos üzeneteket közvetítenek a gyermekeknek. A szakirodalom szerint a mesehősök kifejezetten klasszikus felfogást képviselnek a férfias és a nőies tulajdonságokkal kapcsolatban, valamint eleve gyakrabban találkozhatunk a mesékben hímnemű szereplőkkel. A gyermekek azonban aktívan hozzájárulnak a médiatartalmak interpretációjához, amelyet a szociális környezetük is befolyásol. Ezekből kiindulva a tanulmány két eltérő szociális környezetben vizsgálja a fiúk és a lányok kedvenceit, az általuk közvetített nemi szerepeket, illetve a gyermekeknek az ezekre adott reakcióit.

### 3. Módszertan

E tanulmány egy, az 1–4 osztályosok mesehős-reprezentációit vizsgáló doktori kutatás nemi szerepekre vonatkozó eredményeit foglalja össze. Az adatgyűjtés három fázisban, három különböző módszerrel zajlott 2012 áprilisa és júniusa között. Ezek közül e tanulmány legfontosabb következtetéseit az interjú szakaszra, illetve az iskolai foglalkozásokra alapoztam.

A kutatás ezen részeit egy kolozsvári és egy tordaszentlászlói magyar iskola tanulóival végeztem. A 2011-es népszámlálás adatai szerint Kolozsvár, a 309 136 lakost számláló megyeszékhely Románia második legnépesebb városa Bukarest után. Ebből 49 375 (16 %) a magyar nemzetiségű lakosok száma, ezzel a város a második legnépesebb magyar közösséggel rendelkezik az országban. Ami az oktatást illeti, jelenleg 12 elemi iskolában folyik tanítás magyar nyelven. A város különböző iskolái között eleve nagy különbségek vannak (például az iskola elhelyezésétől vagy attól függően, hogy vegyes tannyelvű vagy magyar intézményről van-e szó). A külvárosi iskolák inkább egy-egy lakónegyedet reprezentálnak, a belvárosi iskolákban viszont nagyobb a keveredés, ezért egy belvárosi magyar iskolának, az Apáczai Csere János Líceumnak az alsó tagozatára esett a választásom. A környező falvak közül egy Kolozsvártól 25 kilométerre fekvő, a főbb országutaktól félreeső településen gyűjtöttem adatokat. Tordaszentlászló több falut magában foglaló község, amelyhez magyar és román többségű települések is tartoznak; ezek közül Tordaszentlászló falu a túlnyomó többségben magyar lakta települések közé tartozik. A 2012-es adatok szerint az 1058 lakosból 954 magyar, 83 román és 21 roma. Az itt működő Borbély József Általános Iskolában magyarul folyik az oktatás, a közeli falvak (Magyarfenes, Léta és Magyarléta) gyermekei is itt folytatják tanulmányaikat az elemi iskola elvégzése után. Emiatt Tordaszentlászló egy kisebb oktatási központ a Kolozsvártól délnyugatra fekvő magyar települések között.

A két településen több demográfiai, életmódbeli és médiahasználati különbség figyelhető meg. Ezek közül kettőt emelnék ki, amelyek egymással is összefüggésben állnak. Egyrészt a vizsgált családokban a kolozsvári szülők 65 százaléka értelmiségi, és körükben változatos foglalkozások figyelhetők meg, míg a tordaszentlászlói szülők esetében



a legjellemzőbbek az asztalos és a kőműves mesterségek. Másrészt – annak ellenére, hogy mindkét településen nagyjából ugyanazokhoz a médiatartalmakhoz férhetnek hozzá a lakosok – eltérőek a médiafogyasztási szokások. Míg Kolozsváron többnyire magyarul, illetve emellett még angolul és ritkábban román nyelven nézik a gyermekek az audiovizuális tartalmakat (főleg a rajzfilmadók műsorait), Tordaszentlászlón a magyar és a román nyelvű rajzfilmadó is többször szóba került, az utóbbi deklaráltan nyelvtanulás céljából (kis település lévén a gyerekek nem tudnak „az utcán” nyelvet tanulni). Emellett a legnagyobb különbség az, hogy a falusi környezetben elterjedtebb a televíziózás, míg a városon gyakran számítógépről, internetről nézik a meséket a gyerekek. Bár technikai értelemben nem beszélhetünk digitális szakadékról, az internetnek a felhasználók életében betöltött szerepe lényegesen különbözik. Tordaszentlászlón a gyerekek generációja sokkal aktívabb internet-felhasználó, mint a szüleiké, Kolozsváron viszont sok szülő a munkája folytán is rendszeresen számítógépezik, így ott a számítógép- és az internethasználatról is konkrétabbak az elképzelések. A két település egymástól nem elszigetelt: az iskola tanítói, tanárai többnyire Kolozsvárról ingáznak, illetve a középiskolás korú gyermekek Kolozsváron tanulnak. Ennek ellenére a médiafogyasztásban a vártnál kevesebb átfedést figyeltem meg: mesehős-preferenciák tekintetében a két település között legalább akkora különbség volt, mint a fiúk és a lányok között.

A kutatás első fázisában iskolai foglalkozásokat tartottunk mindkét településen, két-két osztályban. Az elemi iskolásokat két korcsoportra, az 1–2., illetve a 3–4. osztályosokra osztottam.<sup>5</sup> A tevékenység során a gyermekek lerajzolták a kedvenc mesehősüket, majd vetített részleteket néztünk meg a rajzok alapján legnépszerűbbnek bizonyult rajzfilmekből.<sup>6</sup> A következő lépésben 40 családban készítettem interjút a gyermekkel, egyik szülőjével és a tanítójával. Húsz gyermek a kolozsvári, húsz pedig a tordaszentlászlói iskolába jár, továbbá a nemek és az életkor nem egyenlő eloszlása miatt 22 fiú és 18 lány került az interjúalanyaim közé, illetve 22 gyermek tartozott a nagyobb, 18 pedig a kisebb korcsoportba. Az interjúk a családok otthonában készültek, külön a gyermekkel és külön a szülővel, egy átlagos látogatás időtartama körülbelül egy óra volt. A gyermekeket a kedvenc szereplőikről, kedvenc meséikről (rajzfilmeikről és könyveikről), kedvenc játékaikról és egyéb tevékenységeikről kérdeztem, a szülők pedig a család médiahasználati szokásairól, illetve a gyermekek kedvenceiről meséltek. Az interjúk nagyobb témakörökre voltak strukturálva, mivel arra törekedtem, hogy elsősorban az interjúalanyok gondolatmenete kerüljön előtérbe. Minden interjút diktafonnal rögzítettem, és a legépelet szöveg alapján elemeztem. Az adatok felhasználásához az interjúk esetében a szülők, az iskolai foglalkozások esetében a tanítók és az igazgatók írásos beleegyezését kértem.

## 4. Nemek reprezentációja városon és falun

A vizsgálatok alapját a mesehős-reprezentációk képezik, amelyek egy mesehősnek egy gyermek életében való megjelenésére vonatkoznak. Így egy mesehősnek több reprezentációja lehet (az egyik gyermeknek a rajzain jelenik meg, a másik példaképként említi). Az interjúk alapján 292 mesehős-reprezentációt azonosítottam a gyermekek életének különböző területein. Ezekkel kapcsolatban vizsgáltam egyrészt a gyermek, másrészt a mesehős attribútumait, amelyek közül e tanulmány a nemi tényezővel kapcsolatos eredményeket foglalja össze – pontosabban a gyermekek neme és a mesehős-preferencia közötti összefüggéseket, majd az egyes csoportok legnépszerűbb mesehőseivel kapcsolatban felmerülő, nemi szerepekre vonatkozó kérdéseket.

A preferenciák bemutatása előtt azonban a mesehősök nemének megállapítása igényel némi magyarázatot, ez ugyanis részben interpretatív információk alapján történik. A nemi attribútumok egyértelműsége szerint több kategóriát lehetne meghatározni. Nagyon ritkán, de előfordulnak olyan szereplők, akiknek a neme nem állapítható meg (például Kisvakond, Scooby Doo, Rózsaszín Párduc, Zsebibaba – ők általában nem beszélnek, vagy gyerekhangon beszélnek). Vannak olyanok, akiknek férfias vagy nőies attribútumai alapján megállapítható, hogy melyik nemhez tartoznak, bár ez sehol nincs kimondva. Ezt a fizikai megjelenés – a ruhák színe, a hajviselet – és a beszédhang szokta egyértelművé tenni (például Eperke kétséget kizáróan kislány, Garfieldről viszont nehezen tudnánk elképzelni, hogy

5 A felosztást a fejlődéslélektani korszakolás indokolja, amelyet több pszichológus is leírt a mesékhez való viszonyulással kapcsolatban (Mérei 1970, Vekerdy 2001).

6 Bár a kérdés a kedvenc mesehősre vonatkozott, a legnépszerűbb szereplők rajzfilmek hősei voltak.

ne lenne hímnemű). Bizonyos esetekben a szereplő neve teszi egyértelművé a nemét, de ennek nincs különösebb jelentősége a történetben (például SpongyaBob). Máskor a társadalmi szerep árulkodik a nemi hovatartozásról, többnyire egy más nemű szereplővel való összehasonlításban (Vukról például tudjuk, hogy fiú róka, mert a történet során megment egy rókalányt, akit később feleségül vesz). Ez bizonyos esetekben együtt jár azzal, hogy a szereplő neve is árulkodik (Mickey egérnek van női megfelelője, Minnie, illetve a *Tom és Jerry*ben is feltűnik időnként egy macskalány vagy egérlány). Végül pedig az emberszereplős mesékben egyértelműen megállapítható a szereplő neme, itt különülnek el a leginkább a fiús és a lányos tartalmak. Mivel a vizsgálatom a közönség interpretációira fókuszál, nem volt céлом a „férfi” vagy a „nő” kategóriába sorolni olyan mesehősöket, akiknek a neme ugyan megállapítható, ha ez képezi a vizsgálódásunk tárgyát, viszont a nemi kérdés szinte egyáltalán nem játszik szerepet a történetben. Ezért hoztam létre egy harmadik, „univerzális” kategóriát, amelybe ez utóbbi szereplőket soroltam.<sup>7</sup>

Az 1. táblázat a mesehősök nemének eloszlását ábrázolja a gyerekek lakhelye, neme és korcsoportja szerint. A hímnemű, a nőnemű és a „univerzális” szereplőket kedvenként megnevező gyerekeket háromféle bontásban vizsgáltam: lakhely, nem és életkor szerint. Így a „férfi”, a „nő” és az „univerzális” oszlopok összege (100 %) a kolozsvári és a tordaszentlászlói gyerekek kedvenceinek összegével, a fiúk és lányok kedvenceinek összegével, illetve az 1. és 2. korcsoportba tartozó gyerekek kedvenceinek összegével egyenlő.

1. táblázat

A gyerekek kedvenc mesehőseinek neme a közönség karakterisztikái alapján

Kedvenc mesehős	Férfi	Nő	Univerzális	Összesen
Kolozsvár	29,1 %	17,8 %	17,1 %	64 %
Tordaszentlászló	18,1 %	6,9 %	11 %	36 %
Fiúk	32,2 %	0,4 %	14 %	46,6 %
Lányok	15,1 %	24,3 %	14 %	53,4 %
1. korcsoport	21,2 %	9,9 %	11 %	42,1 %
2. korcsoport	26,1 %	14,7 %	17,1 %	57,9 %
Összesen	47,3 %	24,6 %	28,1 %	100 %

A táblázatból látható, hogy a kolozsvári gyerekek esetében több reprezentáció fordult elő, mint a tordaszentlászlói gyerekek esetében – a 292 mesehős-reprezentáció 64 százaléka származik kolozsvári, és csak 36 százalékuk tordaszentlászlói gyerekektől. Továbbá a lányok több kedvenct említettek, mint a fiúk, illetve a nagyobb korcsoportba tartozó gyerekek esetében több reprezentációt azonosítottam, mint a kisebb korcsoport esetében. A táblázatból az is kiderül, hogy a hímnemű, a nőnemű és az univerzális mesehősök reprezentációi milyen arányban fordulnak elő a kolozsvári és a tordaszentlászlói gyerekek esetében, továbbá a fiúk és a lányok, illetve a kisebb és a nagyobb korcsoportba tartozó gyerekek esetében. Itt leginkább az egyes kategóriák közötti arányok bírnak jelentéssel: ezek olyan tendenciákra utalnak, amelyeket a későbbiekben kvalitatív módszerekkel is megvizsgálom. A nőnemű mesehősök például szinte kizárólag lányok esetében jelennek meg, míg a hímnemű mesehősök a fiúk esetében dominálnak, de a lányok oszlopában is jelen vannak. A lakhellyel kapcsolatban megfigyelhető, hogy Tordaszentlászlón a nőnemű mesehősök jobban háttérbe szorulnak nemcsak a hímnemű, hanem az univerzális mesehősökhöz képest is, míg Kolozsváron a nőnemű mesehősök egy minimális értékkel többször fordulnak elő az univerzális hősöknél.

Bár összességében egyértelműen a hímnemű szereplők vannak többségben, számomra még így is meglepő volt a kifejezetten nőies figurák közel 25 százalékos aránya. A korábbi vizsgálatokhoz képest a vélhetően lányoknak szóló tartalmak aránya növekvő tendenciát mutat, ami nem meglepő, ugyanis az elemzésben szereplő nőnemű mesehősök jelentős része a 2000-es években készült „modern” mese szereplője. Itt is a két település közti különbség érdekes: Tordaszentlászlón a lányok körében is jóval kevesebbszer tűnnek fel a nőnemű hősök.

<sup>7</sup> Véleményem szerint a két kategóriába való besorolás torzította volna a valóban férfiasnak/nőiesnek tekintett minták interpretációjának vizsgálatát. Ugyanakkor az „univerzális” hősök megkülönböztetése nem újkeletű a mesehősökre vonatkozó szakirodalomban. Ezért – az objektivitás követelményét igyekezve szem előtt tartani – a „férfi” és a „nő” kategóriákba az emberszereplős mesék hőseit soroltam.

A 2. táblázat a legnépszerűbb (az interjúk szövege alapján a legtöbb reprezentációt eredményező) szereplőket mutatja. A százalékos érték arra vonatkozik, hogy az összes reprezentáció hány százalékát teszik ki a szereplő megjelenései, a második érték pedig arra, hogy ez konkrétan hány reprezentációt jelent.<sup>8</sup>

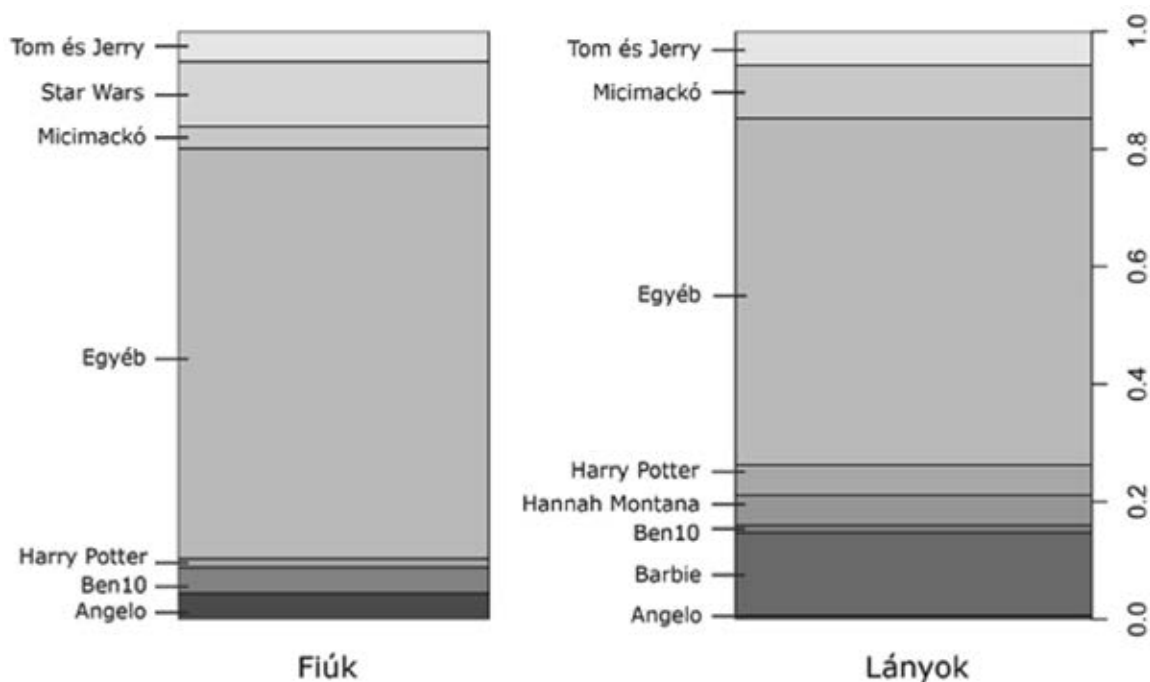
2. táblázat  
A legnépszerűbb szereplők összesítése

7,53 % (22)	Barbie
6,50 % (19)	Micimackó
5,47 % (16)	Tom és Jerry
5,14 % (15)	Csillagok háborúja hősei
3,42 % (10)	Harry Potter
2,74 % (8)	Ben10, Hannah Montana
2,40 % (7)	Angelo
2,05 % (6)	Hello Kitty, SpongyaBob, Verdák, Vuk

A táblázat alapján a tizenkettőből három olyan sorozat található a kedvencek toplistáján, amelynek nőnemű a főszereplője. Első látásra meglepő, hogy a bemutatott tendenciák ellenére Barbie áll az első helyen. Ugyanakkor – ahogy az előző táblázat is mutatja – a lányok a leggyakrabban nőnemű mesehőst említettek kedvenként, azonban számukra nem olyan nagy a választék, így érthető, hogy a kisebb arányban megjelenő nőnemű szereplőkre nagyobb százalék jut.

Az 1. ábra a nyolc legnépszerűbb mesehőst ábrázolja a gyermekek neme szerinti bontásban. Az oszlopok vastagsága is jelzi, hogy miként oszlanak el a reprezentációk az egyes csoportok között.

1. ábra  
A mesehős preferencia a gyermekek neme alapján



<sup>8</sup> A 108 különböző mesehős legnagyobb része egyszer fordult elő, ennél jóval kevesebb szereplő jelent meg kétszer. Háromszor vagy annál többször pedig tíznél kevesebb mesehős került be az adatok közé.

Az illusztráció alapján látható, hogy egyes kedvencek kisebb-nagyobb mértékben mindkét csoportnál megjelennek (Micimackó, Tom és Jerry), vannak azonban olyanok is, akik kifejezetten az egyik vagy a másik csoport körében népszerűek (Hannah Montana és Barbie a lányok esetében, Ben10 és a Star Wars a fiúk esetében). Érdekes továbbá szót ejteni a legnagyobb arányban megjelenő „egyéb” mezőről is: az adatokra jellemző, hogy nagyon változatos mesehős-reprezentációk kerültek a mintába, még a legnépszerűbb kedvenc is csak a közel 300 reprezentáció 7,5 százalékát teszi ki, ami 22 megjelenést jelent. Az adatbázis legnagyobb részét olyan mesehősök alkotják, akik ötnél kevesebb alkalommal kerültek szóba. Itt a hímnemű mesehősök közül Pókember, Zorro és a Ninjago figurák, a nőnemű szereplők közül a Pónik, Eperke és az Icike-picike figurák, a semleges szereplők közül pedig Franklin teknősbéka, Scooby-Doo, Mickey egér és a dinófigurák fordulnak elő legtöbbször. Ugyanakkor elszigetelten olyan kedvenc is megjelenik, mint például Csaba királyfi egy magyar legendás képeskönyvből.

A következőkben azt a két jelenséget írom le részletesebben, amely a legnépszerűbb hím- és nőnemű szereplőkhöz kapcsolódik. Ennek középpontjában a lányok esetében Barbie, a fiúk esetében a *Csillagok háborúja* áll. Bár mindkettő a kolozsvári gyermekek körében népszerűbb, a választást elsősorban az indokolta, hogy az említett sorozatok vetették fel a legtöbb vitatott kérdést a kutatás során. Mindkét esetben arra a kérdésre keresek választ, hogy milyen nemi szerepek figyelhetők meg a sorozatokban az illető szereplőkkel kapcsolatban, illetve milyen az illető szereplők reprezentációja a két különböző szociális környezetben (itt kitérek más preferenciákra is, főleg a tordasztentlászói gyermekek esetében).

## 5. Esettanulmány: Barbie – az elemi iskolás lányok kedvence

### 5.1. A Barbie-jelenség

Barbie mint stílusikon évtizedek óta foglalkoztatja a szülőket, a nevelőket és a kutatókat, a 2000-es évek elejétől azonban már nemcsak egy játékot jelent, hanem a róla szóló animációs produkcióknak köszönhetően egyszerre mesehős, filmszereplő és sztár is. Mint ilyen, Barbie a történeteinek keresztül is képes beépülni a kislányok életébe. A jelenség megismerése és megértése több okból is fontos számomra, már csak azért is, mert viszonylag új filmekről van szó – olyanokról, amelyeket a szülők nem ismerhetnek a saját gyerekkorukból. Az interjúkból is kiderült, hogy a felnőtteknek fenntartásaik vannak azzal kapcsolatban, hogy milyen értékeket közvetíthet a gyerekeiknek a népszerű szereplő, akinek már a neve is gyakran pejoratív értelemben hangzik el.

Tény, hogy Barbie személye a kezdetektől megosztotta a közönséget. Piacra dobása idején a játék újszerűsége abban rejlett, hogy felnőtt nőt testesített meg, míg korábban a babák gyermekeket ábrázoltak (Winterman 2009). Ruth Handler, a baba megálmodója saját gyerekein figyelte meg, hogy szívesen öltöztetik a babáikat felnőtt ruhákba, innen származott forradalmi ötlete. Ezáltal a babázás nem az anyaság imitálása, hanem a felnőtt női szerepek próbálgatása irányába változott, különös hangsúlyt fektetve az öltözködésre. A divattervezők által készített Barbie-ruhakollekciók révén a baba tini divatmodellként terjedt el, ami a szülőket már a kezdetektől megosztotta. Sokan kifogásolták, hogy Barbienak fejlett női melle van, a legtöbb kritika azonban arról szólt, hogy a baba irreális képet közvetít a női testről, emiatt pedig az őt modellnek tekintő lányok testképe torzul. A Barbiebaba-jelenség mögött meghúzódó ideológia – amelynek része egyebek között a változatos karrier, a társadalomban betöltött sokféle aktív női szerep – szintén nem új keletű, azonban napjainkban az animációs filmeknek és a lányoknak tervezett weboldalaknak köszönhetően sokkal erőteljesebben érvényesül. A filmekben ábrázolt férfi szereplő is mai nézetet tükröz a lányok szemében ideális „hercegről” – erre nézve pedig sokatmondó lehet az, hogy a fiúk közül ki miként viszonyul a meséhez.

A 2000-es évek első felére a klasszikus mesék Barbie-s változata volt jellemző: *A Barbie és a Diótörő* (2001), a *Barbie és a Hattyúk tava* (2003), a *Barbie és a bűvös pegazus* (2005) valódi varázsmese. A főhős a klasszikus mesék kizárólag pozitív tulajdonságokkal rendelkező női alakja: jóságos, igazságos, bátor, kitartó, kedves, gyönyörű. A különbség csak annyi, hogy ő nem a feleség, a menyasszony, a királylány, akinek a kegyeiért harcol a főhős, hanem ő az, aki kezébe veszi a sorsát és átéli a nagy kalandokat. A *Barbie és a bűvös pegazus*ban a hercegnő (Annika) maga indul útnak, hogy megtörje a gonosz varázsló átkát, és megszabadítsa a családját. Útközben megismerkedik a férfi szereplővel is, aki segíti őt, bár hit, bátorság és kitartás szempontjából rendre alulmarad. A 2009-ben megjelent *Barbie és a három*

*muskétás*ban már nemcsak a női szerepek újraértelmezésével találkozhatunk, hanem az ismert, sok tekintetben férfias történet női változatát ismerhetjük meg. A film trailere is így kezdődik: „Barbie és barátai egy klasszikus történetben játszanak, de ők most nem szokványos hercegnők.”

A modern környezetben játszódó Barbie-mesék 2010-től kezdtek elterjedni. A *Tündértitokban* (2011) felcserélődnek a klasszikus szerepek: Barbie indul útnak, hogy kiszabadítsa a tündérek által elrabolt Kent. A *Sellő kalandban* (2010, 2012) Merliah kettős életet él: a hétköznapokban szörfversenyző, a tenger alatti varázslatos világban azonban a birodalom hercegnője. A mese végére eldől, hogy melyik az igazi arca – hasonlóan, mint az édesanyja esetében, aki végleg sellő maradt. Merliah is felvállalja ezt a (birodalom iránti) kötelességét, ő azonban mégsem veszi el a lábait: mindkét létforma az igazi énjéhez tartozik, és egyformán fontos. A mese tanulsága szerint ugyanis egy mai nő képes egyensúlyt tartani a különböző szerepkörök között, annak ellenére, hogy elődeinél a hagyományos női szerep vállalását látta.

A Barbie-mesékben a férfi szereplők kisebb mértékben jelennek meg, és olyankor is eltérnek a klasszikus férfi modelltől. Előfordul, hogy a női szereplők segítségére szorulnak, vagy csak követik a főszereplőt, és az ábrázolásukban gyakori eszköz a humor.

## 5.2. Barbie-reprezentációk a közönség körében

Az egyik kolozsvári tanító azt a tapasztalatát osztotta meg az interjú során, hogy a mostani osztályába járó lányok körében sokkal népszerűbb a Barbie, mint a korábbi generációknál. Erre magyarázat lehet a filmek elterjedése is, ami narratívákkal inspirálja a játékot. A gyerekek interpretációival kapcsolatban fontosnak tartom kiemelni Eva Änggård már idézett tanulmányát, amelyben svéd gyerekek alkották meg a saját mesehőseiket különböző kontextusokból kiragadott narratívák által. A kísérlet egyik érdekes eredménye az, hogy a lányok mesehősei – akik ötvözték a nemi sztereotípiákat a modern női szerepekkel – a leginkább a Barbie-mesék szereplőire hasonlítottak. Ezt megközelíthetjük úgy is, hogy a Barbie filmek szereplői nagy hatással voltak a kislányokra. Azonban valószínűbbnek tűnik, hogy az animációk alkotói is igyekeztek olyan szereplőt kreálni, aki a lehető legjobban ötvözi a mai kislányok számára fontos értékeket.

A szülőkkel és a gyerekekkel folytatott beszélgetések alapján elsősorban azt térképeztem fel, hogy milyen szerepeket töltenek be a mesehősök a gyerekek mindennapi életében. Barbie különböző reprezentációi között a következő nagyobb csoportokat különítettem el:

### 5.2.1. Szerepmodell, példakép

A szülők és a tanítók több esetben is arról számoltak be, hogy Barbie egyfajta modellt képvisel a gyerekek körében, akit gyakran utánoznak is. Az egyik kolozsvári tanító szerint:

„Sajnos a Barbie egy modell, mindenkinek olyan szép hosszú haja kellene legyen, meg mindenki olyan csinos kellene legyen. Amikor szülinapokat tartanak, [...] akkor beöltöztetik a kislányokat hercegnőnek, koronával, vagy akár parókába. Ezt nem szeretem, mert más-más testalkatú gyerekek vannak, és akkor az a kislány, aki egy kicsit pufókabb, az hátrányban érzi magát, sőt ki is csúfolják.”

A gyakrabban előforduló negatív vélemények mellett olyan reakciók is megfigyelhetők, amelyek semleges vagy pozitívan viszonyulnak a Barbie-jelenséghez. Az egyik kolozsvári anyuka, aki arról mesélt, hogyan utánozza a lánya Barbie-t és a hercegnőket, pozitívan ítélte meg azt, ahogy a gyermeke életében a nőiesség iránti érdeklődés kezd kibontakozni:

„Játszott is a Barbie-kkal, de jobban szerette inkább öltöztetni őket. Most, hogy elköltöztünk, és nincsenek vele a kis barátnői, ezt felcserélte azzal, hogy otthon kéri a különböző ruháimat és plédeket, és magára tekeri, és ő öltözik be Rapunzelnek vagy Barbienak vagy királykisasszonynak, most nagyon benne van abban, hogy ő a hercegnő.”

A gyerekekkel készített interjúkban is többen mondták a lányok közül, hogy Barbie a példaképük. Egy kolozsvári kislány így válaszolt, amikor arról kérdeztem, hogy van-e valaki, akire hasonlítani szeretne: „Barbie-k, mert szépek, van koronájuk, szép ruhájuk és mindig magas sarkú cipőben vannak.”

Itt érdemes szót ejteni a példaképvizsgálatokról, amelyek a médiaszereplők egyre nagyobb arányát jelzik az utóbbi évtizedekben. A legtöbb felmérés szerint azonban továbbra is a család szerepel első helyen a példaképek között (NMHH 2008, 2012). A kettő között összefüggések is lehetnek, a családi háttér és a médiából származó modellek egymást kölcsönösen befolyásolhatják, legalábbis ezt támasztja alá a Barbie példája. A példakép és a szerepmódl típusú reprezentációk szinte kizárólag Kolozsváron fordultak elő, a családi háttér szempontjából pedig éles különbségek figyelhetők meg, főleg az anyukák szerepét illetően. Tordaszentlászlón a csoportba tartozó anyák nagy része közalkalmazott vagy háztartásbeli, esetleg a férje vállalkozását segíti, és kevesebben vannak azok, akik valamilyen konkrét szakmát tanultak, és azzal kapcsolatos munkát végeznek. Ezzel szemben a nagyvárosi interjúalanyok között a legtöbb anyukának van valamilyen végzettsége vagy szakmája, és az otthon maradókra inkább az jellemző, hogy kifejezetten a gyereknevelés miatt függesztették fel a karrierjüket. Ilyen szempontból érthető, hogy a rajzfilmekből ismert, emancipált, független és aktív Barbie-szereplő kevésbé vált példaképévé azoknak a kislányoknak, akik otthon egy hagyományosabb női szerepet látnak követendő mintaként.

### 5.2.2. A játék különböző formái

Széles körben a Barbie még mindig babaként a legismertebb, az ezzel kapcsolatos szerepéről beszéltek a legtöbbet az interjúkban a gyerekek és a szülők. A filmnézéshez képest a játéknak inkább közösségi jellege van (a filmekből szerzett közös emlékeket is a játék során elevenítik fel a gyerekek), a szülőket azonban megosztja ez a kérdés: sokan nem helyeslik, hogy a lányok Barbie-t visznek be az iskolába, vagy azt, hogy a beilleszkedés miatt kérik a játékot. Mások viszont azon az állásponton vannak, hogy a gyerekekre nincs különösebb hatással a baba, akkor sem, ha sokat játszik vele. Az egyik anyuka szerint:

„Nem volt soha olyan, hogy ő most a Barbiekhoz hasonlítsa magát, hogy azt mondja, hogy olyan hosszú lábkat szeretne vagy ilyesmi. Pedig rengeteg Barbie-ja van. Van olyan barátnője, aki eljött, [...] és amikor meglátta, hogy huszonvalahány Barbie-ja van, mert kapja ajándékba, [...] elkezdett csillogni a szeme, hogy én most nagyon szeretnék ezzel játszani, de az anyukám nem enged, mert ezek rossz babák és csúnya babák és megszidnak, ha ilyent játszom.”

A játék esetében elkülöníthető egymástól a szerepjáték és a tárgyi játék. Az előbbi esetében gyakran a mesehős inspirálja a gyerekeket egy jelenet, történet interpretálására: „Szoktam játszani, hogy én vagyok Barbie, főleg a muskétást szoktam” – mesélte egy kolozsvári lány. Ez azért érdekes, mert a történet (a már említett *Barbie és muskétások* című filmre utalt a kislány, ami *A három testőr* interpretációja) abszolút fiús tartalomnak tekinthető a szó hagyományos értelmében. A film azonban éppen azt az esetet mutatja be, amikor egy lány érdeklődése is a fiúkéhoz hasonló, ám nőként meg kell küzdenie azért, hogy követhesse az álmait.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Itt viszont a női szereplő (D'Artagnan lánya) az, aki a fejébe veszi, hogy muskétás lesz, ami abban a kontextusban „nevetséges, nincsenek női muskétások”. A lány három barátnőjével együtt küzd az álmaiért és azért, hogy megmentse a herceget az intrikusoktól. A harcban tipikusan női eszközöket használnak (az egyik lány díszes szalaggal lassozik, a másik a legyezőt használja bumerángxént), végül kitarásuk és összetartásuk meghozza a sikert és a férfitársadalom elismerését.

A szerepjáték és a tárgyi játék össze is fonódik egymással, Barbie esetében gyakori, hogy a mesék által inspirált játékot babákkal játsszák a gyerekek: „Rengeteget Barbie-ztak és Barbie-s mesét is sokat néztek” – mesélte egy anyuka. – „Most is annyit mennek a babák mindenfele, egyszer kórházban vannak, egyszer sivatagban.”

Barbie-nak a babajellege Tordaszentlászlón került inkább előtérbe, ahol a Barbie-reprezentációk száma lényegesen alacsonyabb. A tanító szerint azért, mert már kinőtték a babázást:

„Nemrég beszélgettünk erről, s mondták, hogy ők már nagyok, nem babáznak, túl gyerekes nekik a baba. Mi ebben a korban még babáztunk, de úgy látszik, most hamarabb felnőttessének a gyerekek. [...] Most lehet, hogy délután otthon Barbie-znak, viszont azt vettem észre, hogy nem szívesen beszélnek róla, mert azt hiszik, hogy ez ciki, pedig ez butaság.”

Egy tordaszentlászlói kislány szerint a Barbie-meséket is szokták nézni a barátnőivel, de a babákat leginkább csak öltöztetik. Ezek alapján valószínűnek tűnik, hogy nem az eltérő médiahasználat okozza a különbséget, hanem az eltérő preferenciák.

### 5.2.3. Termékek

A Barbie-reprezentációk egy másik nagy csoportját a *merchandising* és a *franchise* típusú megjelenések alkotják, erről a szülők meséltek többet:

„Ha megyünk vásárolni, akkor ha Rapunzelt vagy Barbiet lát, akkor azt meg kell venni.”

„Főleg ovis korban volt ilyen, hogy a te bugyidon milyen Barbie van [...], most ezt talán kezdi kinőni.”

A többi szereplő esetében is jellemző volt, hogy a termékeken való megjelenésről inkább a szülők beszéltek, de elmondásuk szerint ezek a reprezentációk is fontos szerepet töltenek be a gyerekek szocializációjában. Marc Steinberg már említett tanulmányában két jelenségről beszél a *merchandising* kapcsán, azt vizsgálva, hogy miként járulnak hozzá az audiovizuális produkció sikeréhez a szereplő különböző formákban való megjelenései. Egyrészt a karakter bárhol/bármikor jelenvalóságát említi: mivel a figurához érzések társulnak, a mesehős az élettelen árucikkeket is személyessé teszi. Másrészt a gyerekek között így egy új szocializációs, kommunikációs forma jön létre, a tárgyak általi kommunikáció. Ez a jelenség többször megfigyelhető volt más mesehősök esetében is, a fiúk kedvencei kapcsán még szó lesz róla.

### 5.3. Következtetés

Az elemi iskolás lányok kiemelkedő kedvence lényegesen más tendenciát tükröz, mint amit korábban leírt a szakirodalom a női szereplőkkel kapcsolatban. Ez felveti a kérdést, hogy milyen tényezők befolyásolhatják a preferenciát. Amint korábban már szó volt róla, a Barbie-t kedvelő gyerekekkel kapcsolatban a nemi tényezőkön kívül a legnagyobb különbség a lakhelyben figyelhető meg. A szereplő inkább a kolozsvári és inkább az értelmiségi családokban népszerű (e kettő egymással is összefügg). Ami a többi kislány kedvencét illeti, Tordaszentlászlón a hagyományosabb figurákat (például a Disney-hercegnőket) említették gyakrabban a lányok, ezek azonban nagyon kis mértékben szerepeltek az összesítésekben. Jellemzőbb volt az, hogy a semleges nemű szereplőket (például az állatszereplőket) vagy a férfi attribútumokkal rendelkező szereplőket nevezték meg, mindenesetre a körükben nem rajzolódott ki egy olyan közös preferencia, mint a városi lányok vagy a fiúk esetében.

## 6. Esettanulmány: *Csillagok háborúja* – az elemi iskolás fiúk kedvence

### 6.1. A *Star Wars*-jelenség

Bár az összesítésben, a reprezentációk számát illetően csak a negyedik helyre került a sorozat, a *Csillagok háborúja* iránti rajongás bizonyult a leglátványosabbnak az 1–4. osztályos fiúk körében. A tanító a rajongás kialakulását egy új gyerek érkezésének tulajdonította: „Amíg ő nem volt itt, meg sem említették, autópályákat meg térképeket rajzoltak, most meg teljesen áttértek.” A jelenség azonban ennél általánosabb, ezt a sorozatra épülő iparág is bizonyítja.

A *Star Wars* a kutatásban (és az interjúalanyok szóhasználatában) gyűjtőfogalomként szerepel: egyaránt vonatkozik a George Lucas által 1977-től készített egész estés filmek sorozatára, valamint a 2008-tól készített 3D-animációs sorozatra, *A klónok háborújára*, amely kifejezetten gyerekeknek szól, és a kutatás idején a Cartoon Network vetítette. A filmekben és az animációs sorozaton kívül a *Csillagok háborúja* számos egyéb kulturális termék részévé vált idézetek és parafrázisok formájában: egy átírata bekerült például a *Family Guy* című, felnőtteknek szóló animációs sorozatba is, a Volkswagen pedig – mint családi autó – több ízben is beépítette a reklámfilmjeibe a *Star Wars* elemeit. Egy alkalommal éppen arra a helyzetre épült a reklám, hogy a gyerekek szívesen eljártsszák a filmet – nem is akárhogy, hanem beöltözve, eszközökkel, lézerkarddal stb.<sup>10</sup> Itt tehát nem kizárólag gyermekeknek szóló tartalomról van szó, amely a gyermekek kedvencévé is vált. A történet egyfajta modern mítosz, amely a varázsmesék Propp (1999) által felállított narrációs sémáit alkalmazza:

„Luke Skywalker a szüleit elvesztett, illetve otthoni környezetből kiszakadt nincstelen fiú, aki világot látni, szerencsét próbálni megy, s akinek odüpális konfliktusokkal jócskán megtűzdelte kalandjai több lépcsős beavatási rítusokon, egyre nehezebb erőpróbákon keresztül vezetnek a boldogság elnyeréséig” (Beregi 1999: 54).

A filmek a morális tanulság és a karakterábrázolás szempontjából is hasonlóak a gyermekeknek szóló tartalmakhoz: a győzelem alapja a hősiesség, ugyanakkor becsületes küzdelem, a túlerővel szemben gyakran a „többet ésszel, mint erővel” népmesei motívum kap hangsúlyt. A sorozatban a férfi szereplők a klasszikus harcos szerepkörben jelennek meg, a női szereplők esetében azonban különbség figyelhető meg a régebbi és az újabb sorozatokban. Míg a korábban készült epizódokban a klasszikus – kedves, szép, nőies, ám passzívabb – nőitípus jelenik meg, *A klónok háborújában* sok a női harcos, aki a férfiakkal egyenrangú félként küzd, nőiessége pedig egyáltalán nem kerül előtérbe – sőt, ezek a szereplők gyakran fizikailag is férfias vonásokkal rendelkeznek.

### 6.2. *Star Wars*-reprezentációk a közönség körében

Ami a gyerekek rajongását illeti, a *Csillagok háborúja* esetében nem egy hősről van szó, aki köré szerveződik a történet (bár egyik-másik szereplő itt is emblematikussá vált), hanem sokkal inkább a jók és a gonoszok közösségéről. Eleinte Luke Skywalker a központi szereplő, az animációban azonban az epizódoknak más-más főhősük is lehet (például Anakin Skywalker vagy Yoda parancsnok). A sorozat meseszerűsége miatt azonban ezek a szereplők igazi mesehősként jelennek meg a gyerekek életében. Ezt az egyik kolozsvári osztály rajzos iskolai foglalkozásán szerzett tapasztalataim is alátámasztották: a rajz témája a kedvenc mesehősre vonatkozott, mégis a fiúk körében a *Star Wars* hősei jelentek meg a legnagyobb arányban, és a rajzolás közben szerzett tapasztalatokból (beszélgetésekből, interakciók megfigyeléséből) is kiderült, hogy ez a közös kedvenc az osztályban.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> The Force: Volkswagen Commercial, <http://www.youtube.com/watch?v=R55e-uHQna0> (letöltés: 2015. I. 9.).

<sup>11</sup> A leginkább *Star Wars*-rajongó osztályban a foglalkozás előtti napon egyeztettem telefonon a tanítóval, aki figyelmeztetett, hogy szóljak a gyerekeknek: nem filmszereplőkre vagyok kíváncsi, mert különben az egész osztály a *Csillagok háborúját* fogja rajzolni. Ezért itt a tanító befolyása is érvényesült valamilyen mértékben, viszont a sorozat így is a legnépszerűbbek közé került.



Ezek után kíváncsi voltam, hogy a strukturált elemzésben milyen helyet foglal majd el a sorozat, illetve az interjúk alapján milyen formákban jelenik meg a gyerekek életében. Ebben az esetben azok a megjelenések dominálnak, amelyeknek valamilyen közösségi vonatkozásuk van, ezek között is a játék különböző formái kapták a legnagyobb szerepet.

### 6.2.1. Szerepjáték, jelenet eljátszása

„Azt játszották, hogy gurultak a hóban, és úgy felfegyverkezve harcoltak, és az extrém benne az volt, hogy a kapus bácsi a seprűjével volt az ellenség, nem tudom, hogy klón vagy mi, de tudom, hogy ellene harcoltak. És megvolt a kapusszobának is a neve a filmből, és a kapus bácsi is be lett avatva a *Star Wars*-játékba” – számoltak be egyik kolozsvári tanító az osztályában tapasztalható *Star Wars*-rajongásról, amelyről a gyerekek is meséltek: „A suliban szoktuk játszani nagyon sokszor a *Star Wars*-t. Elképzeljük a droidokat, s akkor mi vagyunk vagy a klónok vagy a jedik.” Erről számolt be az egyik kolozsvári fiú, miután részletesen elmesélte néhány rész tartalmát. Gyakori jelenség, hogy a gyerek az iskolában (óvodában vagy más közösségben) ismerkedik meg valamilyen tartalommal, amely aztán az otthoni életbe is begyűrűzik. A szülők esetében itt is megfigyelhető az engedékenyebb és a szigorúbb hozzáállás is. Az egyik anyuka ezt mesélte:

„A suliban megjelentek az ilyen *Star Wars*-hősök, de otthon nem igazán, max átvett egy-egy beszélést. Ezeket nagyon ki szerettem volna zárni, ezeket együtt szerezték az iskolában, és itthon is el-elkaptam nézegetni. Aztán megbeszéltük, hogy ez irreális, nincs mit tanulni belőle.”

Egy másik családban, ahol szintén erős kontroll érvényesül, ezt úgy oldották meg, hogy megnézték a filmet a gyerekekkel együtt: „Már nagyon akarta a gyerek, és új filmet nem nézhet egyedül” – mesélte a kisfiú anyukája. A film jelentőségét mint a közösségbe való beilleszkedés feltételét a tanító is alátámasztotta, aki azt mesélte a szóban forgó tanítványáról, hogy hosszabb ideig nem látta a sorozatot, míg végül az apukájával együtt nézte meg, mert a helyzet már „tarthatatlan” volt. „Utána őt is befogadták úgymond a csapatba, de addig sem közösitették ki, csak egyszerűen nem volt mit hozzászólnia, mert nem ismerte a szereplőket.”

A harcos játékok és a verekedés között a tanítók és a szülők véleményében nem mindig lehet különbséget tenni. De vannak határozott álláspontok is, például az egyik kolozsvári tanító esetében:

„Volt olyan, hogy az egyik tanárnő azt hitte, hogy két kisfiú rendesen verekszik, közben egy jelenetet mutattak be az osztály előtt a *Star Wars*-ból, és egyik földhöz vágta a másikat. És hiába magyarázták, hogy de hát ez nem verekedés volt, mert valamilyen szinten azért egyikük egy monoklit kapott, és akkor be kellett menni az igazgatóságra és elmondani, hogy nem verekedés, hanem filmjelenet bemutatása volt. Tehát megengedtem azt is, ha előttem, biztonságos környezetben történik, mert különben elfajulhat.”

### 6.2.2. Tárgyi játék

A *Star Wars*-jelenség azért is keltette fel az érdeklődésemet, mert a különböző befogadói attitűdök nagyon jól megfigyelhetőek a sorozathoz és a hozzá kapcsolódó termékekhez való viszonyulásban.

Morley befogadás-elmélete<sup>12</sup> alapján azonosuló, módosító és passzív befogadói magatartást különítettem el a kutatásom során. A három különböző befogadói attitűdöt a mesehős-reprezentációk viszonyában saját megfigyeléseim is alátámasztották. *Azonosuló típusú reprezentációt* azokban az esetekben figyeltem meg, amikor a gyermek a médiából

12 A fogyasztótípusok elkülönítésénél a David Morley által leírt befogadás-típusokból indultam ki, amelyeket *A Nationwide nézői, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást* (1992) című könyvfejezetében ír le részletesen. Morley három csoportba sorolta a nézői magatartást. Az első, *uralkodó* típust azok képviselik, akik a média által felkínált értelmezési struktúrákat használják az üzenetek értelmezésében. A második, *egyezkedő* típusba azok kerültek, akik az uralkodó mintákat a saját mintáikkal egészítik ki, ezáltal az üzenet a befogadó saját kontextusának megfelelően módosul vagy torzul. A harmadik típust az *oppozíciós* állásfoglalás jellemzi.

vagy a kereskedelmi szférából származó mesehős-reprezentációkat sajátítja el (például a példakép és a szerepmódel vagy a különböző termékek esetén). *Módosító reprezentációról* azokban a helyzetekben beszélek, amelyek során a gyerek saját eszközeivel jeleníti meg a kedvencét, saját mintáit érvényesítve (például a játék során, rajzban, iskolai fogalmazásban stb.). A harmadik csoportba a *passzív reprezentációk* tartoznak, amelyek más mesehősök esetén voltak jellemzőek, ezek esetében nem jellemző, hogy a karakter bármilyen formában beépülne a befogadó mindennapi életébe, a képernyőn való megjelenésén túl.

A LEGO Star Wars-különkiadása volt az a játék, amelynek esetében a leginkább megfigyeltem az első két befogadói attitűd elkülönülését. Vannak családok, amelyekben azt gondolkodás nélkül megveszik, máshol kategorikusan elutasítják, illetve természetesen a köztes megoldások is sok esetben megfigyelhetők. Az egyik családban piros pontos rendszer működik: a gyerek a házimunkában nyújtott segítségért és egyéb jócselekedetekért érdemli ki a pontokat, amelyeket aztán pénzre válthat. Az anyukája elmondása szerint jelenleg a Star Wars-LEGO a kitűzött cél, arra gyűjti a pontokat (bár az anya ezt nem helyesli, de úgy gondolja, hogy ha a gyerek maga dolgozik meg érte, akkor megérdemli). Egy másik fiú a nagyobb korcsoportból már túl van ezen a korszakon, de amint az anyukája elmondja, a Star Wars-LEGO nagy divat volt az iskolában. Annak idején a filmet is megnézték, de most már ez is csak egy a különböző gyűjtemények közül.

Sok családban a gyerek fantáziájára van bízva, hogy miként pótolja a LEGO-t, a szülők ugyanis nem adnak ki pénzt az összes újonnan megjelenő divathóbortra. Egy kolozsvári fiú ezt mesélte:

„Nekem nincs Star Wars-LEGO-m, de van saját, és azzal szoktam *Star Wars*-t játszani. És van egymillió fegyverem, amikkel az álmoságtól félholt apukámmal szoktam játszani. A testvéreim nagyobbak és nem játszanak velem.”

Egy másik gyerek ebbe avat be:

„A *Star Wars*-ból is volt egy űrhajóm, csak kirepült az ablakon... Játsoztam vele és kiesett. Ez ilyen McDonalds-os volt, nekem csak úgy házilag van *Star Wars* űrhajóm, én készítem, a LEGO-k a kedvenc játékaim egyébként.”

Vagy: „Nekünk nincs *Star Wars* LEGO-nk, és lassan már mondunk is le róla, azért mert macerás” – ezzel indokolta a tényeket egy interjúalanyom, aki testvéreivel együtt a sorozat nagy rajongója. Bár nem mindenkinél működik egyformán, az alternatív módszer, a játék helyettesítése többnyire olyan megoldás, amellyel a szülők is elégedettek. A gyerekek pedig esetenként kibékülnek a köztes megoldással, de azért leginkább az eredeti játékra vágyanak, ami főleg a játék közösségi vonzatainak köszönhető.

### 6.2.3. Egyéb tevékenységek

A *Csillagok háborúja* iránti rajongás a gyerekeknek sok egyéb tevékenységébe beférkőzik. A felnőttek közül többen beszámoltak arról, hogy a jelenség erőteljesen érződik a gyerekek rajzaiban. „Ha akár egy matekórán többet kell magyaráznom, mert a hús gyerekből tíz nem érti, akkor addig elővesz egy lapot és lerajzol gyorsan valakit a *Star Wars*-ból” – mesélte egyik tanítványáról a kolozsvári tanítója. Ez más fiúkkal kapcsolatban is felmerült. Az egyik legügyesebben rajzoló gyerekről szintén azt mesélte a tanító, hogy korábban katonai térképeket, autókat rajzolt, most pedig teljesen áthatja a rajzait a *Csillagok háborúja* földöntúli világa.

Több családnál a szülő-gyerek-kommunikáció területével is összefüggésben áll a sorozat, főleg amiatt, mert a szülők úgy gondolják, hogy a gyerekek kicsi még az ilyen harcos filmekhez. A *Star Wars*-rajongó osztály tanítója a következőt mesélte egy tanítványáról, aki később csatlakozott a „rajongói klubhoz”:

„Vele az apuka nézte meg a *Star Wars*-t a többiek hatására, és mesélte, hogy abban a részben, ahol a pozitív szereplő negatívnak bizonyul, az nagyon megviselte. Nagyon csalódott volt, nehezen dolgozta fel, két napba telt, ezt meg kellett beszélni, hogy hogy is lehet, mert az igazságérzete nagyon működik a gyerekeknek, rendszeren probléma volt ebből, nem aludt egy éjszaka, és mivel hétvégenként nézték, két hetet szünetelnie kellett, hogy a következő részt meg bírja nézni.”

A *Csillagok háborúja* esetén is hatalmas *merchandising*-iparról beszélhetünk, a kutatásom során azonban a különböző termékek nem kaptak olyan nagy jelentőséget. Ezt a témát inkább érintőlegesen kezelték, mint ami jelen van az életükben, de nem túl fontos. Az egyik, nagyobb korcsoportba tartozó fiú anyukája így foglalta ezt össze, amikor a termékekről kérdeztem:

„Volt pókemberes időszak, akkor mindenből azt kellett megvenni, most a *Star Wars*-időszak van, de ezek hamar elmúlnak, mert gyorsan fejlődik, zabálja a dolgokat.”

Ebben az esetben inkább úgy tűnt, hogy a *Star Wars*-korszak is már letűnőben van a gyerek életében. Általában az alanyok arról a korszakról meséltek részletesebben, amely épp zajlott, a kolozsvári kisebb korcsoportban pedig egyértelműen kirajzolódottak a rajongás különböző aspektusai, az élet legváltozatosabb területein.

„Elvittem őket LEGO-kiállításra, ott is az volt az első LEGO, a *Star Wars*-os, ők csak arra voltak kíváncsiak. És valami nem volt helyesen csinálva, mert a klónok egy metróállomásra is be voltak téve, és akkor az, aki a kiállítást csinálta az osztályom szerint nem nézhette meg a filmet, mert hogy lehet ilyent, hogy egy stadion, és a nézőtérén egy klón, hát az hogy kerülhetett oda”

– mesélte a tapasztalatait a kolozsvári kisebb korosztály tanítója.

### 6.3. Következtetés

Ebben az esetben is elsősorban a kolozsvári fiúk kedvencéről van szó, amely inkább az értelmiségi családokban népszerű. A tordaszentlászlói fiúk körében nem idézett elő ekkora divathullámot a sorozat: esetükben a *Ben10* töltötte be a közös kedvenc szerepét, ami megjelenik a gyerekek rajzain ugyanúgy, mint az udvaron folytatott közös harcos játékokban. Az egyik legnagyobb különbség a két sorozat között az, hogy a *Csillagok háborúja* hátterében sokkal nagyobb *merchandising*-ipar áll, a filmből származó szereplők és motívumok a populáris kultúra ikonográfiájának részévé váltak, nemcsak a gyerekek körében. Bennel a gyerekek a leginkább a televízió képernyőjén találkozhatnak, a *Star Wars*-kultusz pedig nagyon sok irányból célozza meg a közönségét. A tévéműsor ugyanúgy eljut a kisebb falvak otthonaiba is, a különböző egyéb termékek és játékok viszont már kevésbé.

Ami a szülői mintát illeti, itt inkább az apukák szerepe kap hangsúlyt. Mindkét településen a családfenntartó apa képe figyelhető meg, mint általános tendencia, a férfiak által betöltött munkakörök azonban különböznek. Az apák hatásában azonban kevésbé a választott életpályák, a szellemi vagy a fizikai munka közti különbségek tűntek érdekesnek. Inkább egy másik fontos jelenség, amelyet a szakirodalom gyakran összefüggésbe hoz a gyermekek mesehős-preferenciájával, és pedig a szülők nosztalgiája (Szabó 2011). A *Csillagok háborúja* első epizódjai ugyanis akkor jelentek meg, amikor a mai kisfiúk apukái voltak gyermekek, vagyis ők voltak a sorozat első rajongói. A televíziózás, a mozilátogatás lehetősége az 1970-es években nagyobb volt városban, mint falun, így vélhetően a *Star Wars*-hoz kapcsolódó termékekkel, játékokkal is a városi gyermekek apukáit lehet jobban megcélózni. Ez pedig a már említett, eltérő *merchandising*-jelenléttel is összefüggésben áll.

## 7. A gyermekek viszonyulása az ellenkező nem kedvenceihez

A nemi különbségek érdekesen mutatkoznak meg falun és városon abból a szempontból is, hogy miként viszonyulnak a gyerekek egymás kedvenceihez. Az osztályokban tartott vetítések során azt figyeltem meg, hogy Tordaszentlászlón a lányok voltak toleránsabbak a fiúk mesehőseivel szemben, és a fiúk takarták el a szemüket a „nyávogós” Barbie láttán. Kolozsváron ez pont fordítva volt: a lányok nyilvánították ki a megvetésüket a „durva, verekedős” férfihősökkel szemben, a fiúk pedig sokkal inkább elfogadták a Barbie-mesét. Az ellenkező nemű kedvencekkel kapcsolatban a gyerekekre többnyire az jellemző, hogy a lányok kedvencei között gyakran szerepelnek hímnemű hősök, a fiúknál azonban egyenesen ciki kedvelni a lány szereplőket. Ezért volt nagy meglepetés számomra, hogy a kolozsvári interjúmban több kisfiú is „bevallotta”, tulajdonképpen kedveli a Barbie meséket:

„Mindenki kikacag, mert én szeretem a Barbie-s meséket. Jobban szeretem, mint Batmant vagy Pókembert. Mert varázsolnak meg [...] vagányak, nem unalmasak. Le kell győzzék a rosszkat, meg vannak állatok, akik segítenek. Vannak fiú szereplők, király, sellőkirály meg pillangókirály, de ritkán”

– mesélte az egyik kolozsvári fiú. Egy kislány anyukája szerint ezzel többen vannak így:

„Érdekes, hogy vannak fiúk is, akik szeretik, de ezt nem szabad mondani senkinek – az anyuka kéri kölcsön, az anyuka hozza vissza a mesét, nem szabad megtudja senki.”

Ami a lányoknak a fiúk kedvenceihez való viszonyulását illeti, mind Kolozsváron, mind Tordaszentlászlón akad olyan kislány, aki csatlakozik a fiúk játékához. Mindkét településen több lány említett kifejezetten fiúknak szóló meséket kedvenként, többek között a *Csillagok háborúját* vagy a *Ben10*-t.

A fentiekből az látszik, hogy a városi környezet receptívabb a megváltozott nemi szerepekkel kapcsolatban, illetve itt nagyobb mértékben alkalmazkodnak a fiúk és a lányok is egymás preferenciáihoz. Ezzel szemben a vidéki közösségben a lányok preferenciái kevésbé érvényesülnek, a változó tendenciákat képviselő modell kevésbé épült be, és inkább a lányok alkalmazkodtak a fiúk preferenciáihoz.

## 8. Összegzés

E tanulmány egy mesehősöket vizsgáló doktori kutatásnak a nemi tényezőkre vonatkozó kérdéseit összegzi, azok ugyanis fontos szempontnak bizonyultak a gyermekek mesehősválasztásában. A gyermekeknek szóló tartalmakban változó tendenciák figyelhetők meg a társadalmi nemet illetően: a nőnemű szereplők mennyisége és karaktere is változást mutat ahhoz képest, amit az említett szakirodalom leír. A tanulmány legfontosabb kérdése az, hogy milyen nemi szerepek tükröződnek a mai gyermekműsorokban és a közönség interpretációiban. Ennek érdekében a gyermekek legnépszerűbb kedvenceit vizsgáltam meg: egyrészt azt, hogy milyen nemi szerepekre vonatkozó üzenetek jelennek meg a fiúk és a lányok számára gyártott tartalmakban, másrészt azt, hogy miként jelennek meg ezek az eltérő környezetben élő gyermekek életében.

Mindkét esetben olyan alkotásokról van szó, amelyek erőteljesen táplálkoznak a hagyományos mesékből mind a narratívákat, mind a szereplőket tekintve. A részletek és a vizuális megjelenítés szempontjából azonban mindkét sorozat „modern mesének” számít. Míg a Barbie-sorozat főszereplője a klasszikusan nőiesnek tartott tulajdonságokat (szépség, kedvesség, empátia, passzív szerep stb.) ötvözi a klasszikusan férfiasnak tartott jellemzőkkel (bátorság, problémamegoldó készség, intelligencia, aktív szerep stb.), a fiúk kedvencei esetében vagy az előbbi, vagy az

utóbbi típus jelenik meg, az utóbbi azonban fizikailag is férfias vonásokkal jár együtt (ez pedig érvényes a *Csillagok háborújára* és a *Ben10*-re is). Ami a férfi szereplőket illeti, a Barbie-mesékben szintén a megszokottól eltérő férfikarakterrel találkozhatunk, a fiúk kedvenceiben azonban a férfi szereplők továbbra is a klasszikusan férfiasnak tartott tulajdonságokat testesítik meg. Ez arra enged következtetni, hogy a megszokottól eltérő férfi és női szerepeket a lányok számára gyártott tartalmakban figyelhetjük meg.

A közönség vizsgálata azt a feltételezést erősítette meg, hogy a gyermekek preferenciája, amelyben a nemi tényező fontos szerepet játszik, összefüggésben állhat a nemi szerepek szempontjából (is) különböző szociális háttérrel, vagyis az említett változó tendenciák eltérő módon jelentkeznek városon és falun. Erre utal egyrészt az, hogy a „modern” nőideált megtestesítő Barbie inkább a városi kislányok körében népszerű, a falusi kislányok esetében pedig kevesebb reprezentáció volt megfigyelhető, és nem rajzolódott ki egy olyan mesehős képe, akivel sokan tudtak volna azonosulni. A fiúk esetében azonban inkább csak eltérő preferenciákról beszélhetünk falun és városban, a csoportos játékokban megjelenő közös kedvenc mindkét településen megjelenik, és ez mindkét esetben a klasszikus férfiszereppel való azonosulással jár együtt. Másrészt a szociális környezet hatására utal az is, hogy a két településen eltérő fogadtatásban részesült az ellenkező neműek kedvence: Kolozsváron a fiúk voltak nyitottabbak a megváltozott férfi és női szerepeket bemutató Barbie-sorozatra, míg Tordaszentlászlón a lányok fogadták el inkább a fiúk kedvencét, akire a klasszikus nemi szerepek jellemzőek.

Jellemző, hogy a gyermekek médiahasználatának kvalitatív megközelítésével elsősorban a pszichológia foglalkozik, amely azonban a leginkább a média hatása felől közelíti meg a témát. E kutatás a pszichológiai tényezőket is figyelembe véve gyermekek esetében alkalmazza a közönségre aktív felhasználóként tekintő befogadói vizsgálatot: azt a megközelítést, amely a média-közönségkutatásban inkább a felnőttek körében terjedt el.

## Irodalom

- Acuff, Dan (2010): *The Power of Character Archetypes. Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers. Emerald*, 11. sz. DOI, <http://dx.doi.org/10.1108/yc.2010.32111daa.002> (letöltés: 2015. II. 13.).
- Ånggård, Eva (2005): *Barbie Princesses and Dinosaur Dragons: Narration as a Way of Doing Gender. Gender and Education*, vol. 17, no. 5, pp. 539–553.
- Beregi Tamás (1999): *Csillagok mágiája. Filmvilág*, 9. sz., 54–55. o.
- Bettelheim, Bruno (1985): *A mese bűvölete és a bontakozó gyermeki lélek*. Budapest: Gondolat.
- Fizesan, Bianca (2012): *Digital Engagement Among Eastern European Children. Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Sociologia*, vol. 57, no. 1, pp. 83–99.
- Hourihan, Margery (1997): *Deconstructing the Hero. Literary theory and Children's Literature*. London: Routledge.
- Kassay Réka (2013): *Mesehős-reprezentációk az elemi iskolás gyerekek hétköznapi életében*. PhD-dolgozat. Kolozsvár: Babeş-Bolyai Tudományegyetem.
- Lendvai Emese (2003): *Merchandising gyermekárúkon, avagy hogyan győzik meg a gyerekeket a rajzfilmfigurák*. Szakdolgozat. Budapest: Budapesti Gazdasági Főiskola.
- Lepadatu, Ioana & Delia Cristina Balaban (2009): *Media Usage by Children in the Rural Area. Case Study of the Village Berindu in the Cluj County. Studia Universitatis Babeş-Bolyai, Ephemerides*, no. 2, pp. 75–84.
- Mérei Ferenc & V. Binét Ágnes (1970/2006): *Gyermeklélektan*. Budapest: Medicina.
- Morley, David (1992): *Television, Audiences and Cultural Studies*. London: Routledge.
- Mráv Noémi (2009): *A Tévemaci tudatformáló szerepe. Médiakutató*, nyár. 7–28. o.
- NMHH (Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság) & Szonda Ipsos (2008): *Kid.Comm 2008 – A 8–14 éves gyerekek kommunikációs szokásai*. Budapest, [http://www.ortt.hu/elemlzesek/21/1234535285kidcomm\\_20090213.pdf](http://www.ortt.hu/elemlzesek/21/1234535285kidcomm_20090213.pdf) (letöltés: 2012. 01. 06.)
- NMHH (Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság) (2012): *Kid.Comm 2 kutatási eredmények: a 8-14 éves gyerekek médiahasználati szokásai*. Budapest, [http://mediatorveny.hu/dokumentum/293/KidComm2\\_tanulmany.pdf](http://mediatorveny.hu/dokumentum/293/KidComm2_tanulmany.pdf) (letöltés: 2012. I. 06.).

- Propp, Vlagyimir Jakovlevics (2005): *A mese morfológiája*. Budapest: Osiris.
- Ranschburg Jenő (2006): *Áldás vagy átok? Gyerekek a képernyő előtt*. Budapest: Saxum.
- Steinberg, Marc (2009): Anytime, Anywhere. *Tetsuwan Atomu* Stickers and the Emergence of Character Merchandizing. *Theory Culture Society*, no. 26, pp. 113–139.
- Stokes, Jane (2008): *A média- és kultúrakutatás gyakorlata*. Budapest & Pécs: Gondolat
- Szabó Noémi (2011): Moralitásjáték. A gyerekfilm és a társadalmi elvárások. *Prizma*, 5. sz., 8–14. o.
- Szántó Szilvia (2000): A mai gyerekek. A különböző karakterek megdobogtatják a gyermekek szívét. *OMIKK – Műszaki Gazdasági Információ. Nemzetközi Marketing*. Budapest: OMIKK. 11. sz.
- Vekerdy Tamás (2001): *Gyerekek, óvodák, iskolák*. Kaposvár: Saxum.
- Winterman, Denise (2009): What would a real life Barbie look like? *BBC News Magazine*, [http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk\\_news/magazine/7920962.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/7920962.stm) (letöltés: 2013. IX. 07.).

**Kassay Réka** a kolozsvári Babes-Bolyai Tudományegyetem társult oktatója, doktori címét 2013 őszén szerezte a BBTE Hungarológiai Tanulmányok Doktori Iskolájában. Szakterülete az animációs film. Az egyetemi tanulmányok elvégzése után a budapesti MOME animáció-szakán, majd a franciaországi La Poudriere animációs képzésén folytatta ösztöndíjas tanulmányait. 2008-tól több nemzetközi fesztiválon vett részt animációs rövidfilmjeivel, 2010-től a doktori tanulmányait az ELTE Médiatanszékével közreműködésben végezte. Kutatása során rajzfilmek közönségének interpretációit vizsgálta.

# Televízió és sztárság – ismerősök a képernyőről

## James Bennett *Television Personalities: Stardom and the Small Screen* című könyvéről

A kötet szerzője, James Bennett a londoni Royal Holloway Egyetem Médiatanszékének vezetője; érdeklődési területébe a celebek és a digitális kultúra kapcsolata, a televíziózás és az általa előállított kulturális formációk vizsgálata tartozik. Eddig két könyve és számos cikke jelent meg a témában, emellett a *Celebrity Studies Journal* egyik alapítója, és a *Television & New Media* szerkesztőbizottságának tagja.

A *Television Personalities: Stardom and the Small Screen* című kötetben a szerző két okot említ témaválasztásának indoklásaként. Először is úgy látja, hogy a hírességek manapság már mindenhol jelen vannak a médiában, ennek ellenére elenyésző az a tudományos munka, amely célzottan velük foglalkozik. A filmsztárok vizsgálatának több évtizedes hagyománya van, ezzel szemben a televízió által létrehozott hírességekkel nem nagyon foglalkoznak a kutatók. Másodszor, ehhez szorosan kapcsolódva felmerül annak problémája, hogy a témában használatos terminusok is többnyire a filmes sztárság leírásához kapcsolódnak, így Bennett szükségesnek érezte egy saját fogalomrendszer létrehozását, és a televíziós személyiségek formációjának más fényben való megvilágítását. Úgy érzi, érdemtelenül nem foglalkoznak a kutatók a televízióval és az általa kialakított hírnévtípusokkal, így fontos küldetésének tartja bebizonyítani, hogy sokkal nagyobb jelentőségük van a modern társadalmi és kulturális életben, mint gondolnánk.

James Bennett könyve bemutatja a televíziós személyiségek kialakulásának főbb állomásait az Egyesült Királyságban, és példákkal illusztrálva elemzi három altípusukat. Munkájának ívét a televízió elterjedésétől egészen a digitális médiumok megjelenéséig követhetjük, miközben arra a kérdésre is választ kaphatunk, hogy miért érdemes a televíziós személyiségekkel behatóan foglalkozni. Ennek bemutatására a szerző két jelentős kutatási trendet emel ki, amelyeknek hiányosságai jelentették a motivációt saját kutatása lefolytatásához: az elsőbe sorolja John Ellis és John Langer munkásságát, akik a hírnév kutatásának keretében inkább a filmsztárok vizsgálatával foglalkoztak, és a televíziós személyiségeket az előbbiekhöz viszonyítva alacsonyabb rendűnek tartották, alakjukat egy „hiány” meglétével jellemezték. Bennett nem ért egyet ezzel az elképzeléssel, hiszen úgy gondolja, hogy a televíziós személyiségeket a televízió speciális jellemzői alapján kell vizsgálni, mivel éppen ezek teszik őket különlegessé és a filmsztároktól különbözővé. A második trend esetében már inkább a média és a hírességek kapcsolatára irányult a kutatás fókuszsa, a hírességek múlandóságára és társadalomban betöltött egyre jelentősebb szerepére koncentráltak. Azonban ebben az esetben éppen a televíziós hírnév sokféle megjelenési formájával nem foglalkoztak részletesen. James Bennett ezeket a hiányosságokat igyekszik pótolni könyvében. Legfontosabb törekvése az, hogy bemutassa: a televíziós személyiségek nem csupán a sztárok ellentétének tekinthetők, hanem éppen azok a tulajdonságok (intimitás, hitelesség, hétköznapiság, készségek és erőfeszítés) alakítják kiemelkedő szerepüket, amelyek megalapozzák ideológiai, textuális, gazdasági és kulturális jelentőségüket.

A szerző a hírességeket árucikknek tekinti, akiknek személyisége jelenti a legnagyobb vonzerőt a közönség számára, ráadásul mivel napi szinten jelennek meg a televízióban, egyfajta ismerősként tekintünk rájuk. A televíziós személyiség fogalmát Richard Dyer gondolatait felhasználva határozza meg: míg a tévésztár karaktert játszik, és különféle személyiségek megkonstruált reprezentációiként értelmezhető, a televíziós személyiség önmagát adja a képernyőn és azon kívül is, és állandóan hangsúlyt fektet személyiségének folytonosságára és hétköznapiságára (2. o.). Bennett értelmezésében a televíziós személyiségek a tévé által létrehozott hírnévformációknak csak egyik csoportját alkotják, és jelentőségük, jellegzetességeik csak a sztárokkal, a celebekkel, a műsorvezetőkkel fennálló

kapcsolatuk alapján határozhatók meg. A televíziós személyiségeket az intimitás, a hétköznapiság és a hitelesség konstrukcióin keresztül elemzi, miközben amellet érvel, hogy ezek a figurák képük fenntartása érdekében jelentős befektetett munkát is felvonultatnak, illetve szakmai készségek is szükségesek a hosszú távú karrier kiépítéséhez. Mindezek mellett a televíziós személyiségek gazdasági, kulturális és ideológiai szerepét is igyekszik feltárni könyvében annak alátámasztására, hogy ez a terület érdemes a kutatók figyelmére. A szerző legfőbb célja az, hogy bemutassa, a televíziós személyiségek fontos szerepet töltenek be a hírességek kultúrájában. Fel kívánja tárni azokat a jelentéseket és szerepeket, amelyeket a televízióban és azzal együtt mindennapi életünkben betöltenek, továbbá le szeretné leplezni, hogy a közönség miért érdeklődik irántuk, miféle élvezetet lel bennük.

Bennett úgy látja, a televíziós személyiségekkel szembeni ellenállás elsősorban abban gyökerezik, hogy az általános vélekedés szerint ők nem tesznek semmit a hírnévért, csak önmagukat adják, amihez semmiféle erőfeszítésre nincs szükség. Így aztán nehéz őket komolyan venni, hiszen a nézők és gyakran a kutatók is úgy vélik, nincs mit vizsgálni velük kapcsolatban. Bennett egyik legfontosabb törekvése az, hogy ezt a vélekedést megváltoztassa, ehhez pedig legelőször is a sokszor meglehetősen kusza fogalmak tisztázását tűzi ki célul. John Langer gondolatainak felhasználásával húzza meg a határvonalat a sztár és a televíziós személyiség között: míg az előbbi speciális, megközelíthetetlen, kivételes, idealizált, vágyott és imitált, addig az utóbbi az élet részének tekinthető, intim és közvetlen, ismerős, tipikus, normalizált (7. o.). A szerző úgy utal a televíziós személyiségekre, mint akik „rendkívüli módon hétköznapiak” (17. o.) és olyan egyénekként határozza meg őket, mint akik – bár létrehoznak egy televíziós képet – mégsem csak a televízióban jelennek meg, hanem szerepelnek az újságokban, az interneten, a könyvekben is; emellett pedig hírnevük kiépítésében fontos szerepet kap a befektetett munka, illetve az előadásmód. Bennett szerint éppen ez a befektetett munka és készség különbözteti meg a televíziós személyiséget a tévésztártól és a tévécelebtől. A készségek terén három típust különböztet meg: a televízióval képzett személyiséget (*televisually skilled* – a televíziós technikák és praktikák avatott ismerője, képes a könnyed szórakoztatásra, például Benny Hill, Cilla Black), a szakmailag képzett személyiséget (*vocationally skilled* – olyan szakmai tudással rendelkező egyének, például kertészek vagy szakácsok, akik televíziós személyiséggé nőnek ki magukat, dokumentumszerű/életmódszerű bemutatásra törekkenek – például Jamie Oliver), és a köznyelvi készséggel (*vernacularly skilled* – ezt olyan hétköznapi személyek birtokolják, akik a többiek közül kiemelkedve lesznek híresek, például Kevin Rose) rendelkező személyiségeket. A televíziós képzettség minden esetben követelmény, de a másik két készség attól függően határozza meg egy személy munkásságát, hogy pontosan mivel foglalkozik.

A könyvben részletes ismertetést olvashatunk arról, hogy a szerző mit ért a televíziós személyiségek nélkülözhetetlen tulajdonságain, majd könyve későbbi fejezeteiben példákkal illusztrálva elemzi a három alapvető készséggel rendelkező televíziós személyiségeket. A *hétköznapiságot* nagyon fontos ismertetőjegynek tartja, mivel úgy látja, a televíziós személyiségek egybeolvadnak a tévé hétköznapiságával, és úgy jelennek meg benne, mint ahogy a valódi életben is találkozhatnánk velük. A *hitelesség* fogalmán azt érti, hogy bár a néző úgy érzékeli, a televíziós személyiség önmagát adja a képernyőn, azonban ennek hiteles megjelenítése kemény munkán alapul, hiszen az egyének folyamatosan fejlődni kell szakmailag, miközben úgy kell előadnia magát, hogy a néző elhiggye, a magánéletben is pontosan ilyen. A következő tulajdonságot, az *intimitást* a televízió egyik alapvető sajátosságának tartja, mivel benne van a néző otthonába való behatolás, a gyakori ismétlődés, ráadásul a televízióban megjelenő szereplők sokszor alkalmazzák a kamerába tekintés (*direct address*) módszerét, amivel még szorosabb kapcsolatot alakítanak ki a nézővel. A befektetett munka/erőfeszítés kiemelkedően fontos szerepet kap Bennett elméletében, mivel úgy látja, a televíziós személyiségek kifelé mutatott „személyisége” megkonstruált performansz, s véleménye szerint csak azok válhatnak igazi televíziós személyiségekké, akik elsajátítják a spontaneitás, az azonnalosság és az intimitás előállításához szükséges technikákat. Mindez alapvető fontosságú a hosszú időn keresztül fennálló hírnév kiépítéséhez. Miközben úgy tűnik, hogy a televíziós személyiség semmit sem csinál, csak önmagát adja, rá kell döbbernünk, hogy a háttérben alapos és körültekintő szakmai munka zajlik, és a könnyedség fenntartása valójában erőfeszítésbe kerül. És ha mindez nem lenne éppen elég, James Bennett úgy véli, hogy a televíziós személyiségnek még a képernyőn és a valóságban megjelenő személyiségei közti folytonosságot is hangsúlyoznia kell.

A szerző felhívja figyelmünket, hogy manapság a hírnév kiterjed a hétköznapi emberekre is; a valóságshow-szereplők, a popsztárok, az internetes hírességek mind-mind keverednek a magazinokban, online fórumokon, közösségi portálokon, és köztük akarva-akaratlanul hierarchikus rendszert kívánunk létrehozni. Utal azonban arra is, hogy



amennyiben Graeme Turner fogalmával élve a hírességeket „reprezentációs mód”-ként (97. o.) kezeljük, akkor lehetetlen köztük alá- és fölérendelt viszonyt létrehozni, hiszen nem lehet őket összehasonlítani, mindannyian ugyanolyan fontossággal bírnak. Véleményem szerint ez a megállapítás lényeges a hírességek kutatásának szempontjából, hiszen amint arra Bennett már könyve kezdetén rámutat, éppen az egymáshoz való viszonyítás, a „jó” és a „rossz” hírességek megkülönböztetése eredményezi, hogy olyan keveset tudunk a televízióban megjelenő celebekről, hírességekről, pedig alapvető hatással bírnak a közönség életére és mindennapjaira, a világról és saját magáról alkotott elképzeléseikre.

James Bennett könyvének első részében a televíziós személyiség kialakulásának történeti áttekintését adja. Az Egyesült Királyságban az 1950-es években kezdődött el a folyamat, amely a televízió saját sztárjainak kialakulását eredményezte. Történeti áttekintését éppen azért kezdte ezzel az időszakkal, mert ekkor vált tömegmédiummá a televízió. Ahhoz, hogy a rádiózástól és a varietéműfajoktól elszakadva különálló médiumként jelenhessen meg, a televízióknak nemcsak saját sztárokat, de megkülönböztető jegyekre is szüksége volt. James Bennett Benny Hillt vizsgálja részletesen – őt tartja az első olyan televíziós személyiségnek, aki sikeresen lépett át a varieté világából a televíziózás műfajába, és képes volt fenntartani karrierjét 36 éven át. Kezdetben ugyan szakmai készségen alapult sikeressége, de képes volt elsajátítani a televíziós készségeket és technikákat, így lehetett a televíziózás műfajának egyik első képviselője. A televíziós bemondók alkalmazását is mérföldkönek tekinti a televíziós hírnév kialakulásában, mivel használatuk teljesen különválasztja a televíziót a rádiótól és filmtől – mivel egyszerre hangsúlyozzák a vizualitást, és a kamerába tekintés módszerének alkalmazásával a nézővel kialakított bensőséges kapcsolatot. A bemondók alkalmazása lehetővé tette a bűbáj diskurzusának megjelenését, ráadásul a bemondók a nő mint látványosság diskurzusát is erősítették, és egyúttal a fogyasztás idoljaivá váltak. A bemondók a közszolgálati televízió (BBC) megtestesítői voltak, ők nyitották és zárták a napi műsort, technikai problémák felmerülése esetén megnyugtatták a nézőt, és figurájuk egy idő után annyira népszerű lett, és olyan sok különféle médiumban szerepeltek, hogy maguk is televíziós személyiségekké váltak – ebben pedig jelentős szerepet játszott külső megjelenésük is. A televízióban megjelenő figurákat a nézők egy idő után ismerősként üdvözölték, és Bennett érvelése szerint a televíziós produkciós technikák alkalmazása (a közeli felvétel, a látványosság és az intimitás egyidejűsége, a kamerába tekintés) és a korai előadók intertextuális (egy időben többfajta médiumban) megjelenése együtt segített létrehozni a televíziós hírnevet, amely különbözik minden másfajta hírnévtípustól. Úgy gondolja, a bemondók vizsgálatán keresztül egyértelművé válik, hogy az ő személyükben érvényesülő diskurzusok és a különféle produkciós módok és televíziós technikák együttesen hozták létre a televíziós hírnevet, és ezek bemutatásával a szerző rávilágít arra is, hogy mennyire összetett azoknak a személyeknek a képe, akiket magától értetődően a tévé részeinek tekintünk – és akiknek tevékenységét esetleg nem is tartjuk túl sokra.

Bennett úgy látja, hogy a televíziócsatornák igyekeznek minél több személyiséget előállítani, és közülük a sikerebbeket a csatorna arcaiként, formátumként használják fel. A televíziós személyiségek intertextuális és televíziós képe kulcstermék a televíziózás berkein belül. Ahogy egyre több celeb és műsorvezető jelenik meg a tévében, egyre nehezebbé válik számukra annak a határvonalnak az átlépése, amely elválasztja őket a televíziós személyiség kategóriájától. Ezekkel a változásokkal egy időben maga a televíziós látkép is változik: a közönség egyre fragmentáltabb, sokféle új formátum jelenik meg, és a televíziós személyiségek sem csak kizárólag nemzeti szinten lesznek sikeresek – lehetővé válik számukra a nemzetközi hírnév elérése is (például Jamie Oliver, Gordon Ramsay).

A szerző egyik fejezetében azzal foglalkozik, hogy az „önmagadat adni” (117. o.) leginkább performanszként értékelhető televíziós berkekben. Joshua Gamson szavait idézi, amikor arról beszél, hogy a „celebritás minden formája performanszként értelmezhető” (119. o.). Mindebből Bennett szerint az következik, hogy a képernyőn megjelenő Én bizony kemény munka eredménye, és értékelhető az élvezet és a siker alapján, amit elér vagy amit átad. Hozzáteszi, hogy „a híresség »Én«-je minden esetben egy mediatizált konstrukció és a szórakoztató ipar érték-cserekereskedelmének kulcsfontosságú formája” (119. o.). A televíziós személyiségek esetében az előadást magát sem vizsgálták a kutatók sokáig, mivel nem tulajdonítottak színészi képességeket olyasvalakiknek, akik csak önmagukat adják. Emiatt Bennett szükségesnek tartja a színészkedés és a performansz közti különbségtételt. Hozzáteszi: a televíziós személyiségek között még az is különbséget generál, hogy milyen időszámban jelennek meg a tévében.

Bennett további példákat is elemez, bemutatva a televíziós személyiségek különböző típusait. A televíziósan képzett egyén Cilla Black, aki eredetileg énekesnő volt, és már közel 40 éve szerepel a tévében. Kezdetben énekesi

képességeit kamatoztatta, majd kíváncságműsort vezetett, amelyben hétköznapiságát munkásosztálybeli származása és a nézőkkel kialakított közvetlen viszonya alapozta meg. A szakmailag képzett személyiség kategóriájában Jamie Olivert hozza fel példának. Ennél a típusnál nagyon fontos, hogy a kérdéses személy szakmailag hiteles legyen, mivel ennek hiányában a nézőt nem lehet meggyőzni arról, hogy érdemes megtanulnia vagy utánoznia a képernyőn látottakat (például egy étel elkészítését). A szakmailag képzett televíziós személyiségekre így kettős nyomás hárul: egyrészt hitelesen kell tanítaniuk a nézőt, miközben előadásukkal szórakoztatnia kell, és érdeklődését folyamatosan fenn kell tartaniuk. A köznyelvi képzett személyiséget Kevin Rose alakján keresztül mutatja be, aki egy honlapnak (digg.com) köszönheti hírnevét: felhasználóból internetes vállalkozóvá nőtte ki magát. Figurája jól példázza, hogy miként alakul át a televíziós személyiség az újfajta digitális médiumfajoknak köszönhetően. Kevin Rose képes volt önreklámozással sikert elérni, és a közösségi oldalak megfelelő kiaknázásához kifejlesztette a köznyelvi készséget is. A közösségi oldalak felhasználása arra is lehetőséget ad, hogy a kérdéses személy követői személyes üzeneteket küldjenek, kérdéseket tegyenek fel. Mindez olyan fokú intimitást képes kialakítani, amely teljesen különbözik a televízióban és a mozivásznon megtapasztalt intimitástól. A közösségi oldalakon azonban minden hírességnek versenyeznie kell a többiekkel, hogy hallathassa hangját; itt kicsi a különbség a hírességek különféle típusai között, hiszen mindannyian megjelenhetnek, nem számít, ki miben sikeres vagy mennyire ismert.

A televíziós személyiségek ideológiai szerepének vizsgálatához az életmód-televízió elemzését tekinti tökéletes terepnek. Szerinte itt a középosztály ízlése és praktikái jelennek meg normaként. Az életmód-televíziózást alkalmasnak tekinti arra, hogy bemutassa a „mindennapi esztétiká”-t, vagyis a néző mindennapi életéhez kapcsolódó információt adjon, egyfajta életmód-útmutatót szolgáltatson számára (153. o.). Az ideológiai szerep megvilágítására Steve Irwin alakját is említi, akit az ausztrálság mintaképének tartottak, ezáltal az ausztrál identitás megtestesítőjeként is tekinthetünk rá. Az ideológiai olvasat Cilla Black figurájában is fellelhető, akit az általa felsorakoztatott értékek miatt több politikai párt is igyekezett a „magáénak vallani” annak érdekében, hogy az általa képviselt tulajdonságok előnyeit élvezhessék. Alan Titchmarsh figuráját is elemzi, aki kertészeti szaktudása miatt került be a televízióba, de az idők során valódi televíziós személyiséggé nőtte ki magát. Az életmód-tévé azt sugallja a nézőnek, hogy ő is képes ezeket a gyakorlatokat beépíteni az életébe, képes átalakítani saját életét és személyiségét is ennek megfelelően. James Bennett kapcsolatot vél felfedezni a kertészkedés és a brit nemzeti identitás között, Titchmarsh személye hétköznapivá teszi a kertészkedés elittudását, és bátorítja a nézőket a tevékenységbe való bekapcsolódásra is, emellett ideológiát reklámoz és a brit nemzeti identitást is erősíti.

A kötet pozitívuma, hogy olyan területet vizsgál, amelyet a tudományos érdeklődés ezidáig többnyire érdemtelenül került, és kötelességének érzi, hogy felhívja a figyelmet a televíziós személyiségek komplex jelenségére. Egyik legnagyobb érdeme az, hogy friss szemmel tekint a televíziós személyiségek kutatásának problémás területeire, és azokat nézőpontváltással és újszerű fogalomrendszerrel igyekszik feltárni. Véleményem szerint megvan benne az az ötlet, amely a kutatás új irányát mutathatja meg; olyan keretet ad, amely a témával kapcsolatos gondolkodást új mederbe terelheti.

A könyv hiányosságai közé sorolható, hogy bár alapvető céljai között megfogalmazza a befogadás és a közönség televíziós személyiségekben fellelt élvezetének vizsgálatát, e kérdésekkel egyáltalán nem foglalkozik. Ezt a negatívumot azonban maga a szerző is elismeri, és a továbbiakban feltárandó területként jelöli ki. Emellett – bár a kötet tartalmaz részletes elemzéseket egyes televíziós személyiségekkel kapcsolatban – számomra ezek a vizsgálatok kicsit hiányosnak hatnak, éppen azért, mert a felsorolt tulajdonságok összehasonlítása meglehetősen esetleges. Sokszor nehéz eldönteni ugyanis, hogy egy adott személy képében mit tekinthetünk intimnek, hitelesnek vagy éppen hétköznapiak; így a róluk írt elemzések is szubjektívnek tűnnek. Bár a könyv íve jól követhető, mondanivalója gyakran csapongó, néha nehéz kibogozni, hogy mire is szeretne kilyukadni a szerző.

Összességében elmondható, hogy újszerű gondolatokat tartalmazó könyvről van szó, amely képes új mederbe terelni a hírességek és a televíziós személyiségek kutatásáról folyó diskurzust. Számtalan olyan lehetőséget vet fel, amely főként a digitális médiumok térnyerésével nyer értelmet. Bár a kötet egyelőre még csak angol nyelven érhető el, bátran ajánlható mindazoknak, akik érdeklődéssel szemlélik a televíziós hírességek világát, és megkérdőjelezzik azokat a sztereotípiákat, amelyek őket mindenáron negatív színben igyekeznek feltüntetni. (*James Bennett: Television Personalities – Stardom and the Small Screen, Routledge, London és New York, 2010, Kindle Edition, 240 oldal*)

**Sárdi-Bak Ivett** PhD-hallgató, tanár. A Pécsi Tudományegyetem angol-kommunikáció szakán végzett 2009-ben, jelenleg a Pécsi Tudományegyetem Irodalomtudományi Doktori Iskola Kultúratudományi Programjának hallgatója, főállásban gimnáziumi angoltanár. Kutatási témái: tabloidizáció és celeb kutatás. Legutóbbi írása a *Médiakutató*-ban: „A média, amely átgyúr mindent. Marshall McLuhan és Quentin Fiore *Médiamasszás: egy rakás hatás* című könyvéről” (2014. tavasz). Email: bakivett@gmail.com

Sipos Balázs

# Amerika mint modernizációs példa, utópia és disztópia a Horthy-korban<sup>1</sup>

**Az Amerikai Egyesült Államok a Horthy-kori Magyarországon az „átlagos” médiafogyasztók számára személyesen nem látott, nem tapasztalt, csak elképzelt ország volt, amelyet alapvetően aszerint képzeltek el, ahogy az általuk fogyasztott médiumok mutatták. Az USA-ban játszódó amerikai és más nemzetiségű filmek, regények, az útleírások és az Amerikáról szóló cikkek, filmhíradó-híregységek, valamint a dalok azonban nagyon különböző „USA-valóságokat” állítottak elő és formáltak. E tanulmány tartalmuk alapján ezeket tipizálja, elsősorban az „Amerika-barát” vagy Amerika-párti ábrázolásokra koncentrálva. Az utóbbiak közül részletesebben elemez néhányat, kitérve az öncenzúra kérdésére is.**

A médiatörténet-írás ma már nem csupán egyes médiumok, intézmények működésével vagy újságírók, médiamunkások tevékenységével foglalkozik: mind több olyan munka születik, amelyet az integrált (vagy kontextuális) médiatörténet, a szintetikus médiatörténet és a „kultúrtörténeti médiatörténet” kategóriájába sorolhatunk. Az első például a politikai rendszer működése szempontjából megírt médiatörténetet jelent, mint amilyen Paul Starr *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications* című monográfiája is, amelyben Starr – a technológiai determinizmust tagadva – azt állította: a médiatörténetet, a tömegkommunikáció fejlődését a politikai döntések sorozata formálta (Starr 2004). A szintetikus irányzatot leírhatjuk úgy, hogy témája a médiumok története helyett a médiatörténet, a médiarendszer mint egységes egész története az intermediális jelenségekkel, az 1920–1930-as évektől a médiakonvergencia alakulásával (Nicholas 2012). Az utolsó, az általam kissé szerencsétlen címkével ellátott csoport az „általános kultúrtörténethez közelítő” média- vagy még inkább kommunikációtörténeti munkákat jelöli. Ezek alaptézisei a következők: 1. a kommunikáció a valóság megteremtése, formálása, alakítása; 2. a kultúra sokszínű, de az elitkultúra, a szubkultúrák, a populáris kultúra stb. nem egymástól szeparáltan, nem kizárólag egymás ellenében léteznek (Burke 1997); 3. a média nem vizsgálható a „hétköznapi” kultúra jelenségéből kiszakítva (Salokangas 2002, Jensen 2002). Azaz itt egyrészt a kultúra fogalmának „kiterjesztését” figyelhetjük meg, másrészt – ezzel szoros összefüggésben – az úgynevezett új kultúrtörténet-írás hatását is (Burke 2008).

Tanulmányomat az utóbbi típushoz sorolom: azt mutatom be, hogy Magyarországon a különböző kulturális formákban, szinteken mi mindent jelentett az Amerikai Egyesült Államok. Ezt egy korábbi írással ellentétben (Sipos 2013a) nem a közönségek, a befogadás és a dekódolás kérdésére koncentrálva közelítem meg (azaz nem a közönségek által megalkotott USA-jelentés a témám), hanem inkább a jelentést előállító szerző szándékát vizsgálom. Nagyobb részben Amerika-barát vagy Amerika-párti jelentéssel bíró szövegeket elemzek, olyan útirajzokat, amelyek egyik fő funkciója éppen az USA-jelentés formálása volt. Kérdésem az is, hogy ezeket az úti beszámolókat lehet-e utópiaként olvasni.<sup>2</sup> Röviden kitérek továbbá egyéb típusú (például „Amerika-ellenes”)<sup>3</sup> szövegekre, a populáris és az elitkulturális formák kapcsolatára, bizonyos közhelyek közöttük való cirkulálására, valamint az ábrázolások politikai jelentőségére.<sup>4</sup>

1 Az írás az MTA Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült. Köszönöm Balázs Eszter tanácsait.

2 Bár nem innen merítettem az ötletet, de eljárásomat látszik igazolni Visy Beatrix doktori disszertációja, amely Babits Mihály *Az európai irodalom története* című művét eposzként, családregegyként és memoárként is elemzi (Visy 2009; 2011).

3 Bár az Amerika-ellenességnek kétségtelenül van némi hidegháborús melléke, de ha Amerikát bírálónak vagy az USA-val szemben kritikusnak neveznék az ilyen szövegeket, az nem fejeznék ki az anti-amerikanizmus (*anti-Americanism*) fogalmával leírt jelenséget. Itt ráadásul barát-ellenesség-viszonyról van szó (vagy arról is lehetett), hiszen az általam Amerika-ellenesnek nevezett szövegek és szerzők éppen az USA idegenszerűségét és veszélyességét hangsúlyozták (az idegen-veszélyes-ellenesség-konstrukciójára lásd Schmitt 2002).

4 A populáris és az elitkultúra, illetve a politika viszonyának médiatörténeti szempontú vizsgálata Magyarországon se ismeretlen (Balázs 2014).

Dolgozatom felépítése a következő. Először egy eredetileg reformkori, ám a II. világháború alatt újra kiadott és így új kontextusba került szöveg példáján azt mutatom be, hogy miként is lehetett egy létező állam Utópia, azaz „seholország”. Ezután röviden az amerikai kivételesség kérdését tárgyalom, majd az Amerika-ábrázolások barát–ellenség-szempontra alapján létrehozható csoportjait. A harmadik fejezetben „komoly” Amerika-barát szövegeket elemzek, közöttük utópisztikus vagy már-már ilyen jellegű szövegeket. A következő fejezetben egy olyan 1927-es, döntően az USA-ban játszódó, a köztes kultúrához (*midcult*) tartozó regényt vizsgálok, amelyet sci-fiként és ellenutópiaként is szokás olvasni.

## Amerika-ábrázolások és politikai jelentések

A 19. század utolsó és a 20. század első két évtizedét szokás a világ amerikanizálódása első korszakának nevezni: ekkor a gazdasági szempontból egyre erősebb Amerikai Egyesült Államok már kulturális szempontból is mind meghatározóbb jelentőségű lett a világban. Az utóbbi elsősorban a populáris kultúra területét jelenti, mivel az ide sorolható termékek előállítására ekkoriban vált üzemszerűvé az USA-ban, és éppen a sokszorosítás, a nagyipari gyártás modern technikai miatt terjedhettek el ezek a produktumok Európában (ahol szintén üzemszerűen, de kisebb léptékben és nem minden területen zajlott az üzemszerű kultúratermelés). Az amerikai produktumok közül itt most csak a filmekre utalnék, amelyek az Egyesült Államok egységes piacának méretei miatt sokkal látványosabbak lehettek és nagyobb számban kerültek a piacra, mint az európai filmek, ami részben népszerűségüket is magyarázza (Rydell & Kross 2005).

Az első világháborút és a békébe való átmenetet követően, az úgynevezett jazz-korszakban Európában az életmód is amerikanizálódni kezdett. A divat, a szabadidős szokások, a zenei ízlés, a nő- és a férfideál Magyarországon is ennek megfelelően változott, elsősorban természetesen a nagyvárosokban (Sipos 2013b). Babits Mihály a Nyugatban azt rögzítette: „Az amerikai regény is divatbajött nálunk, mint maga az amerikai élet” (Babits 1930).

Most azonban nem az ilyesféle kulturális változással szeretnék foglalkozni, hanem azzal a kérdéssel, hogy e változással párhuzamosan vajon nem lett-e az Amerikai Egyesült Államok újra olyan állam, amelyre mintaként, modernizációs példaképként, már-már utópiaként tekintettek Magyarországon. Azt tudjuk ugyanis, hogy a reformkorban még így volt, ám a 19. század végén finoman fogalmazva ambivalens lett az USA ábrázolása (Vári 2006); bár ez nem jelentette azt, hogy Amerikát kizárólag fenyegetésként, veszélyként és Európánál „rosszabbnak” ábrázolták volna, de az (egyértelmű) lelkesültség elmúlt (Glant 2013). Azt is ismerhetjük továbbá, hogy a Horthy-korban bizonyos konzervatív orgánusok Amerika kulturális „alacsonyabb rendűségéről” írtak (esetleg gazdasági erejének elismerése mellett) – azaz náluk az amerikai bestseller és általában az onnan érkező populáris kultúra inkább ellenreakciót váltott ki, vagy jobb esetben is megmaradt a 19. század végétől megfigyelhető ambivalencia (Sipos 2013a). A kritikus USA-ábrázolásnak, illetve a határozott Amerika-ellenességnek egyszerre voltak kulturális és politikai okai, hiszen a kurzus magát nemzetiként határozta meg, a radikális jobboldal pedig megalkotta az értékes nemzeti és az értéktelen idegen kultúra ellentétpárját (amely ellentétpár egyébként már a századfordulón használatos volt). Márai Sándorral szólva azt mondhatjuk, hogy a „gatyába vagy árvalányhajas jelmezbe bújtatott kispolgári giccs[irodalmat]” (Márai 1993: 104) állította szembe a bestseller-irodalommal – természetesen az előbbi mutatva értéknek. Más szempontból nézve az idegen országok ábrázolását felfoghatjuk olyan tükörként is, amelyben vagy saját magunkat pillantjuk meg, vagy amely az idegen ország miénktől nagyon eltérő tulajdonságait nagyítja fel. Glant Tibor az utazás kapcsán hangsúlyozza, hogy az részben az „idegen kultúra tükreben az önkép megpillantása”, részben pedig próbatétel, hiszen „az utazótól szembenézést vár el önmagával” (Glant 2013: 21). Elfogadva ezt a megközelítési módot azt hangsúlyoznám, hogy Amerika és Magyarország között az eltérések egyre jelentősebbek lettek, és ez érezhető is bizonyos reprezentációkon. Például az amerikai demokrácia (később említett) feldicsérése nyilvánvalóan egyúttal a magyarországi autoriter rezsim bírálata is.

De vajon nem eredményezett-e az efféle szembeállítás idővel valamilyen ellenhatást? Vajon a magyarországi politika változása a Horthy-korszakban nem értékelte fel újra Amerikát? A kérdést az is indokolja, hogy a jobboldal radikalizálódása együtt járt a nemzetiszocialista Németország iránti erőteljes szimpátiával – amely Németország viszont idővel az USA ellensége lett. Így viszont az Amerika-barátság (vagy az Amerika-párti nézetek kifejezése) egyúttal direkt németellenességet is jelentett. Úgy is fogalmazhatunk: politikai szempontból egyre fontosabb lett Magyarországon, hogy a megkonstruált USA-képek milyen jelentéssel bírtak.

Összefoglalólag azt mondhatjuk: egyrészt az amerikai populáris kultúra erőteljes jelenléte, másrészt az USA iránti szimpátiában esetleg megnyilvánuló politikai értékválasztás miatt felmerülhet, hogy a Horthy-korban talán újra elterjedtek a lelkesült vagy egyenesen elragadtatott Amerika-barát ábrázolások.

Nézzünk egy példát, amely példán keresztül azt próbálom megmutatni, hogy mit is jelent Amerika utópisztikus képzete, ábrázolása, és mit is jelentett az Amerika-kép politikai jelentésének fontossá válása.

A második világháború alatt, 1943-ban jelent meg Bölöni Farkas Sándor 1834-es, *Utazás Északamerikában* című úti beszámolójának új kiadása. Ehhez készített bevezetőjét Remenyik Zsigmond (író) az „egyfelől ilyen, másfelől olyan” ellentétből indulva építette fel, követve az ambivalens ábrázolási módot. A szövege elején arról írt, hogy Bölöni Farkas a szabadság, az emberi méltóság és egyenlőség Amerikát látta, és ezt ezt megmutatni utazott át az óceánon. Az őt követő írók motivációi viszont vegyesek voltak. Volt, akit a nyomorúság hajtott, volt, akit a kalandvágy vagy a kíváncsiság, és volt, aki Hollywood és a Broadway „perifériáján” találta meg a számítását (utalás a világ amerikanizálódására, abban a populáris kultúra szerepére). Mások „emberi méltóságukat mentették, hajtva irgalmatlanul elvakult törvényektől” (Remenyik 1943: 5). Ám bármiért is mentek ki Amerikába az írók – így Remenyik –, ők már nem élhették át „az intézményesített demokrácia ősi, egyszerű csodáit”. Ennek oka, hogy: „Bennünket már mérgezett a salak amerikai irodalom, színház és film, mi inkább már a felhőkarcolók magasságát mértük a szabadság, jussok és jogok mélysége helyett.” Azaz egyfelől Amerika is átalakult, másfelől pedig megváltoztak az utazók is – mégpedig koruk „züllött eszméi” hatására (Remenyik 1943: 6).

Remenyik azonban ezután oldalakon keresztül elismeréssel szólt az Amerikai Egyesült Államokról. Hangsúlyosan és egyértelműen a 19. század első felének Amerikájáról, de itt-ott félreérthetetlenül kora Amerikájáról is – utalva az 1943-as Magyarország és Európa helyzetére. Az egész mű megjelenését ugyanis ez, tehát a világháborús helyzet motiválhatta (miközben az apropó Bölöni Farkas halálának centenáriuma volt). Ez a magyarázata a zsidótörvényekre tett és előbb idézett, félreérthetetlen kritikának, és önmagában annak a ténynek, hogy a Németországgal szövetséges, de ekkor már Nagy-Britannia és az Egyesült Államok irányában tájékoztató Magyarországon ez a 19. századi, az USA-t dicsérő szöveg újra megjelenhetett. Azaz a kötet ebben a formájában Magyarország külpolitikai törekvéseire, pontosabban ezekben a törekvésekben a sajtónak, az irodalomnak, azaz a médiának szánt szerepre is példa, hiszen a könyvet cenzúrázták, azaz megjelenését jóváhagyták. A Kállay-kormány a németbarátság háború utáni negatív következményein próbált enyhíteni az ilyen lépésekkel, amelyek az amerikai, az angol vagy éppen a francia kultúra magyarországi hatását dokumentálták vagy hangsúlyozták (Cs. Szabó 1982).<sup>5</sup>

Ugyanakkor viszont éppen a német szövetség határozta meg e programadó dicséret határait, amint Remenyik Zsigmond egyensúlyozása mutatja is. Ő a bevezetője végén így írt például:

„[Bölöni Farkas Sándor] Két és fél évre felkerült az alvilágból, hisz kora Európája nem is volt, nem is lehetett egyéb, mint egy szomorú, pusztuló, reménytelen alvilág. Lassan készülődő, valamire nagyon készülődő alvilág. Hogy mire volt ez a készülődés, talán sejtette, ha nem is érte meg. Pedig nyilván várta a hajnalt, éppúgy, mint most én.”

Ezen a ponton Remenyik – mintha a benne lévő cenzor figyelmeztette volna – így folytatta a mondatot, elkanyarodva a hajnal politikai változással való azonosításától:

„...várta a hajnalt, éppúgy, mint most én, aki itt ülök a szobámban, kertre nyíló ablakom mellett, figyelve az itt is, ott is ébredező madarak buta kis csipogását, álmos írógépemre hajolva, a tetőre hajló fák alatt.”

<sup>5</sup> A reformkori és 1848-as törekvések felemlegetése általában a németellenesség kifejeződése volt, és ezért a cenzúra is érzékenyen reagált rá. Ennek mértékét jól mutatja a következő példa. A napilapok főszerkesztőinek tartott 1943. február 12-ei kormányzati sajtóértekezleten Kádár Gyula vezérkari tiszt német tiltakozás hatására elmondta: „...a londoni rádió nemrég említette, hogy Petőfi nevével és állandó hangoztatásával kell németellenes propagandát kifejteni. Az egyik lap úgy hidalta át a kényes utasítást, hogy hátul, a hirdetéseknel négy nagybetűs hirdetést jelentett meg, amelyben ez állott: keresek megvétele Petőfi könyveket. Természetesen Petőfi hatalmas betűkkel volt szedve. Uraim, nagyon gyenge kísérletek ezek. Azonnal látja mindenki, hogy ez mire megy ki” (Kádár 1978: II. 496, Joó 2007: 157).

A hajnal = politikai változás (várása), majd a hajnal = napfelkelte azonosítások után hirtelen visszatért Bölöni Farkas Sándorhoz: „Várt egy világot, egy emberhez méltó rendet, mert volt tudomása efféléről, látomása is volt, ismerete is” (Remenyik 1943: 22–23; az öcenzúrára lásd Takács 2005).

Az Amerikai Egyesült Államok tehát ebben az esetben követendő példaként szerepelt, ahogy – amint ezt Remenyik Zsigmond hangsúlyozta – a 19. század első felében is az volt.

Bölöni Farkas Sándor útleírásának ismertetését olvasva az az érzésünk lehet, mintha utópisztikus utazási, esetleg utópisztikus államregényről lenne szó, lévén Bölöni Farkas egy már-már utópisztikus társadalmat és államberendezkedést írt le, az államregény egyik ismert formáját, az utazási regényt követve. Remenyik azt hangsúlyozta ugyanis, hogy a szerző a korabeli (19. századi) magyarországi társadalmi viszonyok ellenképét mutatta ideálisnak, ezt az „ellen-Magyarországot” ábrázolta megvalósítandónak. Bölöni Farkas Sándor eszerint felmerült az „alvilágból”, és „Tündérvilágba” került, ahol „Alig hisz a szemének”. Idézi is őt:

„Egy tündéres regének az ifjúság képzelődéséveli olvasásához hasonlít minden, mi az első napokban meglepi az utazót Amerikában. Az arculatok, az öltözet, a szokások és nyelv, a vallás és törvények, a termékek és a nagy természet...” (Remenyik 1943: 9).

A „csoda-ország” persze egyúttal a távoli modernséget is jelképezi. Bölöni „Az adott korban megvalósíthatatlannak látszó, eszményi társadalmi berendezkedést rögzít[ette]” – idézhetjük a *Világirodalmi lexikon* utópia-meghatározását (lásd Szerdahelyi 1994: 252).<sup>6</sup> A modern(ség) persze ebben a szövegben nem a múlttal szemben határozódik meg, mint a modern társadalmak esetében (Luhmann 2010): Amerika Európával és még inkább Magyarországgal szemben modern, míg Európa – különösen Magyarország – rettentően elmaradottnak tűnik Amerikához viszonyítva. Két külön világ: Amerika mint ideál minden értelemben nagyon távol van az európai való világtól, amelyre még csak nem is emlékeztet. Amint Bölöni Farkas fogalmazott: semmi se tapasztalható Amerikában, amiről pedig európaiként azt gondolta, hogy „létünkhöz [van] kapcsolva” (Remenyik 1943: 9).

Bölöni Farkas Sándor útleírása tehát annak ellenére tekinthető utópisztikus irodalmi műnek, hogy nem sehol-sincs, hanem létező országot mutat be. Egyrészt azért, mert az ottani viszonyok magyarországi adaptálása tűnik utópiának, másrészt azért, mert ábrázolása szerint Amerika maga a (majdnem) tökéletes állam. Ahogy Kovács József írta: a 19. század elején Magyarországon:

„Az Egyesült Államok – a külső szemlélő szemével nézve – belső problémáktól mentes független állam volt, a köztársaság legtökéletesebb intézményeivel és példát mutató egyéni szabadságával. [...] ha a gyakorlatban nem is mindig mutatkozott így meg, annak oka nem a rendszer szervi hibájában gyökerezett, hanem az ember morális gyöngeségéből, esendő voltából következett. [...] Bölöni Farkas Sándor könyvé[ben] együtt található a lelkesedés a köztársasági intézmények tökéletessége és a meglepődés – nem nevezném kritikának – azok esetenkénti rossz működése fölött.

Ez nem is lehetett másként. A XIX. század elejének európai gondolkodásában *Amerika egyfajta és legalább részben megvalósult utópia volt*, egyidejűleg pedig a társadalom megújítását célzó utópiák kísérleti területe. Sylvester Judd regényének hasonlatával élve *a valószínű világval szemben Amerika volt az eszményi, a rothadóval szemben a virágzó*” (Kovács 1981: 20; kiemelések tőlem: S. B.).

<sup>6</sup> Az utópia, utópisztikus irodalom leírásai, ha külön nem jelölöm, innen valók.

Ez azért lényeges, mert azt állítom: bizonyos, a 20. század első felében keletkezett tudományos igényű leírások, valamint útleírások hasonlóan értelmezhetők. Olyan szövegekről van szó, amelyek az USA-t földi paradicsomként mutatják be, olyan helyként, ahol minden társadalmi problémát megoldottak.

## Amerika és amerikanizmus: a kivételesség

Az Amerikai Egyesült Államok sajátosságainak hangsúlyozása, az a gondolat, hogy létezik egy önálló és sajátos, mert az európaiaktól eltérő amerikai út, nagyjából a 19–20. század fordulóján lett gyakori és alaposan megtárgyalt téma, különösen is az első világháború hatására (Bogardus 1920). Ezt megelőzően jobbra az európai fejlődés fogalmaival, annak részeként értelmezték, de – mint Bölöni Farkas Sándor példája mutatja – akkor is mutathatták utópikus helynek. Az első világháborút követő, akkor kiteljesedő értelmezésbeli fordulat nyomán állt azonban elő egy olyan kettősség (az európai gyökerek és a sajátos fejlődés hangsúlyozása), amely általában is lehetővé tette, hogy az USA utópia helyszínéül működjön az európai olvasók szemében. Arról van szó, hogy egyfelől az európai eredet miatt egyszer majd megvalósítható, elérendő célnak tűnhetett, mivel a közös eredet miatt nem egy teljesen érthetetlen, értelmezhetetlen berendezkedésről volt szó – másfelől viszont a sajátosságából fakadó eltérés, ez a társadalmi távolság tette alkalmassá arra, hogy „utópia szigete” legyen. Ez az amerikai sajátosság és kivételesség egy olyan diszkurzív konstrukció volt (Ricento 2003), amelyet egyszerre formáltak az Egyesült Államokban és Európában, így Magyarországon. Fogalmat is alkottak rá: ez lett az amerikanizáció és az amerikanizmus.

Az amerikanizáció fogalma az USA-ban eredetileg azt a folyamatot jelölte, amíg és ahogyan a bevándorlók sokféleségéből kialakul az egységes amerikai nép (Rider 1920). E folyamat értelmezése során egyebek között külön tárgyalták a külföldön született nők, elsősorban az anyák szerepét, mivel problémásnak tűnt amerikaivá válásuk szempontjából, hogy a családi otthonba bezárva élnek – ellentétben a dolgozó férfiakkal és az iskolába járó gyerekekkel, akik nap mint nap találkoznak az amerikai élettel, amely így formálni tudja őket (Boswell 1916). Az amerikaivá válás kapcsán felmerült továbbá a demokrácia kulcsszerepe (Berkson 1920), de igazán fontos az amerikanizmus meghatározása során lett – amely amerikanizmus természetesen (részben) azt az „eszmei attitűdöt”, illetve értékrendszert jelölte, amelyet mindenki a magáévá tett, aki amerikanizálódott. „Amerikanizálva vagyunk, ha gondolkodásmódunk összhangban van a kormányzás és igazgatás ezen alapvető amerikai eszméivel” – olvasható az *Americanization. Principles of Americanism. Essentials of Americanization. Technic of Race-assimilation*. (Amerikanizáció. Az amerikanizmus eszméi. Az amerikanizáció lényege. A faji asszimiláció technikája) (kissé hosszú) című kötet bevezetőjében. Az alapvető eszmék pedig egyebek között a következők: az elidegeníthetetlen jogok, a boldogságra való törekvés, a jóléthez való jog, a szabadság, valamint az igazságosság eszméje. Nem csoda, hogy ezek után a kötet is *ideálnak* nevezi az amerikanizmust, amelynek az egész világon való népszerűsítése szintén amerikanizáció (Americanization 1917: 1, 2, 73).

Az amerikanizáció fogalma a magyar nyelvben ugyan a 19. század első felében felbukkant (Tocqueville *Az amerikai demokrácia* című könyve 1843-as fordításában, amely magyar kiadás címe *A demokrácia Amerikában* volt), de az amerikanizmussal együtt csak a 20. század első felében terjedt el, és elsősorban a gyorsabban reagáló és a publicisztikai fordulatokat könnyebben adaptáló sajtóban (újság- és folyóirat-irodalomban). A korabeli népszerű magyarországi lexikonokban (például *Katolikus Lexikon*, *Új Idők Lexikona*, *Társadalmi Lexikon*, *Révai Nagy Lexikona*) az amerikanizmus reformkatolikus vallási irányzatként és/vagy az angol nyelv egy sajátos változataként szerepelt, illetve maximum mint az „amerikai nyelv, élet stb. jellegzetes megnyilvánulása” (Új Idők 1936: 352). A lexikonok közül csak a korszakunk után, 1947-ben megjelent *Révai kétkötetes lexikona* foglalkozott részletesebben a kérdéssel. Eszerint az amerikanizmusnak van nyelvészeti jelentése, jelenti a katolicizmus egyik irányát, és azonos a következőkkel:

„[Az amerikai] nép gyakorlatias gondolkodásmódja és életberendezkedése: a technika túlhajtása, tömegtermelés, óriási arányú hírverés, üzemek összpontosítása, tökéletes demokratikus szabadság, hatalmas arányú vagyonhalmozás, a hagyományok elvetése, az egyéniség feloldódása a munkában és a közéletben” (Révai 1947: 67).



Ez a leírás nem a korabeli amerikai kiadványokban megismert vagy a Bölöni Farkas Sándor által megtapasztalt „ideált” idézi, hanem a dolgozatomban elejtett ambivalenciát, és még modernizációs paradigmának se tűnik. Inkább az USA-ellenes, az Amerikát negatív színben feltüntető irományokra, kiadványokra emlékeztet.

## Az USA-ábrázolás típusai a Horthy-kori Magyarországon

Az Amerika-ellenes Amerika-leírásokra jó példa Hamvas Béla egyik 1934-es cikke, amelyben még azt is tagadta, hogy létezne „sajátos amerikanizmus”, mivel szerinte Amerika nem önálló kultúrállam, hanem európai „gyarmat”. Ám hiába követi az európai tradíciókat, az amerikai ember „tömeggyártmány” csak (ahogy Ford automobilja is, akit kizárólag a profit mozgat). Továbbá az ottani „gyárszellem” rombolja a környezetet, vidéken nyomor, tudatlanság és rendőri elnyomás a jellemző, mert az alkotmány csupán egy darab papír, amelyet senki se vesz komolyan (Hamvas 1934: 336–338, 341).

Az ugyancsak filozófus Mátrai László sem festett túl hízelgő képet: szerinte ami az USA-ban sajátosan amerikai, az a

„...Babbit-ek<sup>7</sup> uralma, business mentalitás materializmusa, a kvantitásnak a kvalitás fölé helyezése, a túlhajtott élettempó, az empiria túlértékelése, a nemesség és papság háttérbe szorítása, az olcsó tömegélvezetek hajhászása, a pszichoanalízis divatja és i. t.” (Mátrai 1939: 340).

Hamvas és Mátrai szövegét azért idéztem, mert megvilágítják az amerikai kivételesség tagadásának, az anti-amerikanizmusnak a működését. Hamvas éppen azokra a tulajdonságokra koncentrált és azokat tagadta, amelyek alapján a kivételességet szokták leírni: az európaiktól elkanyarodó fejlődést, a demokráciát, a szabadságot, az alkotmányosságot, a jólétet, az iskolázottság magas szintjét. Mátrai ettől eltérően a materializmust, a kulturálatlanságot, valamint a tradíció és az ehhez szerinte szorosan kapcsolódónak gondolt kiválóság tagadását emelte ki. Fogalmazhatunk úgy is: a tömegkultúra konzervatív kritikája (Gans 2003) és általában a modernizáció-ellenesség vagy antimodernista nézetrendszer köszön itt vissza.

Az Amerikát modernizációs példának mutató szövegek sokfélék voltak abban az értelemben, hogy eltérő dolgokat emeltek ki, illetve eltérő világnézetű és műfajú lapokban jelentek meg. Az ilyen írások közül csak néhány illusztratív példát mutatok be.

A Magyarországi Szociáldemokrata Párt Szocializmus című elméleti folyóiratában a munkások magas életszínvonaláról értekeztek sokat, illetve idővel az amerikai regényirodalomról és filmtermés egy-egy darabjáról közöltek elismerő cikkeket (Sipos 2013a). Az ugyancsak szociáldemokrata, de néplapi ambíciókat is dédelgető Népszavában (Varsányi 1999) a népi író, szociográfus és parasztpárti politikus, Kovács Imre (lásd Sipos 2013) 1941-ben közölt cikket a paraszti életformáról. Ebben az anakronizmusnak nevezett kelet-európai helyzettel szemben hozta fel példának Észak-Nyugat-Európa polgárosult parasztságát, illetve az Amerikai Egyesült Államok, Ausztrália és Dél-Afrika farmerjét, aki „mechanizált termeléssel és a demokratikus szabadságjogokkal függetlenítette magát a földtől, a hagyományoktól és az ostoba társadalmi konvencióktól” (Kovács 1941: 26). Itt tehát a polgárosult paraszttá válás lehetősége szempontjából fontos az amerikai példa.

A következő cikk szerzője látszólag egy kisebb jelentőségű rész kérdés: a vasút kapcsán ajánlotta követni Amerikát. Berecz Sándor a konzervatív liberális Pesti Hírlapban 1929-ben, tehát egy másik korszakban azt hangsúlyozta, hogy az USA-ban magánvasutak működnek, amelyek „*mintaszerűen szolgálgják a közönség érdekeit*”, mivel a verseny hatására „*gyors, kényelmes és megbízhatóan pontos utazás[t]*” biztosítanak. A New York és Chicago közötti út egyrészt tökéletesen gépesített, másrészt „*felülmúlhatatlan kényelem*” jellemzi, és végül: olcsósága miatt jó a közönségnek, miközben nagy üzlet a cégeknek. És mit állított ezzel szembe? Természetesen a Magyar Államvasutakat, amely állami monopóliumhelyzetben van (azaz nincs versenyhelyzetben), és olyan felesleges szociális terheket cipel, mint a dolgozók

<sup>7</sup> A Babbitt (helyesen így) utalás Sinclair Lewis ilyen című, az amerikai középosztály életformáját kritizáló regényére.

nyugdíja, ami az adófizetőknek is rossz, hiszen az állami vállalat „rossz” kiadásai így vagy úgy az adófizetőket terhelik (Berecz 1929: 6; kiemelések az eredetiben).

Az utolsó sajtóbeli példa általánosabb jellegű megállapítást tartalmaz, és lelkesültebb is, noha nem az USA-ról, hanem Uruguayról szól, amelyet Amerikával hasonlítottak össze, mégpedig a populáris kultúrához sorolható hetilapban, a Színházi Életben. Uruguay eszerint nem a felhőkarcolók miatt „amerikai stílusú”, hanem azért, mert „amerikai ízű a demokráciája, a jólét, a végtelen jól művelt termőföld és a gazdag iparos és kereskedő-osztály” (Uruguayról 1926: 64). Az amerikai tehát itt, ebben a cikkben már a tökéletes társadalommal azonosítódik.

Az előbbi, sajtóból vett példákat, illetve a népszerű lexikonokat azért mutattam meg, mert illusztrálják, hogy az Amerika- és amerikanizmus-diskurzus Magyarországon négy részre osztható. Fontos, hogy a diskurzust a populáris, a magas és az úgynevezett közepes (*midcult*) kultúra termékei egyaránt formálták (Sipos 2013b). A négy csoport a következő: 1. az egész kérdésben szembenállást képviselő, Amerika-ellenes szövegek, 2. az ambivalens viszonyt kifejező szövegek, 3. az Egyesült Államokat egy vagy több szempontból is modernizációs példának mutató szövegek (ennek az utóbbi kettőnek volt közös halmaza), illetve 4. az USA-t problémáktól teljesen mentes országnak ábrázoló szövegek típusai különíthetők el egymástól. Ezek azonban abban majdnem mind hasonlítanak egymásra, hogy Amerikát valamilyen sajátosnak, sajátosan másnak ábrázolták. (Roosevelt elnöki időszaka és a New Deal alatt több olyan munka is született, amely pontosan azt tárgyalta: megmarad-e az USA társadalmi és politikai berendezkedése olyannak, amilyen volt, azaz „igazán amerikainak”, vagy az elnök kudarca után esetleg forradalom következik, vagy a New Deal valójában egy fasiszta jellegű kísérlet.)<sup>8</sup>

A továbbiakban az utolsó kettő, azaz a modernizációs és az utópisztikus típusra mutatok példákat. Ezek kiválasztása során arra törekedtem, hogy eltérő motivációjú, irányultságú szerzők szövegeit mutassam be. Az elemzést a modernizációs narratíva egy darabjától indítom.

## Az USA mint modernizációs példa és/vagy utópia

Az Amerikai Egyesült Államokat bemutató (vagy) amerikai úti beszámolók némelyike rögvest valamiféle érzelmi viszonyról vagy túlzó lelkesültségről tudósít. Ez azért is lehet fontos, mert így válik egyértelművé, hogy a szerző USA-hoz való viszonya a kritikai megjegyzések ellenére sem ambivalens. A 20 évig Amerikában szolgáló katolikus pap, Szabó János könyve így kezdődik például: „Szeretem Amerikát”, a tájat, a felhőkarcolókat, „a lüktető, gyors életet, a páratlan demokráciát és szabadságot”. És így végződik: „Szeretném, ha mindenki, aki könyvemet elolvasta, ebből szeretné meg Amerikát, az amerikai szellemet” (Szabó 1935: 3, 264). A kettő között viszont egyebek között az óriási mértékű bűnözésről, a fordizmusról mint embertelen kizsákmányolásról, az elvallástalanodásról és az erkölcsi problémákról írt. Amiben példának állítja az USA-t, az tulajdonképpen Rooseveltnél gazdasági programja, az amerikaiak – mondjuk úgy – egyenlőségkultusza, és még valami: a katolikus egyház működése. Az ottani lelkipásztori munkából – írja – „talán lehetne nálunk is néhány praktikus dolgot átvenni és megvalósítani”, elsősorban azt, hogy a hívek nagyobb szerephez jussanak az egyház életében (Szabó 1935: 47, 88, 130–134, 152–156, 194).

Ettől eltérően az újságíró és filmes szakíró Lenkei Zsigmond néhány évvel korábban írt könyvében szinte semmi problémát se találhatott az olvasó. Sőt: a szerző szerint Amerikában számunkra „igen sok [...] utánózni való”. Amerika „sok tekintetben 200 évvel megelőzött bennünket”, és „gyümölcsöző lehet, ha csak némileg is utolérjük” (Lenkei 1929: 4, 10).

Lenkei első benyomása Amerikáról az, hogy New York „leírhatatlanul impozáns”. A felhőkarcolók (könyvének borítóján is azok rajza látható), a liftek, a millió autó, a föld feletti villamos és a metró nyugdízik le elsőként. Az USA a „világ leggazdagabb állama” – húzza alá, majd sorolja a bizonyítékokat: megemlíti a tökéletes autótutakat, hogy minden hatodik amerikainak van autója, hogy a 100 ezer főnél népesebb városokban a háztartások 60 százaléka rendelkezik autóval és 50 százaléka telefonnal, hogy a munkanélküliség nem probléma, mert a munkanélküli legfeljebb ideiglenesen korábbi megtakarításaiból él – ugyanis a gyári segédmunkás is annyit keres, hogy abból két-három szobás lakást tud bérelni és képes megtakarítani is (ezt a New Yorkban élő magyar segédmunkások kapcsán közli,

<sup>8</sup> Lásd Cs. Szabó (1935), Vecseklőy (1942) – „Amerikai fasizmus” fogalma (igaz, idézőjelben) szerepel például itt: Szabó (1935: 13). – A gyáriparos Buday-Goldberger Leó Rooseveltnél sikeréről számolt be 1936-os útjáról visszatérve (Buday-Goldberger 1937).

miután ismertette, hogy mind a 150 ezer New York-i magyar amerikai polgári életművön él). És ha mindez nem lenne elég, ebben az ideális Amerikában az általános jólét még emelkedik is: ennek nyomán jelentek meg a luxuskívánalmak, lett általános a „prerie-városokban” is a – párizsi stílusú! – szépségápolás. Lenkei úgy vélte, hogy amerikai útja során ezért nem látott még „csúf nőt” se: az utcán és a nyilvános helyeken minden nő olyan volt, mint a filmekben, azaz karcsú, szeme pedig „dió-nagyságú”, fogai gyönyörűek voltak. Az USA-ban a táncok szelídebbek, mint Európában, azaz erkölcsi problémát a „táncdüh” terjedése se okozott. Utazónk egyetlen egy problémával találkozott csak: szerinte az iskolák tömegembert nevelnek, és ennek következménye, hogy az egyetemisták is tudatlanok, ugyanis nem ismerik az európai írókat, költőket, filozófusokat (Lenkei 1929: 19, 25, 50, 70, 75, 74, 73, 83, 87, 99–100). Ám ennyi hiba talán még a tökéletes államban is előfordulhat – abban a bennünket 200 évvel megelőző államban, amelyet Magyarországnak legalább némileg utol kellene érnie. E lelkesültség miatt gondolom, hogy Lenkei beszámolója olyan, mint egy sci-fi-elemekkel megtűzdelt utópisztikus utazási regény (itt csak utalnák Kovács József hivatkozott Bölöni Farkas-értelmezésére, miszerint ő egy valóságos országot ábrázolt utópiaként, valamint megjegyezném, hogy korszakunkból ismerünk erre más példát is: a Szovjetunóét).

Az utópisztikus államregényeket, azok filozofikus előzményeit idézi a néhány évig Amerikában dolgozó újságíró, a politikatudománnyal is foglalkozó Szabó László könyve, *Az amerikai demokrácia*.<sup>9</sup> Ez a munka valóságos óda az USA politikai rendszeréről, amely tökéletes, és tényleg minden problémát képes megoldani. Az elnök Amerikában mindig „a nép pártján lesz”; ott a politikusok a nép vágyai szerint akarnak kormányozni: „kifürkészik, hogy mi a nép véleménye”, és azt képviselik – ellentétben Európával, ahol a politikusok csinálják a pártprogramokat, és a választók csak ezek közül választhatnak (Szabó 1928: 64, 67). A politikai rendszer megoldja a társadalmi problémákat is. A „szabadság fájának a demokrácia a törzse és a szocializmus a fattyúhajtása” – írta Szabó (Szabó 1928: 75), aki egyébként két leleplező jellegű könyvet is összeállított Magyarország 1918–1919-es történéseiről (Szabó 1919, 1922). A demokrácia keretében Amerika megvédi a polgárait attól, hogy elszegényedjenek (proletárrá legyenek), illetve támogatja a proletárt, hogy polgárrá válhasson, azaz háza és bankbetéte legyen. Ennek része, hogy a bankok mindenkit arra ösztönöznek, hogy számlát vezessen, mert a bankban lévő pénz dolgozik – „legelső sorban a nemzet javára” (Szabó 1928: 76–77). Az iskolákban tudatos demokráciára nevelés zajlik: az első nyolc évfolyam mindenkinek ingyenes, minden gyerek ingyen kapja a tankönyveket és az írószert, és tilos a „nagyozlás”: a milliomos gyereke nem jelenhet meg „extra finom ruhában”, mert az ellenkezne az egyenlőség szellemével. Az általános amerikai elvek ugyanis, amelyekkel a gyerekeknek az iskolában meg kell ismerkedniük, a szerénység, a takarékoság, a munka kultusza és egymás megbecsülése (Szabó 1928: 77).

Az USA-ban a demokrácia és a nacionalizmus megfér egymás mellett, mind a kettő egyformán fontos értéknek számít. Az „átlagos amerikaiban több a nemzeti érzés, mint az átlagos magyarban”: az amerikaiak a nemzeti kötelezettségeiket önként teljesítik, és az a munkaadó, aki dolgozói önkéntes katonai kiképzése alatt nem fizetné a bért, „közmegvetés”-nek tenné ki magát (Szabó 1928: 82–86). A demokrácia lassan a „négerkérdést” is megoldja. Igaz ugyan, hogy a fehérek lenéznek és kiközösítik a feketéket, de az „amerikai demokrácia” biztosítja az egyenlőséget, és a rendőr is megvédi őket a zaklatástól. Sok tanult fekete van már, a hadseregben pedig csak azért az őrnagyi rang a legmagasabb, amelyet egy fekete elért, mert még nem régóta lehetnek hivatásos katonák (Szabó, 1928: 78–81). Közbevetőleg jegyzem meg, hogy a katolikus pap Szabó János ettől gyökeresen eltérően írta le a helyzetet: nem csupán azt közölte, hogy a négereket gyilkos ösztönök, rablási hajlam, erőszakosság, azaz a „faji alárendeltség” jellemzi, hanem azt is, hogy a távolság feketék és fehérek között egyre csak nő (Szabó 1935: 25–27).

*Summa summarum*: Szabó László Amerikájában megtalálható a tökéletes állam-/politikai rendszer, amelyre a boldogságra való törekvés, a jóléthez való jog, a szabadság, valamint az igazságosság eszméje a jellemző, és amely eszméket, „eszmei attitűdöt” az átlagos amerikai a magáévá tett. Ezt nevezték a dolgozat első felében említett amerikai szerzők, akik hasonló lelkesültséggel írtak hazájukról, amerikanizmusnak és amerikanizációnak. Emlékeztetnék arra is, hogy az amerikai értékek USA-n kívüli képviselését szintén amerikanizációnak hívták.

Szabó László könyvében nem megvalósítandó politikai programot adott, hanem egy *ideált* mutatott be, és közben nem tért ki a megvalósíthatóság kérdésére – ellentétben Lenkei Zsigmonddal, aki felvillantotta annak a lehetőségét, hogy a 200 éves „leamaradást” legalább egy-két részben be lehetne hozni.

<sup>9</sup> Szabó több könyvet is írt amerikai élményei hatására, sorrendben a következőket: *Az igazi Amerika* (megjelent 1926-ban és 1928-ban is), *Az amerikai demokrácia* (1928) és *Az amerikai sajtó szabadsága* (1929). Jóval később publikálta a *Reformtörekvések az amerikai városkormányzásban* című kötetét (1940).

Lenkei és Szabó László könyve valójában irreális szintre emelte Amerikát – és ez különbözteti meg Szabó János beszámolójától, amely csupán modernizációs példaként állította be az USA-t. És ezért tekinthetjük ezek Amerikáját Bölöni Farkas Sándor utópiájához hasonlóknak.

A negyedik kötet egy nő útleírása, amely szintén *ideálként* mutatja be Amerikát. Az eddig tárgyalt munkákkal összevetve a különbség oka egyrészt talán a női szempont: a szerző, Dr. W. Halász Rózsi azt tűzte ki célul, hogy a könyvtárnyi Amerika-irodalomhoz képest a „kis dolgokat” mutassa be, „kedves élményeit”, amelyeket „asszonyszemmel” látott és figyelt meg (Halász é. n.: 5, 6). A másik, ezzel talán összefüggő eltérés az, hogy nagyon sokat ír az Egyesült Államok természeti szépségeiről, a földrajzi adottságokról. És van egy harmadik különbség is: nevezetesen az, hogy a szerző egyáltalán reflektált arra, hogy ő amerikai úti beszámolót ír, hogy ezt rajta kívül sok más szerző megtette már, és végül arra is, hogy az olvasók pozíciói átalakultak a megelőző évtizedekben; foglalkoztatta, hogy milyen is lehet elképzelt olvasója.

A részletes és mindenre kiterjedő elemzés helyett csak a modernizációs példa/utópia nézőpontjából tekintem át a szöveget. Ebből a szempontból egyrészt a modern mint jövőbeni jelenség tűnik fel, amely modernség az elmaradott Magyarországhoz viszonyítva látszik igazán (noha a szerző az európai vagy a hazai „való világot” ebben az összefüggésben nem szerepelteti a könyvében) – viszont nem 200 évnnyire van, mint Lenkei Zsigmondnál, azaz utolérése se tűnik lehetetlennek, megvalósíthatatlannak. Amint írta, Amerika „minden téren előrehaladás, nagyokat alkotni tudó, modern” állam. Könyve egyik recenzense is egy hasonló gondolatot idézett tőle: „Amerika a modern eszméknek és a realitásoknak a hazája. Előre vannak egy évtizeddel.”<sup>10</sup>

Az utoléréses modernizációs perspektíván kívül, azzal talán némileg szemben jellemző a kötetre a rajongás is. Az USA például a „csodával határos”, és a „szédítő arányok”, a „megszokott sablonoktól eltérő gigantikus ívelés” jellemző(k) rá (Halász é. n.: 5). Halász Rózsi azt írta, hogy az Amerikai Egyesült Államokról az az elterjedt vélekedés, hogy ott „nagyszerű az élet [...] tejjel és mézzel folyó Kánaán” – majd ezt Kalifornia kapcsán ki is jelentette:

„Kalifornia óriási gazdagságának elsősorban az arany a forrása. [...] De ezen [...] kívül van itt úgyszólván minden. A *legdúsabb*, a *legpazarabb* termőföldje ez a *kitűnő* olaj[faj]féléknek, a *legízletesebb* almáknak, narancsoknak és citromfajtáknak, továbbá a *legfinomabb* barackoknak és szőlőknek. [...] *Valóban* egy tejjel-mézzel folyó ország [sic!]” (Halász é. n.: 23; kiemelések tőlem: S. B.).

És ez a természetimádat (amely az érintetlenség, a természetesség miatt a nőiesség jellemzője ebben a korban is) nem egyetlen helyen tör elő a könyvben. Halász Rózsinál a vonatból látott táj mindig gyönyörű: Arizona „csodás”, a Grand Canyon szintén „csodálatos szép”, egy gleccser-torkolatánál „Leírhatatlanul szép [a] pázsitszőnyeg [...] milliárdnyi mezei virág [...] pompázott minden elképzeltető színben és alakban”, a sziklákról pedig

„...temérdek folyócska, patakocská örvénylett alá. [...] Költőnek vagy nagy festőnek kell annak lenni, aki csak némileg is meg tudja örökíteni azt a látványt, amidőn a felkelő nap bearanyozza a virágokat, a kies völgyet, a zöld mezőt, a cikk-cakkos hegyormokat és a vízeséseket” (Halász é. n.: 17, 22, 29–30).

És így tovább.

A paradicsom/tündérgert mellett elsősorban a hatalmas méretek és a gazdagság tűnik olyannak, mint ami lenyűgözte a szerzőt. A tengerjáró hajó, amellyel utazott, „valóságos úszó város” (ezt egyébként nagyon sokan leírták), az expresszvonaton „valósággal el volt [...] bűvölve a kényelemtől”, Chicagóban megcsodálta a világ

10 k. l.: A mai Amerika. *Budapesti Szemle*, 1941. 64.

legnagyobb szállodáját, a 40–50 emeletes felhőkarcolókat, az amerikai *night club*okat megismerve pedig kijelentette: „...a földkerekség minden éjjeli szórakozóhelyét túlszárnyalják mind a nyújtott szórakozások, mind pedig az árak tekintetében.” Amerika nem csupán ebben pipálta le a világot:

„Dús gabonaföldeken pálmákkal és gyümölcsfákkal szegélyezett úton értük el az angyalok városát, Los Angelest. [...] Mindjárt megérkezésemkor *pompás látványban* volt részem. T. i. a pályaudvar [...] olyan, mintha egy szép villa lett volna [...] Los Angeles talán leginkább Cannes-hoz hasonlítható persze [sic!] azzal a különbséggel, hogy Los Angeles *sokkal festőibb fekvésű* és sokkal nagyobb [...] növekedés és fejlődése mesébe illő” (Halász, é. n.: 24; kiemelések tőlem: S. B.).

Halász Rózsi azt is megállapította, hogy az Egyesült Államokban élni mindenkinek jó. A gépirókisasszony New Yorkból repülön ruccant ki a Grand Canyonhoz, ahol két hetet töltött. A rezervátumban azért kap középosztálybeli életnívóhoz elegendő fizetést az indián, hogy megőrizze ősei szokásait. És mivel földgázt és olajt is találtak, némelyik indián egyenesen milliomos (Halász é. n.: 20, 22).

Ám probléma az USA-ban is található, mégpedig a rohanó életmód, a zaj, a lárma és a meggazdagodás vágya, ami miatt az emberek ott valósággal robotolnak (Halász é. n.: 62, 64). Ezt emelte ki egyébként már idézett recenzense is.

Összességében elmondhatjuk, hogy ez a kötet Amerika és az amerikai élet pozitívumait eltúlozva mutatta be (a New York-i nagyvárosi élet hátrányai dacára). A könyv nagyobb részében nem annyira modernizációs példának mutatta és nem is utópiaként ábrázolta, hanem „Kánaánként”. Ehhez képest meglepőnek tarthatjuk, hogy a katolikus folyóiratban Nyisztor Zoltán így írt a könyvről: „Nem esik túlzott áhítatba az amerikai csodák előtt, de nem is mosolyogja le száraz cinizmussal az újvilág néha kamaszosnak tűnő erőfeszítéseit” (Nyisztor 1940: 206).

Halász Rózsi útleírásának értelmezése kapcsán – jelentősége miatt – végezetül kitérnék az USA természeti adottságainak, az amerikai természet szépségének szerepére, mivel ez az utópikus vagy utópikus jellegű leírás alapja. Az Egyesült Államok magyarországi ábrázolásában a táj, ha nem is ilyen mértékben és módon, de általában fontos része volt az efféle reprezentációnak. Itt egyrészt Szabó Jánosnak a modernizációs narratívához sorolható leírására utalnék, amely szerint a szerzőt Florida „az újkori paradicsom”, az USA „paradicsom-kertje”, a „szép és ragyogó [...] természet”, az égbenyúló pálmák, a havas hegycsúcsok, az óriási leanderek, az útszéli kaktuszok lelkesítettek fel (Szabó 1935: 185). Másrészt egy 1870-es szöveghelyre hívnám fel a figyelmet (ez egyúttal jól mutatja a 19. századi ambivalenciát is). Eszerint a Bánátban született költő Nikolaus Lenau amerikai utazása kapcsán azt tartotta fontosnak kiemelni Szana Tamás (kritikus, irodalmár), hogy amikor Lenau elhatározta, hogy:

„Amerikát ősi szépségében fölkeres[em, akkor...] Nem az óriás városok, vasutak, gőzhajók, bankok és csődhirdetések földjét kívánta látni, de a rengeteg őserdők magányába, a természet nyílt kebelére kívánt menekülni s a további harcról lemondva, egyedüli vágya a pihenés, feledés volt” (Szana 1870: 156).

Itt tehát az amerikai érintetlen természet ugyanolyan helyszín, menekülési célpont, mint Jókai Mór *Az aranyember* című regényének Senki szigete – azaz a sehol-országhoz hasonlító utópikus földrajzi hely.

Ha viszont az USA kivételességét, példaadó jellegét tagadó műveket nézünk, közöttük olyanokra is bukkanhatunk, amelyek a természet pusztításáról szólnak. Ilyen, az ipar és a gépek, illetve az iparosítás és a gépesítés káros hatásáról szóló leírás található például Hamvas Béla hivatkozott szövegében is.

## Egy negatív utópia

Mint korábban említettem, az Amerika-kép formálásában, alakításában, annak meghatározásában, hogy Magyarországon mit is jelentsen az Egyesült Államok fogalma, nem csupán a tényirodalom és a hírközlés játszott szerepet, hanem a fiktív műfajú médiatermékek is. Ezek között szintén találunk USA-ellenes, erőteljesen kritikus, ambivalens, távolságtartó és inkább rajongó médiaszövegeket is. Ha az utópiához hasonló leírást a szépirodalmi műfajú szövegek között keresünk, akkor a magyar művek közül Lakatos László *A jövő házassága* című regényét (a sci-fi-nek is tartott regényt) érdemes alaposabban szemügyre vennünk. Elemzése érdekében először más regényeket mutatok be, majd Lakatos más szövegeit is megvizsgálom.

Az általam ismert, Amerikáról szóló, amerikai helyszínen játszódó és/vagy amerikai szereplőket (is) felvonultató regények a komolyabbnak számító leírások, tényszövegek (mint amilyenek az eddig idézett-elemzett szövegek voltak) egy-egy sztereotípiáját vették át. Például Rodriguez (Barsy) Endre *A nagy kalandor* című regényében – amely a *Világvárosi regények* című filléres, azaz ponyvaregény-sorozat darabjaként látott napvilágot – a főhős az amerikaiak „kulturálatlanságát” nem szenvedhette, illetve mindent gyűlölt az USA-ban:

„Gyűlölöm a Szabadság-szobrot, amely ott pöffeszkedik a felhőkarcolók Babel-kikötőjében. Irtózom az amerikai filmek álromantikájától. A revolveres, cowboykalapos Tom Mixtől és a nem létező bölénycsordáktól, az émelyítő jazz-band-től és élvezhetetlennek találok a rágógumit!! Mindent utálok, ami amerikai” (idézi Glant 2008: 83).

Anita Loos *Szökék előnyben* című bestsellerének főhőse a flapper, akit milliomos szeretői tartanak el, és aki a regény végén révbe ér, hiszen sikerül az egyiküket rávennie arra, hogy vegye el feleségül. Ez a regény – egy lehetséges olvasata szerint – szintén inkább Amerika-kritikus. A flapper ugyanis buta, az amerikai igazságszolgáltatás korrupt, az oktatási rendszer nevetséges (a főhős gépírószakra jár egyetemre), az első milliomos szerető kéjsóvár öregúr, a későbbi férj és előkelőnek számító családja kissé retardált (Loos é. n.).<sup>11</sup>

Rejtő Jenő amerikai hősei szintén a sztereotip ábrázolások szerint élnek: a milliomos vagy ugyanaz a műveletlen és faragatlan ember, aki egykor fiatal piaci árusként volt (*Vesztégzár a Grand Hotelben*), vagy unatkozó és felületes újságműveltséggel rendelkező modern leány (*A fekete kapitány*). Ennek ellenére lehetséges, hogy az egykori olvasók közül sokan úgy dekódolták ezeket, hogy a szövegek végül „ígéretté változtak a hiány és az ellenőrzöttség körülményei közepette” (Beck 2005: 77),<sup>12</sup> hiszen bennük az USA mégiscsak a lehetőségek hazájaként volt azonosítható. Ugyanez elmondhatóan tűnik a magyar világhíradók képeit nézve is: Amerika ezeken ugyanis igen gyakran a(z európai szemmel talán) „bohóságok” földjének tűnt, ahol értelmetlen és/vagy furcsa módon töltik az idejüket az emberek, de mintha a gondok jobbára elkerülték volna őket (Sipos 2013a). A magyar mozifilmek pedig szintén ilyen módon mutatták az Egyesült Államokat (a jómódú amerikai magyar figurája több filmből ismerős lehet).

Ha a Horthy-kor regényirodalmát vizsgáljuk, találunk egy olyat, amelynek „főszereplője” – első ránézésre – az USA. Pontosabban a 22. század Amerikai Császársága, ahová a főhős egy álom révén kerül. Ez az Amerika gyarmatosította a megosztott, széthúzó Európát, amelynek államai egymással háborúztak. A nők férfissá váltak: több férjük is lehet, nadrágot hordanak, ők a vállalatvezetők és -tulajdonosok, míg a férfiak lebernyegekbe burkolóznak, ékszereket viselnek.

Lakatos László *A jövő házassága* című regénye sci-fi-elemeket is tartalmaz (ilyen például a repülő cipő, a zsebben hordozható telefon, amely egyben televízió is), ám mégis inkább swifeti satirikus utópiának tekintendő, amelyben a torznak tartott valóság „fokozása”, kiélezése a fontos. A cél a való világ abszurd mivoltjának bemutatása. Esetünkben

<sup>11</sup> Ebben a regényben persze az angol úri társaság is „megkapja a magáét”, sőt a feministák is, akik Anglia kapcsán kerülnek elő.

<sup>12</sup> Ulrich Beck az államszocialista kelet-európai országok kapcsán írta ezt. A hosszabb idézet így szól: „Még a Nyugaton oly gyakran kultúrkritikával lebecsült reklámműsorok is olyan ígéretté változtak a hiány és ellenőrzöttség körülményei közepette, amelyben a fogyasztás és a politikai szabadság egyé olvad” (Beck, 2005: 77). – A Horthy-korszakban a filmek, könyvek, színdarabok, újságok ellenőrzése folyamatos, de változó intenzitású volt.

a való világban Berlin és Velence amerikanizálódásának jeleivel találkozhatni, illetve a férfiak és a nők viszonya is megváltozott: egyes nők nem szeretnek, csak megkaphatók; a másik típus „frakkos flirtbábúkból” háremet csinál magának; a harmadik pedig (a kisebbség) a független, dolgozó életre törekvő, okos és felelősségérzettel rendelkező nő (Lakatos 1927: 9, 17, 22). A nőiesség és a férfiaság tehát eltér a megszokottól: az ábrázolás szerint a fiús lány és a nőies férfi (a „flirtbábú”) a nő (a konvencionális nőiesség) és a férfi (a konvencionális férfiaság) paródiája. A nők között az elterjedt „a fiús haj, a térdszoknya, a jumperek és ingblúzok, sisakkalapok, alacsonysarkú cipők”, s a korszak jellemzői „a rugdalózó táncok, a túlzott sport, a jazz, a nigger song, a mind vakmerőbb flirt, a tömeges válópörök és a pénzes szerelmi viszonyok” (Lakatos 1927: 40–41). A 22. század Amerikája tehát csupán e „paródia paródiája” (Lakatos 1927: 75), az amerikanizálódott Európa *ad absurdum* fokozása.

A regény kapcsán felmerül tehát a kérdés, hogy vajon mennyiben szól kora Európájáról, és mennyiben Amerikáról mint veszélyes „sehol-országáról” – azaz olyan „szerveződésről”, amely a maga torzképére formálja Európa városait. Továbbá: a „fiús lány” mennyiben probléma – és mennyiben az a „nőies férfi”? A választ Lakatos cikkeiben vélem megtalálni. Egyik 1926-os esszéje olyan, mintha a regényben szereplő való világ előtanulmánya lenne: ebben azon füstölgött, hogy egy olasz fürdőhelyen a férfiak színes és szalagokkal díszített hajhálót hordanak, és a férfiak általában is elnőiesednek (hosszú a hajuk és körömlakkot használnak), azaz „effeminálódnak”. Felidézte G. B. Shaw *Matuzsálem* című, 2000 évvel később játszódó regényét, mert abban fordulnak elő hajhálós férfiak. Majd azt írta: „Micsoda jövő fog még erre a jelenre következni! [A férfi] lehanyaglik [...] műveltségében, gondolkodásában és ízlésében”, s a gyengédség helyett a gyengeség lesz rá jellemző (Lakatos 1926: 69).

Nagyjából a *Jövő házasságával* egy időben írta a *Pajtásházasság* című komédiáját, amelyhez elmondása szerint ihletet Velencében (a regény egyik európai helyszínén) merített, ahol évekig nézte a flörtölő párokat, a „mai szerelmet” (Lakatos 1928a: 37).

Ezen a ponton arra hívom fel a figyelmet, hogy a regényt ezzel reklámozták: „...a házasság problémájának [...] fölényes, gyilkos, megértő, érző, érdekes” bemutatása.<sup>13</sup> Továbbá arra, hogy Lakatos írásainak gyakori témája volt a házasság: például 1918-as darabja a *Férj és feleség*, 1919-es kabaréjelenete „házassági komédiája” a *Hegedűkoncert* és a *Bölcsődal*, 1920-as a *Próbáld meg Aladár*; 1934-ben mutatták be a Kubinyi Ernővel és Pongrác Lászlóval közösen szerzett operettjükét, a *Házasság nincs kizárva* címűt. 1935 májusában a rádió leadta *Vita a házasságról* című „párbeszédes csevegését”, amelyben a női szereplő hiú, fecsegő nőies férfiakról szól, valamint olyan nőkről, „akik tévedésből férfinak születtek”. A férfi szereplő viszont egyrészt a női diktátorokkal, azaz a feleségekkel tréfálkozik, illetve a házasság céljának a gyereket tartja (Lakatos 1935: 114).<sup>14</sup>

Látszik: Lakatos „témája” általában volt a házasság, a férfi és a nő viszonya, a nőiesség és a férfiaság. De mennyiben tekintette az e téren bekövetkező változásokat amerikanizációnak? Egy 1930-as cikke szerint az amerikanizmus a korszerűséggel azonos, s a korszerű viselet a rövid szoknya volt, amely megfelelt a „női függetlenségnek”. „Őszinte” volt ugyanis, illetve „[a]zzal, hogy nem titkolta a női testet, el is vette annak fontosságát”. Ezzel szemben a hosszú szoknya éppen akkoriban visszatérő divatja degradálja a nőt, 25 éves visszalépés az időben: „rövidszoknyás nő volt a felnőtt”, míg az újabban népszerű „hosszúszoknyás” gyerekes, affektáló (Lakatos 1930: 9). Egy évvel később az Európában utazgató amerikai egyetemista lányokat védte meg a „hazug és szennyes legendák”-kal szemben, amelyek szabad szerelmi életükről, mulatozásairól szóltak (Lakatos 1931: 56–57).

Másutt viszont egyrészt káros jelenséggé ábrázolta az amerikai nőt, másrészt össze is kapcsolta Európa romlásával; olyan módon tette ezt, hogy az amerikai nő bemutatásának a kontextusa maga az amerikanizáció lett. Lakatos László itt a „mai luxusnő” („mai delnő”, „mai úrinő”) típusát a fogyókúrázásával, a „nehéz, izmokat emésztő jazztáncok” és a sportolás iránti rajongásával jellemezte (külön is említve a bokszolást), illetve azzal, hogy a „kozmetika rabszolgája”. A világháborút a jazz és a tank éveiként aposztrofálta, amikor is a nagy vagyonok az USA-ba „menekültek”, ahonnan „néger dalokat és néger táncokat [dzsesszt], térdszoknyát és rövid hajviseletet” kapott Európa. Cikke végén pedig megfogalmazta azt a félelmét, hogy megismétlődik a „római-görög impériumváltás [...] új amerikai-európai távlatokban” (Lakatos 1929: 40, 42, 43, 44).

13 A hirdetés (A jövő házassága. Lakatos László új regénye) megtalálható itt: *Színházi Élet*, 1928/6. 60.

14 E szövegek értelmezéséhez tudni kell, hogy az első világháború után általános lett a társadalmi nemi szerepek megváltozását emlegetni, elsősorban a férfi–női-munkamegosztás átalakulására utalni.

Nagyjából ugyanekkor írt másik cikke ezzel némileg ellentétben az Európában megjelent „amerikanizmus” túlhajtásairól szól. Konkrétan arról, hogy Budapest „newyorkabb” akar lenni New Yorknál, azaz az USA a haladás budapesti „vadhajtásaiért” nem tehető felelőssé (Lakatos 1928b: 15).

Mindezek alapján azt mondhatjuk, hogy *A jövő házassága* olyan utópisztikus regény és fantasztikus útleírás, amelyben a való világ és az elképzelt és elkerülendő jövő nem ellentétben áll egymással, hanem az egyik a másik előzménye/következménye. Sőt:

„...időben és térben elhelyezett nemlétező társadalom nagy részletességgel történő leírása, amellyel szerzője célja, hogy kortársi olvasója a kortárs társadalom kritikáját ismerje fel abban.”<sup>15</sup>

Azaz negatív utópia (disztópia), amely „a jelen káros tendenciáit szatirikus jelleggel nagyítja fel”: „célfelszámoló szerepe” van azzal, hogy a jelen, a való világ tendenciáinak „végkifejletét felmutatva elriaszthat [...] a katasztrófák felé vezető tévutaktól” (Szerdahelyi, 1994: 254). Ebben a katasztrófában, a katasztrófa felé vezető változássorozatban azonban Amerikának valójában kisebb szerep jutott, mint Európának, amely maga számolta fel önmagát, politikai, gazdasági értelemben is, illetve a férfiaság–nőiesség „zavarai” (a férfi–női szerep- és munkamegosztás felborulása) okán. A 22. századi Amerika tehát elsősorban valójában Európa jövőjét idézi fel, hiszen Európa minden negatívuma grandiózus és felfokozott módon tükröződik vissza az Amerikai Császárságban. A regény csak kisebb részben a 20. századi USA jövőképe – annyiban, amennyiben mentes bizonyos 20. századi európai negatívumoktól, mint a szegénység, a széthúzás, (illetve a 20. század eleji amerikai technikai fejlődés továbbgondolása miatt). És éppen ezért, bizonyos európai negatívumoktól való mentessége okán lehet az „USA” a disztópia helyszíne, hiszen a 22. század gyarmattá váló Európájában csak a pusztulást és a romlást mutathatta volna meg a szerző. *A jövő házassága* tehát inkább az európai válságérzet és válságirodalom terméke (Törő 2001: 98–103), annak ellenére is, hogy helyszíne Amerika, hiszen az amerikanizálódó Európa „káros tendenciáit” nagyítja fel.<sup>16</sup>

## Összefoglalás

Tanulmányom elején azt a kérdést tettem fel, hogy mutatták-e az Amerikai Egyesült Államokat a Horthy-korban modernizációs példaként, ábrázolták-e esetleg utópiaként. Abból indultam ki, hogy Bölöni Farkas Sándor számára és általában a reformkorban Amerika példakép volt. A kérdésem azért lehetett mégis kérdés, mert a 19. század vége felé a magyarországi Amerika-ábrázolás is megváltozott, és Amerikára már nem vagy nemcsak (nem elsősorban) a haladás színtereként tekintettek. A 20. század első felében ehhez társult Amerika jelentős világhatalmi és világ gazdasági szerepe, európai szemmel meghökkentő modernizációja, illetve a populáris kultúra nagyléptékű üzemszerű előállítására és a világban való elterjedése. Ennek ellenére az USA sokak szemében „ígéret” maradt, modernizációs példaként is ábrázolták (nemcsak a bemutatott könyvekben és időszaki sajtótermékekben), sőt Magyarországról nézve maga lehetett a megvalósult utópia, esetleg a „paradicsom”. Ennek oka részben Európa valós vagy vélt, de mindenképpen megtapasztalt válsága. Úgy tűnhetett továbbá, hogy a való világ, azaz Európa problémáit Amerikában sikerült megoldani (és „természetesen” az USA saját gondjait is).

A gazdasági világválság idején kérdésessé vált, hogy a megvalósult utópia túléli-e a krízist, és hogy mi következik utána. Ám ez a helyzet furcsa módon még jobban megmutatta, hogy Amerika utópia (is) volt Magyarországon. Az újságíró, szerkesztő Kecskeméti György így írt például „Herbert Hoover bukása” című elemzésében:

<sup>15</sup> Lyman Tower Sargent *The Three Faces of Utopianism Revisited* című kötetét idézi Lengyel (2009: 346).

<sup>16</sup> A kötet recepciójára jellemző, hogy a *Népszava* azt is hangsúlyozta: a regény a felső ezrek léha életét mutatja be. Lásd b.: Lakatos László: *A jövő házassága*. *Népszava*, 1928. május 1. 43.; *A Pesti Napló* kritikusa a mű ellenutópia jellegét emelte ki. Lásd sz.: Lakatos László: *A jövő házassága*. *Pesti Napló*, 1928. január 28. 13.



„...közhellyé vált, hogy az amerikai gazdaság módszerei megteremtették az emberi boldogulás legbiztosabb receptjét. A világ és Európa »amerikanizálódása« kétségtelen bizonyosságnak tetszett. Ma már a krízis tanulságainak hatása alatt tudjuk, hogy az amerikai utópiában való hit elhamarkodott volt. Egy kiváló amerikai közgazdász, E. M. Patterson írja rezignáltan 1932-ben megjelent könyvében: »Sok ostobaságot írtak össze az új gazdasági korszakról s elhangzott jó néhány képtelen állítás arról, hogy Amerika megoldott bizonyos nagy problémákat, melyek megoldásáért az emberiség évtizedeken vagy évszázadokon át küzdött.«” (Kecskeméti 1932: 415).

Az USA-ábrázolások egy fajtája tehát utópisztikus jellegű volt (lett újra), azaz Amerika azonos lett/lehetett Utópiával. Ez részben magyarázhatja az Egyesült Államok kétségkívül létezett „szívóhatását” (amely a kivándorlási hullámokban is megnyilvánult). Másrészt ennek a túlfokozott, túlfűtött ábrázolási módnak az 1920-as évektől kezdve és különösen a világháború alatt erőteljes politikai jelentése is volt, ahogy az amerikai kultúra fogyasztása is lehetett politikai állásfoglalás. Itt elsősorban a jazzhallgatásra gondolok, amit Németországban és például megszállt Franciaországban tiltottak,<sup>17</sup> Magyarországon pedig a szélsőjobboldal üldözni próbált.

## Források

Americanization (1917): *Americanization. Principles of Americanism. Essentials of Americanization. Technic of Race-assimilation. Annotated Bibliography.* New York: H. W. Wilson Company.

Babits Mihály (1930): Lóra Amerikában. *Nyugat*, 12. sz.

Berecz Sándor (1929): Amerika leggyorsabb expresszén Chicago és New York között. *Pesti Hírlap*, október 2.

Berkson, Isaac B. (1920): *Theories of Americanization. A Critical Study.* New York: Teachers College, Columbia University.

Bogardus, Emory S. (1920): *Essentials of Americanization.* Los Angeles: University of Southern California Press.

Boswell, Helen Varick (1916): Promoting Americanization. *Annals of the American Academy of Political Science*, March.

Buday-Goldberger Leó [1937]: „Felfedeztem Amerikát.” Budapest: Magyar Cobden Szövetség.

Halász Rózsi, Dr. W. (é. n.): *A mai Amerika. Asszonyszemmel... Utazásom az Amerika Egyesült Államokban és Kanadában.* Budapest: Franklin.

Hamvas Béla (1934): A modern Amerika regénye. *Protestáns Szemle*, 6.

Joó András, szerk. (2007): „...a háború szolgálatában.” *Főszerkesztői értekezletek, 1942. szeptember 22.–1943. augusztus 25.* Budapest: Napvilág & Magyar Távirati Iroda.

Kádár Gyula (1978): *A Ludovikától Sopronkőhidáig.* Budapest: Magvető.

Kecskeméti György (1932): Herbert Hoover bukása. *Századunk*, 8–10. sz.

Kovács Imre (1941): A parasztéletforma csődje. *Népszava*, április 13.

Lakatos László (1926): A női férfi és a férfi nő. *Színházi Élet*, 40. sz.

Lakatos László (1927): *A jövő házassága.* Budapest: Athenaeum.

Lakatos László (1928a): A mai úrilány, a mai úrasszony, a mai szerelem, a mai eljegyzés, a mai házasság. *Színházi Élet*, 49. sz.

Lakatos László (1928b): Ami múlik, ami pusztul. *Tolnai Világlapja*, 41. sz.

Lakatos László (1929): Divat a munkában, divat a munkátlanságban, divat a gazdagságban, divat a szegénységben. In: *Az Est hármaskönyve, 1929. I. k. Divat és kultúra.* Budapest.

Lakatos László (1930): A divat divatja. *Tolnai Világlapja*, 48. sz.

<sup>17</sup> Charles Delaunay és André Clergeat leírása szerint ekkor Franciaországban azért volt népszerű a jazz, mert hallgatói „mintha ezzel kívánták volna kifejezni a rokonszenvüket egy olyan nép kultúrája iránt, amelyben minden bizodalomuk volt” (idézi Stomp 1999: 127).

- Lakatos László (1931): Miss Dollar. *Színházi Élet*, 32. sz.
- Lakatos László (1935): Vita a házasságról. Párbeszédes csevegés. *Színházi Élet*, 31. sz.
- Lenkei Zsigmond (1929): *Ez Amerika!* Budapest: Magyar Filmkurír.
- Loos, Anita (é. n.): *Szókék előnyben*. Fordította: Hatvany Lili. Budapest: Athenaeum.
- Márai Sándor (1993): *Röpirat a nemzetnevelés ügyében*. Pozsony, Kalligram Könyv- és Lapkiadó.
- Nyisztor Zoltán (1940): Dr. W. Halász Rózi: A mai Amerika. *Magyar Kultúra*, 24. sz.
- Remenyik Zsigmond (1943): [Bevezető.] In: Bölöni Farkas Sándor: *Utazás Északamerikában*. Budapest: Officina.
- Révai (1947): *Révai kétkötetes lexikon. I. A–J*. Főszerk.: Juhász Vilmos. Budapest: Révai Irodalmi Rt.
- Rider, Harry (1920): Americanization. *American Political Science Review*, 1. sz.
- Szabó János, Dr. (1935): *A mai Amerika*. Budapest: Szent István Társulat.
- Szabó László (1919): *A bolsevizmus Magyarországon. A proletárdiktatúra okirataiból*. Budapest, Athenaeum.
- Szabó László (1922): *Mi okozta az összeomlást és a forradalmakat? Hadvezérek, államférfiak és diplomaták emlékiratai nyomán*. Budapest: Athenaeum.
- Szabó László (1928): *Az amerikai demokrácia*. Debrecen: Hegedüs és Sándor.
- Szabó László, Cs. (1935): *F. D. Rooseveltt*. Budapest: Válasz. [Különlenyomat a Válasz 1935. márciusi-áprilisi számából].
- Szabó László, Cs. (1982): *Hűlő árnyékában*. Bern: Európai Protestáns Szabadegyetem.
- Szana Tamás (1870): *Nagy szellemek. Leopardi – Poe Edgar – Burns – Tegner – Heine – Lenau*. Pest: Aigner.
- Új Idők (1936): *Új Idők Lexikona. Első és második kötet. A–Assisi*. Budapest: Singer és Wolfner.
- Uruguayról (1924) „Uruguayról még sokat fogunk hallani.” Liebig-féle konzerv és a futball: ezt tudja ma a világ. Beszélgetés Dr. Molnár Mór uruguayi főkonzullal. *Színházi Élet*, 24. sz.
- Vecseklőy József (1942): *Elnökválasztás Amerikában*. Előszót írta: Magyary Zoltán. Budapest: Magyar Közigazgatástudományi Intézet.

## Irodalom

- Balázs Eszter (2014): Szexuális kultúra, színház, cenzúra a 19. századvégi Budapesten. Egy értelmiségi tiltakozás és a sajtó. *Médiakutató*, 2. sz.
- Beck, Ulrich (2005): *Mi a globalizáció?* Szeged: Belvedere.
- Burke, Peter (2008): *What is Cultural History?* Cambridge: Polity.
- Gans, Herbert J. (2003): Népszerű kultúra és magaskultúra. In: Wessely Anna (szerk.): *A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris.
- Glant Tibor (2008): Amerikás könyvek és az Amerika-kép a két világháború közti Magyarországon. In: Magyarics Tamás & Lojkó Miklós (szerk.): *„Minden gondolatomra számtalan másik árnya hull...” Emlékkönyv Frank Tibor 60. születésnapjára*. Budapest: Prime Rate.
- Glant Tibor (2013): *Amerika, a csodák és csalódások földje. Az Amerikai Egyesült Államok képe a hosszú XIX. század magyar utazási irodalmában*. Debrecen: Debreceni Egyetemi Kiadó.
- Jensen, Klaus Bruhn (2002): From Media History to Communication History. Three Comparative Perspectives on the Study of Culture. *Nordicom Review*, 1–2. sz.
- Kovács József (1981): „...regio nullis regnata Monarchis”. Adalékok egy eszme történetéhez. *Filológiai Közöny*, 1–2. sz.
- Lengyel Imre Zsolt (2009): Elza pilóta: nézőpontok, didaxis, etika. *Irodalomtörténet*, 3. sz.
- Luhmann, Niklas (2010): *A modernség megfigyelései*. Budapest: AKTI & Gondolat.
- Nicholas, Siân (2012): Media History or Media Histories? Re-addressing the history of the mass media in inter-war Britain. *Media History*, No. 3–4.
- Ricento, Thomas (2003): The discursive construction of Americanism. *Discourse & Society*, No. 5.

Rydell, Robert W. & Rob Kroes (2005): *Buffalo Bill in Bologna. The Americanization of the World, 1869–1922*. Chicago: University of Chicago Press.

Salokangas, Raimo (2002): Media History Becomes Communication History – or Cultural History? *Nordicom Review*, No. 1–2.

Schmitt, Carl (2002): A politikai fogalma. Előszóval és három korolláriummal kiegészített 1932-es szöveg. In: uő: *A politikai fogalma. Válogatott politika- és államelméleti tanulmányok*. Fordította, szerkesztette és az utószót írta: Cs. Kiss Lajos. Budapest: Attraktor & Osiris.

Sipos Balázs (2013a): Hogyan kerül(t) a jelentés a moziba? Amerika-képek és -értelmezések a Horthy-korban. *Média-kutató*, 1. sz.

Sipos Balázs (2013b): Világ-képek, kulturális regiszterek és Amerika jelenléte a Horthy-korban. A transznacionális és kapcsolati történetírás adaptálásának lehetőségeiről. In: Feitl István (szerk.): *Nyitott/zárt Magyarország. Politikai és kulturális orientáció 1914–1949*. Budapest: Napvilág.

Sipos Levente, szerk. (2013): *Kovács Imre centenáriuma. Tudományos emlékülés a Politikatörténeti Intézetben*. Budapest: Napvilág.

Starr, Paul (2004): *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*. New York: Basic Books.

Stomp, Montmartre (1999): Amerikai jazzmuzikusok a két világháború közötti Európában. In: Michael Jacobs (szerk.): *Fejezetek a jazz történetéből*. Budapest: Gemini.

Szerdahelyi István, főszerk. (1994): *Világirodalmi lexikon 16. U–Vidz*. Budapest: Akadémiai.

Takács Róbert (2005): Sajtóirányítás és újságírói öncenzúra az 1980-as években. *Médiakutató*, 1. sz.

Törő Krisztina (2001): Kultúrkritika és válságérzet Szerb Antal A Pendragon legenda című regényében. *Filológiai Közölny*, 3–4. sz.

Vári András (2006): Fenyegetések földje. Amerika a 19. század második felében – magyar szemmel. *Korall*, 4. sz.

Varsányi Erika (1999): Hírlap vagy pártlap? Viták a Népszava jellegéről (1908–1933). *Múltunk*, 3. sz.

Visy Beatrix (2009): *A narráció jegyei, szépirodalmi elbeszélőszervezetek Babits Mihály Az európai irodalom története című művében*. Doktori disszertáció. ELTE BTK.

Visy Beatrix (2011): Egy identitás önarc képei. Babits Mihály: Az európai irodalom történetének „narratív” megközelítése és a mű egy lehetséges olvasata. *Irodalomismeret*, 2. sz.

**Sipos Balázs** (1971) PhD, az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Új- és Jelenkori Magyar Történeti Tanszékének habilitált egyetemi docense, a Zsigmond Király Főiskola Kommunikáció- és Művelődéstudományi Intézetének intézetvezető-helyettese, lapunk szerkesztője. Legutóbbi könyve: *Sajtó és hatalom a Horthy-korszakban* (2011). Legutóbbi írása a *Médiakutató*-ban: „Hogyan kerül(t) a jelentés a moziba? Amerika-képek és -értelmezések a Horthy-korban” (2013. tavasz).

# Kapcsolódások a biotechnológiai nyilvánosság színterei között

**A biotechnológiák jelentősége világszerte növekszik. Fontos stratégiai döntéseket kell hozni arról, hogy egyes országok, gazdasági közösségek miként használják fel ezeket, milyen fajtaikat fogadják el, milyen típusaikat utasítják el. Magyarországtól eltérően egyes nyugati társadalmakban intenzív nyilvános viták zajlottak ezekről a kérdésekről. Az e tanulmány alapjául szolgáló kutatás a biotechnológiai nyilvánosság két színtere: a tömegmédiá és a lakossági attitűdök közötti kapcsolódásokat vizsgálta. A média fontos információforrás lehet egyes tudományos és technológiai kérdésekben a lakosság számára. Magyarországon ugyanakkor nem jelentkezett hangsúlyosan a biotechnológia témaköre a médiában. A kutatás során az érdekelt, hogy ilyen feltételek között vajon miként értelmezik a közönség tagjai az orvosi és az agrár biotechnológiákat, és ebben mi lehet a média szerepe. A médiahatást *effects in use* perspektívára építve fókuszcsoportos beszélgetéseken vizsgáltam: azt néztem, hogy a laikusok miként építenek a médiatartalomra mint erőforrásra a beszélgetések során. Az eredmények arra utalnak, hogy még olyan társadalmi feltételek között is, amikor a médiában nagymértékben a háttérbe szorítva jelentkezik egy technológiai kérdéskör, a *framinghatások* bizonyos mértékig érvényesülhetnek, a médiakép hiányosságai miatt pedig sérülhet a laikusok úgynevezett „tudományos állampolgársága”. A kutatás különbségeket is talált abban, ahogyan a média mint erőforrás funkcionált az orvosi és az agrár biotechnológiák esetében.**

## 1. Bevezetés

A nyugati szakirodalom hosszú ideje hangsúlyozza, hogy kockázattársadalomban élünk, ahol a figyelem középpontjában a modernizációs kockázatok állnak (Beck 1992). Ugyanakkor több szerző írt arról is, hogy egyes társadalmakban a technológiai kockázatok nem feltétlenül vannak erőteljesen napirenden a nyilvánosságban. A társadalmak eltérhetnek abból a szempontból, hogy milyen technológiákhoz kapcsolódó kockázatok töltenek be központi szerepet (Jayne 2000). Magyarországon – számos nyugati társadalomtól eltérően – nem zajlottak intenzív társadalmi viták a biotechnológiák előnyeiről és kockázatairól. A biotechnológiai kockázatok médiareprezentációja sokkal kevésbé van jelen a magyar médiában, mint sok nyugati országban, például Nagy-Britanniában.

A jelen cikk alapjául szolgáló kutatási projekt az orvosi és az agrár biotechnológiák médiaképe és lakossági megítélése közötti kapcsolódási pontokat vizsgálta Magyarországon. Az összejtudatásra és az összejtkezelésekre vonatkozó eredményeinket már korábban tárgyaltuk (Vicsek 2011, Vicsek & Bauer 2012, Vicsek & Gergely 2011). Fő eredményeink közé tartozott, hogy a tudásbeli hiányosságok ellenére a lakossági diskurzusokban erőteljesen jelentkeztek a domináns hírközlési keretek (*frame-ek*) lényegi elemei. A kérdezettek a médiareprezentációhoz hasonlóan az összejtudatást/-terápiát pozitívan ítélték meg, és a gyógyítással kapcsolták össze. Ebben az írásban a génmódosított (GM) növényekre vonatkozó eredményekre koncentrálunk, a kapott eredményeket ugyanakkor összevetjük az összejtkezeléshez kapcsolódó korábbi eredményeinkkel is. A vizsgált időszakban a génmódosított organizmusok (GMO) témája még inkább háttérbe szorult a médiában, mint az összejtkezelés kérdésköre, és hiányzott az olyan hírtípusokból is, amelyek jobban megragadhatják a lakosság szélesebb rétegeinek figyelmét. Arra voltunk kíváncsiak, hogy ilyen körülmények között miként tud a médiatartalom erőforrásként működni, és jelentkeznek-e *framinghatások*.

A GM-technológiát a világ számos országában egyre növekvő mértékben alkalmazzák, ezért széles körű befolyással lehet az emberek életére. A génmódosítás kérdésköre sok helyen áll viták kereszttüzében: a támogatók az előnyeiket, az ellenzők a technológiához kapcsolódó kockázatokat hangsúlyozzák (Shineha & Kato 2009). A növények termesztésével kapcsolatos döntéseknek a vetőmagok mezőgazdasági exportja miatt is nagy a jelentőségük Magyarországon. Noha a génmódosított növények termesztése tilos hazánkban, és az üzletek nem árulnak GM-címkével ellátott termékeket, a szakértők szerint címkézetlen formában vannak olyan GMO-tartalmú élelmiszerek a magyar piacon, amelyek GMO-tartalma akár meg is haladhatja a 0.9 százalékos határértéket, amely fölött címkézni kell. A magyar lakosság olyan állatok húsából készült hústermékeket is fogyaszt, amelyek fogyasztottak GM-takarmányt (Kasza & Lakner 2012).

A természettudományok és a technológiák társadalmi hatásaival foglalkozó kutatók és egyes európai szakpolitikusok hangsúlyozzák a lakosság tudománytechnológiai kérdésekkel kapcsolatos véleményének fontosságát, a laikusok döntéshozatalba való bevonását, és a „tudományos állampolgárrá” válás mellett érvelnek (Király 2007). A közelmúltban az Európai Bizottság (EB 2009) is szót emelt a közvélemény figyelembevételének fontossága mellett.

Míg sok más nyugati társadalomban jelentős társadalmi vita övezte a növények génmódosítását, Magyarországon ezt a biotechnológiai kérdéskört sem kísérte különösebb médiafigyelem (Shineha & Kato 2009). A parlamenti pártok egységesen elutasították a genetikailag módosított kukorica magyarországi termesztését. Ugyanakkor számukra ez marginális téma volt, és nem kapott nagy nyilvánosságot a kutatás által vizsgált időszakban (a kutatási időszakon kívül esett már a 2011-es GM-botrány, amikor címlapokra is került a GM-ügy). Kérdőíves kutatások tapasztalatai szerint a laikusok hozzáállását általában elutasítás jellemzi a GMO-növényekkel kapcsolatban, de a téma nem mozgatta meg a közvéleményt, aktív fogyasztói tiltakozásra nem került sor (Bánáti & Lakner 2006, Gaskell et al. 2006, 2010; Kasza & Lakner 2012). A hazai tudósok megosztottak a kérdésben.

Kutatásunk idején a GMO-növények kereskedelmi forgalomra való termesztése tilos volt Magyarországon. Noha az Európai Unió (EU) akkorra már engedélyezte egyfajta GM-kukorica forgalmazását, Magyarország fenntartotta a tiltó védőzáradékot. Az EU számos indítványban kezdeményezte a magyarországi moratórium feloldását, sikertelenül.

A kutatás a következő kérdéseket vizsgálta a GMO-khoz kapcsolódóan Magyarországon:

1. Milyen hírközlési keretekben (*frame*) ábrázolja a tömegmédiá a génmódosított növények kérdéskörét?
2. Hogyan értelmezik a laikus közönség tagjai a GM-növények kérdéskörét a csoportos beszélgetések során?
3. Melyek a fókuszcsoporthoz tartozó laikus értelmezések hasonlóságai és különbségei a hírközlési keretekhez képest?
4. Hogyan használják a hírközlési kereteket és tartalmakat erőforrásként a közönség tagjai a beszélgetéseikben?

A kutatási kérdések megválaszolásához egyrészt médiaelemzést végeztünk, másrészt nyolc fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetést szerveztünk. Vizsgáltuk azt is, hogy mennyiben működött másképpen a médiatartalom erőforrásként a génmódosított növények témaköre esetében, mint az összesített kérdéskörénél.

## 2. A technológiai nyilvánosság két színtere: a tömegmédiá és a lakossági attitűdök

Martin Bauer (2005b: 9) a technológia nyilvánosságára vonatkozó gondolataihoz kapcsolódva a lakossági megítélést/percepciót és a tömegmédiát a nyilvánosság két színterének tekintjük, amelyek „különböző szabályok szerint működnek”. Ugyanakkor bizonyos körülmények között lehetnek hasonlóságok a médiareprezentáció és a lakossági megítélés között. Ez az írás egyebek között arra tesz kísérletet, hogy a génmódosított növények témakörének magyarországi médiareprezentációja és lakossági értelmezése közötti tartalmi hasonlóságokat és összefüggéseket, azok hátterét vizsgálja.

A tömegmédiá vizsgálata során a hírközlési keretekre (*frame*) vonatkozó elméleti és konceptuális munkákra támaszkodtunk (Entman 1993, Gamson 1992, Kitzinger 2007, Scheufele 1999). Jelen írás leginkább Robert Entman (1993) és Jenny Kitzinger (2007) elképzeléseire épít. A *framingkutatások* fontos közös jellemzője, hogy a hírközlési kereteket az „információk koherens csomagjai”-nak tekintik (Schuck & de Vreese 2006: 6). Nem szükséges szerintük a keret minden jellemzőjének az egyidejű megjelenése ahhoz, hogy az felismerhetővé váljon. Ezekben az információcsomagokban az események egyes jellemzői hangsúlyossá válnak, míg más jellemzőikről nem írnak a szerzők (Kitzinger 2007).

Évtizedek óta vita folyik a lakossági attitűdök és a tömegmédiá kapcsolatáról (Hardt 1992). Mi magyarázhatja a médiatartalmak és a lakossági percepciók közötti esetleges hasonlóságot? Meglátásunk szerint a lakossági percepciók és a tömegmédiá szférája közötti egyezések közötti okokat keresvén hasznos, ha a tudomány és a technológia kommunikációját mint interaktív erőteret fogjuk fel. Ebben az erőterben versenyeznek az egyes szereplők (kormányzati szervek, ellenzéki pártok, civil szervezetek, üzleti csoportok, szakértői közösségek stb.) azért, hogy „érvényesítsék az események és az ügyek általuk preferált olvasatait, és megnyerjék a közvélemény támogatását” (Petts et al. 2001: 3). A főbb szereplők bizonyos esetekben képesek nézeteiket közvetlen módon kommunikálni a lakosságnak, de gyakrabban támaszkodnak a médiára. Az említett modellben a lakosság nem szükségképpen pusztán befogadja a médiainformációknak, hanem interakciókban állhat más szereplőkkel: hathat például a társadalmi szervezetekre, a médiára (Bucchi 2008).

A modell felveti annak a lehetőségét, hogy ha azt találjuk: a médiakép és a lakossági attitűd nagyon hasonló, az nem szükségképp a média lakosságra gyakorolt hatásával magyarázható, hanem egy ellentétes oksági útvonallal: egyes esetekben a társadalmi nyomás alakíthatja a médiatartalmakat. A társadalmi nyomás lehet közvetlen, de lehet közvetett is – különböző társadalmi szervezetekre gyakorolt nyomáson keresztül érvényesülő hatás formájában is. Elképzelhető olyan eset is, amikor a médiakép és a lakossági attitűdök átfedései egy harmadik szereplő és a lakosság közvetlen kapcsolatával magyarázhatóak (például környezetvédelmi szervezetek direkt kampányt folytatnak a lakosság körében, szórólapoznak stb.). Ugyanakkor egyebek között szakértői interjúink is alátámasztják, hogy az ilyen jellegű befolyásolások nem voltak jellemzőek Magyarországon a GM-kérdéskör kapcsán. A lakosság meglehetősen passzív volt és nem mobilizálódott, kampánycsoportok sem kommunikáltak közvetlenül a lakosság tagjaival.<sup>1</sup>

A média lakossági attitűdökre gyakorolt hatásával foglalkozó elméletekben különböző időbeli keretekkel találkozunk: a kultivációs elmélet (*cultivation theory*) jellemzően a hosszútávú hatásokra fókuszál (Gerbner & Signorielli 1986). Ezzel szemben a hírközlésikeret-megközelítés (*framing*, lásd például Scheufele 1999) – amelyre írásunk támaszkodik – a lakossági percepciók és a médiakép kapcsolódásait a kultivációs elméletnél szűkebb időszakban vizsgálja.

Célszerűnek tartjuk William Gamson (1992) erőforrásra vonatkozó koncepcióját alkalmazni a médiahatás konceptualizálásához. A médiahatásnak ez a *framingelméletből* kiinduló értelmezése a használat felől közelíti meg a hatást (*effects in use*). A médiatartalmakat eszközöknek/erőforrásoknak tekinti, amelyekre az emberek interakcióik során támaszkodhatnak, érveléseikben felhasználva a hírközlési kereteket.

Amikor a médiatartalmat mint potenciális erőforrást vizsgáljuk, azt is érdemes figyelembe vennünk, hogy különböző jellegű hírek másként működhetnek erőforrásként: például a különböző hírtípusok különböző mértékben ragadhatják meg a közönség tagjainak figyelmét. Az egy-egy ember drámája köré szerveződő *human interest* történetek jobban felkelthetik a figyelmet a társadalom egyes szegmenseiben bizonyos technológiák iránt, mint az ezekhez a technológiákhoz kapcsolódó politikai hírek (Vicsek & Bauer 2012). (Kutatásunk során a tudományos és a politikai híreket tekintettük kemény híreknek; míg az egy-egy ember drámája köré szerveződő *human interest* történeteket, illetve a nem politikai témájú, hírességekkel foglalkozókat puha híreknek.)

Az emberek a médiatartalmakon kívül más beszélgetési erőforrásokat is igénybe vehetnek, amikor különböző témaköröket próbálnak értelmezni: iskolában tanultakat, személyes tapasztalataikat, másoktól beszélgetések során nyert információkat (Gamson 1992), általánosabb kulturális témákat vagy sémákat (Parales-Quenza 2004), előzetesen meglévő analógiai sémákat (Hornig Priest 1994). Susan Hornig Priest (1994) elméleti elképzelései szerint a közönséget befolyásolhatják előzetesen meglévő tapasztalati sémái más témakörök értelmezésében, és analógiákon alapuló következtetések segíthetik általa ismeretlen technológiák értelmezésében. Véleménye szerint ezek az analógiai sémák a médiatartalommal interakcióban befolyásolhatják egy kérdéskör társadalmi megítélését.

---

<sup>1</sup> A médiatartalmak és a lakossági értelmezések közötti egyezések további eleme lehet, hogy a nyilvánosság mindkét szférájában az aktorok közös kulturális értelmezésekre, általánosabb kulturális témákra vagy sémákra támaszkodhatnak, amelyek egy adott társadalomban az emberek nagy része számára elfogadottak (Gamson & Modigliani 1989). Bár éppen az a kérdés, hogy az emberek mi alapján választanak a tágabb kulturális témák és sémák közül, hogy melyiket mobilizálják az új technológiák értelmezéséhez, egyes esetekben a média kiindulópontot adhat ezekhez az asszociációkhoz.

### 3. Adatok és módszerek

A médiaelemzés során a génmódosított növények és élelmiszerek témakörét említő írásokat a 2007. május 1-e és a 2009. október 31-e közötti időszakban vizsgáltuk a két legolvasottabb politikai lapban (Népszabadság és Magyar Nemzet) és bulvárlapban (Blikk és Bors).<sup>2</sup>

Azokat a cikkeket elemeztük, amelyekben a „génmódosítás” szó vagy ahhoz kapcsolódó kifejezés, illetve a kódolók (a cikk szerzője és egy független kódoló) megítélése szerint a témához kapcsolódó egyéb tartalmak szerepeltek. A cikkek forrása az Observer Budapest Médiafigyelő Kft. elektronikus adatbázisa volt.

Kvantitatív tartalomelemzésre és mélyebb, kvalitatív adatelemzésre került sor. A kvantitatív tartalomelemzés során lekódoltuk, hogy 1. a cikk melyik napilapban jelent meg, 2. milyen hosszban foglalkozott a témával, 3. a lap hányadik oldalán jelent meg, és 4. milyen hírközlési keretet alkalmazott. A kvalitatív médiaelemzés elméleti kerete Entman (1993) és Kitzinger (2007) koncepciójára épült. Ennek megfelelően kódoltuk, hogyan definiálódott az adott keretben a probléma, mi jelentkezett mint a probléma forrása, milyen volt a probléma forrásának morális megítélése, milyen címkék, képek fordultak elő, milyen definíciók jelentkeztek (például a génmódosításra), hogyan jellemezték a szereplőket stb. (A médiaelemzés módszeréről és eredményeiről részletesebb leírás olvasható itt: Vicsek 2012).

A kutatás során nyolc fókuszcsoportos beszélgetést is tartottunk, 2009-ben.<sup>3</sup> Az 1. táblázatban a csoportok részletes összetétele látható.

1. táblázat.  
A fókuszcsoportok összetétele

Csoportszám	Csoport összetétele	Résztevők száma (nő/férfi)	Életkori megoszlás	Helyszín
1	Szociológia BA szakos, társadalmi tanulmányok BA szakos egyetemisták	8 (4/4)	21–25	Budapest
2	Általános vagy középiskolai végzettséggel rendelkező, különböző foglalkozású személyek	8 (5/3)	33–56	Budapest
3	Középiskolai vagy felsőoktatási végzettséggel rendelkező, különböző foglalkozású személyek	9 (4/5)	33–59	Budapest
4	Középiskolai (nagy részét szakmunkásképző és szakiskolai) végzettséggel rendelkező, különböző foglalkozású személyek	9 (5/4)	33–54	Cegléd
5	Középiskolai tanulók (autószerelést, marketinget vagy vendéglátást tanultak)	8 (4/4)	16–18	Veszprém
6	Egy nyugdíjasklub tagjai	9 (7/2)	65–87	Budapest
7	Alacsony iskolai végzettségű, szakiskolai oktatáson résztvevő munkanélküli férfiak	8 (0/8)	21–55	Debrecen
8	Középfokú végzettséggel rendelkező személyek	9 (6/3)	32–53	Penyige

A kutatás egyik korlátja, hogy a médiának csak egy bizonyos szegmensét vizsgáltuk, azt is meghatározott időintervallumokban. Ugyanakkor vannak arra utaló jelek szakértői interjúink szerint, hogy a négy napilap prezentációs módja hasonló lehetett más médiumokéhoz. A fókuszcsoportos eredmények értelmezése során pedig fontos figyelembe venni az általánosíthatósági korlátokat. Ugyanakkor az a tény, hogy az egyes fókuszcsoportok összetétele egymástól jelentős mértékben különbözött, és mégis számos hasonlóság volt megfigyelhető a csoportos beszélgetésekben, arra utal, hogy az eredményeknek lehet relevanciájuk azokon a konkrét szituációkon túl is, amelyekben keletkeztek.

2 Ebben a tanulmányban egy olyan kutatásunk eredményeiről számolunk be, amely jó pár évvel ezelőtt zajlott. Úgy véljük, hogy a cikk konklúziói túlmutatnak az adott időszakra, amiatt érdekesek lehetnek 2015-ben is. Mai szemmel meglepő lehet, hogy a mintát a nyomtatott sajtó írásai alkotják (elektronikus adatbázisból előkeresve), és nincsenek a mintában online hírportálok. A vizsgálati időszakban azonban még nagyobb jelentősége volt a nyomtatott sajtónak, így az online hírportálok kihagyása kevésbé jelent gondot, mint ha manapság végeznék egy hasonló kutatást.

3 A nyolc csoportból hatot a cikk szerzője moderált, kettőt Nagy Zita PhD-hallgató, a szerző instrukciói alapján.

## 4. Eredmények

### 4.1. Médiakép

A génmódosítás témaköre a vizsgált időszakban háttérbe szorult az elemzett lapokban. A két és fél éves időszakban kevés cikk foglalkozott a témával (a négy médiumban összesen 196 cikkben tesznek említést a génmódosításról), és a legtöbb esetben csak érintőlegesen, egy bekezdés erejéig, és szinte soha sem címlapon tárgyalták a kérdéskört. A cikkek hírtípus és napilap szerinti megoszlását nézve azt látjuk, hogy a génmódosítás témája majdnem teljesen kiszorult a puha hírek köréből, és különösen marginális volt a bulvársajtóban (a 196 említésből mindössze 16 szerepelt a bulvársajtóban).

A hírközlési keretek szakirodalmára építve (Entman 1993, Kitzinger 2007), két hírközlési keretet azonosítottunk a vizsgált médiatartalmakban. A domináns hírközlési keret az ANTI-GM-keret (veszélyforrás) keret volt: a cikkek 54.6 százaléka tartozott e kategóriába. A PRO-GM (tudományos haladás és előnyök) keret sokkal kevésbé volt hangsúlyos, mindössze a cikkek 13.8 százalékában volt meghatározó.

A magyar médiamegjelenést más nyugati országok eredményeivel összehasonlítva látható, hogy a téma kevésbé volt napirenden a magyar sajtóban, és kiemelkedően gyakran tűnt fel negatív színben (vö. Cook et al. 2006, Marks et al. 2007).

A 2. és a 3. táblázat összegző képet ad a kvalitatív médiaelemzés eredményeiről:

2. táblázat

*Az ANTI-GMO hírközlési keret fő jellegzetességei (összegzés Vicsek 2012 alapján)*

	<b>ANTI-GMO Veszélyforrás-keret</b>
<b>Státus</b>	Domináns keret
<b>A probléma meghatározása</b>	A génmódosítás hátrányos és kockázatos technológia, amelyet Magyarországra akarnak kényszeríteni
<b>A probléma forrása</b>	GMO-t előállító multinacionális vállalatok, WTO, USA, Európai Bizottság
<b>Morális értékelés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A GMO-t termesztek csak a profit maximalizálásban érdekeltek, ehhez tisztességtelen eszközöket használnak, amelyeknek hátrányos következményeik vannak</li> <li>A WTO és az USA által képviselt génmódosítás-lobbi befolyásolja az EU-t és az Európai Bizottságot, amelyek nyomást gyakorolnak Magyarországra</li> </ul>
<b>Kockázatok és előnyök</b>	A génmódosításnak rengeteg hátránya és negatív vonatkozása van, előnyei nem bizonyítottak (egészségügyi problémákat okozhat az emberek számára, veszélyezteti az állatok életét és a környezetet; termesztése gazdaságilag nem valósítható meg Magyarországon; visszafordíthatatlan; káros a hagyományos mezőgazdaságra; terminator gének jelenléte stb. A MON810-es kukorica rezisztenciával kapcsolatos előnyei nem relevánsak Magyarországon, ezáltal termesztése értelmetlen)
<b>A technológia kedvezményezettjei</b>	A negatívan értékelt GMO-termesztő multinacionális vállalatok
<b>A genetikai módosítás koncepciója</b>	Leginkább egyfajta szűkebb koncepció érvényesül, a génmódosítást új módszernek tekinti. Ritkán: ennél tágabban értelmeződik: génmódosítás többet jelent magánál a génmódosítás folyamatánál, úgy jelenik meg, mint a negatív jelenségek megtestesítője, a globalizált, modern világ jelképe
<b>Címkék</b>	Leginkább: genetikailag módosított/génmódosított, génkezelt, GM, GMO. Időnként: génmanipulált, génpiszkitott
<b>Képek</b>	Átlagos vagy károsodottnak kinéző termények (gyakran kukorica) utalás az emberi beavatkozásra; a GMO elleni tiltakozások ábrázolása
<b>Fejlődés vagy hanyatlás retorikája</b>	Egyes esetekben: a hanyatlás retorikája (hangsúly a negatív társadalmi változásokon)
<b>Kihez kapcsolható a technológiai fejlesztés és mi áll a háttérben</b>	A GMO-t előállító multinacionális vállalatokon van a hangsúly, amelyeket a profitszerzés motivál



3. táblázat  
A PRO-GMO hírközlési keret fő jellegzetességei (összegzés Vicsek 2012 alapján)

	<b>PRO-GMO Tudományos haladás és előnyök-keret</b>
<b>Státus</b>	Kisebbségi keret
<b>A probléma meghatározása</b>	A tudományos fejlődés útjában akadályok állnak: a génmódosított növények termesztése és felhasználása számára szélesebb teret kellene adni
<b>A probléma forrása</b>	(Magyar) politikusok, döntéshozók
<b>Morális értékelés</b>	A politikusok azért ellenzik a génmódosított növények használatát, mert nem értenek hozzá, ideológiailag elfogultak, és csak a népszerűség elnyerése vezérli őket
<b>Kockázatok és előnyök</b>	A génmódosításnak számos előnye van (környezetbarát technológiai eljárás; nagyobb profitot realizál; ellenállóbb a betegségekkel szemben; toleránsabb a só- és vízhiányra, a kártevőkre; hozzájárul egyes betegségek gyógyításához, az éhínség leküzdéséhez vagy az üzemanyag előállításához; növeli egy ország mezőgazdasági versenyképességét stb.)
<b>A technológia kedvezményezettjei</b>	Éhezők, fogyasztók, betegek, gazdák
<b>A genetikai módosítás koncepciója</b>	Leginkább a szűkebb koncepció érvényesül, a génmódosítást új módszernek tekinti. Egyes esetekben szélesebb értelmezés: a génmódosítás tágabb fogalom, évszázadok óta alkalmazott mezőgazdasági eljárás, amelyet nem génmódosításként ismernek a társadalmi diskurzusban (hanem nemesítésként)
<b>Címkék</b>	Leginkább: genetikailag módosított/génmódosított, génkezelt, GM, GMO. Ritkábban: „géntechnológiával nemesített”. A PRO-GM-keretet alkalmazó írások többször említik, hogy a jelenleg széles körben használt címkék negatív konnotációjúak
<b>Képek</b>	Átlagosan kinéző termények (gyakran kukorica), utalás az emberi beavatkozásra, például kémcső formájában; tudós szereplők
<b>Fejlődés vagy hanyatlás retorikája</b>	A tudományos fejlődés retorikája (a tudományos haladásnak tulajdonított pozitív érték)
<b>Kihez kapcsolható a technológiai fejlesztés és mi áll a háttérben</b>	A kutatókon van a hangsúly, a világ jobbítását célzó tudományos-technológiai fejlesztésen

Mindkét hírközlési keretben a GMO dominánsan élelmiszeripari kérdésként jelent meg, de a PRO-GMO-keretben kismértékben megjelentek a további felhasználási lehetőségek is (például üzemanyag vagy orvosság).

#### 4.2. A laikusok értelmezései

A fókuszcsoporthoz tartozó résztvevők nagy része negatívan ítélte meg a génmódosított növényeket, míg egyes orvosi biotechnológiákhoz – például az őssejt-kutatáshoz és az asszisztált reprodukcióhoz – pozitívan viszonyultak. Ez összhangban van azzal, amit kvantitatív kutatások találtak, miszerint a „piros” (orvosi) biotechnológiák megítélése sok országban és Magyarországon is pozitívabb (Szalma 2014), mint a „zöld” (agrár) biotechnológiák megítélése (Gaskell et al. 2006, 2010).<sup>4</sup>

A következőkben a génmódosításnak a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetésekben feltárt laikus értelmezéseit mutatjuk be, a hírközlési keretek kvalitatív elemzésében is használt dimenziók mentén.

<sup>4</sup> Eddig viszonylag kevés olyan kvalitatív kutatás zajlott Magyarországon, amely kifejezetten szociológiai megközelítésből vizsgálta volna az orvosi vagy az agrár biotechnológiák laikus értelmezéseit; kivételt jelentenek többek között az asszisztált reprodukció kapcsán Bauer Zsófia online fórumelemzései (2013, 2014a, 2014b). Matolay Réka 2006-ban és 2010-ben vizsgált egy kisebb fókuszcsoporthoz tartozó mintán (2 fókuszcsoporthoz/év) a GM-technológia kapcsán fogyasztói értékeléseket, és ő szintén az agrár biotechnológia negatív megítélésével találkozott a fogyasztók körében.

#### 4.2.1. A probléma meghatározása

Sok résztvevő az íztelen, gyanús, mesterséges, „idegen” tömegtermékek trendjeként definiálta a problémát, amely felváltja a hagyományosabb, jóízű, egészségesebb, helyi piacról származó magyar termékeket. Ezeket a témákat a résztvevők gyakran egybemosták a génmódosítás kérdéskörével (sokan úgy vélték, hogy bizonyosan vagy feltehetően vannak génmódosított élelmiszerek a magyar üzletek polcain). Ugyancsak visszatérő vélemény volt, hogy a génmódosított élelmiszerek veszélyesek, és kedvezőtlen tulajdonságokkal rendelkeznek.

A résztvevők a gazdag és a kevésbé tehető rétegek lehetőségei közötti különbségek bizonyos vonatkozásait is problémaként vetették fel: a szegény emberek rákényszerülhetnek, hogy genetikailag módosított élelmiszert vegyenek, mert a gazdagokkal szemben nem engedhetik meg, hogy a drágább és egészségesebb élelmiszereket vásárolják.

Mindössze néhány ember vélte úgy, hogy egy hasznos lehetőségeket rejtő technológia kudarcának problémájával állunk szemben. Nem mindenki tekintette a GMO-kérdést problematikusnak.

#### 4.2.2. A probléma forrása és morális értékelés

A nyilatkozók sok esetben az élelmiszerek „idegenségét” tartották a probléma forrásának. Több esetben az Egyesült Államokhoz, a multinacionális vállalatokhoz, a hipermarketláncokhoz és a nemzetközi gyorsétteremláncokhoz kötötték a problémát. Ezeket a vállalatokat általában negatívan értékelték, mondván, csak a profitszerzés motiválja őket.

András: Aztán utána szépen behozták ezeket a multiláncokat, és ezzel együtt hozzák a mindent. Ami rossz. És ami nekik jól eladható, és viszik ki a magyaroknak a pénzét külföldre.  
(6-os csoport)

#### 4.2.3. Kockázatok és előnyök

A génmódosításhoz kötődő kockázatok és negatív aspektusok a résztvevők témához kapcsolódó első asszociációiban is megjelentek, és hangsúlyosak maradtak a beszélgetések későbbi szakaszában is. A rizikók között az emberi egészségre való kockázat volt a leghangsúlyosabb. Egyesek valószínűnek tartották vagy magabiztosan képviselték, hogy a génmódosított élelmiszerek az egészségre ártalmasak, mások bizonytalanok voltak, de a hatások tisztázatlanságát/a bizonytalanságot is negatívan értékelték.

Ágnes: Úristen, milyen hatása lehet ennek az emberi szervezetre! (3-as csoport)

Mária: Az első, ami beugrott, hogy kicsit ilyen félelem talán lehet így mondani, hogy belepiszkálnak a termékekbe, és ez talán annyira nem egészséges. (1-es csoport)

A beszélgetések központi témája volt, hogy a génmódosítás mesterséges beavatkozás a természetbe – amit problémaként értékelték a résztvevők:

Szandra: Nekem az a véleményem, hogy ez természetellenes. Nem normális dolog. (2-es csoport)

János: Minek kell beavatkozni a természet rendjébe? (2-es csoport)

Alex: Az élet rendjébe és a természetbe való kemény, kőkemény beavatkozás. (2-es csoport)

Az ilyen típusú ételek ízetlensége gyakori kritika volt a laikusok beszámolóiban:

Péter: Én ettem igazi magyar almát... és annak íze volt. Amit a boltból vettem az Intersparban, annak semmiféle íze nem volt, még az almához köze sem volt.

Moderátor: Gondolod, hogy az génmódosított volt?

Péter: Szerintem nem azt mondom, hogy biztos mindegyikre mondható, hogy ez igen, de ami nem a természet megadta rendje szerint terem, az biztos, hogy más ízű, ugyanígy a génmódosított is. *(7-es csoport)*

A beszélgetésekben egy sor egyéb kockázat/negatív aspektus is előkerült, azonban az előzőeknél kisebb hangsúllyal. Egyebek között: az embereknek nem lenne szabad Istent játszaniuk, a génmódosítás a zöldségek és a gyümölcsök uniformizálódásához vezetne, a kistermelőket hátrányos helyzetbe hozná, kevesebb lenne benne a vitamin, visszafordíthatatlan folyamat, amely lerombolná a hagyományos mezőgazdaságot, kiszorítaná a magyar termékeket a magyar piacról, olyan magokat termelne, amelyek nem lennének ültethetőek. Néhány csoportban az állatokra gyakorolt negatív hatás is szóba került, de minden esetben az emberekre gyakorolt hatás kapcsán (például az, hogy az állatkísérletekben kimutatták a GMO-k negatív hatásait, ezért valószínű, hogy az emberekre is ártalmasak). Az állatokra gyakorolt hatást önmagában a válaszadók nem érzékelték problémaként.

A génmódosított növények lehetséges előnyei a résztvevők első asszociációi során kevésbé merültek fel. Az előnyök egy későbbi szakaszban kerültek elő, amikor a moderátor kifejezetten rákérdezett. A GMO előnyei között a legjellemzőbben a nagyobb terméshozam, a növények nagy mérete és jó megjelenése/kinézete szerepelt. A beszélgetés tagjai az előnyöket sorolva néhány alkalommal említették, hogy a GMO ára olcsóbb, gyorsabban beérik, a termés jobban ellenáll a kedvezőtlen körülményeknek, a kártevőknek és a betegségeknek, valamint a nagyobb tápérték, a hosszan tartó frissesség és a permetezés kiküszöbölhetősége is szerepelt az előnyök között.

Evelin: Nekem csak inkább az, hogy nagyobb, szebb, könnyebben vagy tovább fogyasztható, könnyebben szállítható és tovább megmarad élvezeti értéknek, mint amiket hasznosítani lehet. *(2-es csoport)*

Az előnyök említésével egy időben gyakran kerültek elő a GMO kockázatai, negatív aspektusai, elutasítása is:

Anna: És amikor gyönyörű szép nagy tökéletes valami. Tehát egy zöldség vagy gyümölcs, úgy szinte az ember el se hiszi, hogy ilyen szép lehet, na az is gyanús. *(3-as csoport)*

Az alacsony árat a résztvevők jellemzően a kényszerrel kapcsolták össze: a kevésbé tehető emberek csak ezeket az élelmiszereket engedhetik meg maguknak, mert ez az olcsó.

#### 4.2.4. A technológia kedvezményezettjei

A beszélgetés résztvevői a technológia kedvezményezettjeként leginkább a termelőket és a technológiát kifejlesztőket azonosították. Időnként nyíltan kifejezték, hogy a technológiának a hétköznapi emberek nem látják hasznát:

Laura: Hát, akik termelik, azoknak van az előny belőle, mert anyagi hasznot hoz nekik. *(6-os csoport)*

Néhány csoportban megemlítették azt is, hogy megoldás lehet esetleg a technológia az éhezők számára, de a konklúzió gyakran az volt, hogy még az éhezők számára is egészségtelenek a génmódosított élelmiszerek:

István: És egyszerűen meg kell oldani ezt a problémát. De nem mindegy, hogy én most megetetem Afrikát, és attól Afrika elpusztul. (3-as csoport)

#### 4.2.5. A genetikai módosítás koncepciója

A génmódosítást a résztvevők leginkább szűkebb értelemben használták, mint napjaink új, ellentmondásos technológiáját:

Fülöp: Szerintem ez, konkrétan ez a génmódosítás ez annyira nem régről kezdődött. Ezek a nem tudom, különböző burgonyatípusokat, fajtákat felsorolni, de ezeket máshogy is ki lehetett fejleszteni. Például keresztezték őket, vannak erre biológiában bizonyos szabályok meg kísérletek, hogy mit mivel lehet keresztezni, és akkor mi lesz belőle, ezeket így is ki lehetett fejleszteni, hogy nagy legyen meg satöbbi, termelékenyebb. Ezek a génmódosítások szerintem ezek újabb keletűek... Más a nemesítés és más a génmódosítás. (8-as csoport)

A válaszadók egyes esetekben ugyanakkor egy tágabb, ANTI-GMO-keretetet használtak, amelyben a génmódosított élelmiszer szélesebb értelemben az ételek negatív jelzővel felruházott kategóriáját jelentette, vagy ahhoz kapcsolódott (megváltoztatott, egészségtelen összetevőket tartalmazó, nagy méretű és jó megjelenésű, de íztelen, mesterséges, „idegen”, tömeggyártott és multinacionális hipermarketláncokban tömegesen forgalmazott termékeket). Bizonyos esetekben a résztvevők a génmódosított élelmiszereket egy az egyben azonosították ezekkel a kategóriákkal (minden élelmiszer, amely ezekkel a tulajdonságokkal rendelkezik, génmódosított).

Néhány résztvevő szélesebb, PRO-GMO-keretben értelmezte a kérdéskört, és a génmódosított élelmiszereket egy növénytermesztési eljárással, a hibridizációval kapcsolta össze. Ezt az értelmezést azonban több más résztvevő megtámadta.

#### 4.2.6. Címkék

A résztvevők leginkább a „génmódosított”, „génmanipulált”, „génkezelt” jelzőket használták. Egyéb kifejezések ritkán merültek fel. A fókuszcsoportokban senki sem használta a „géntechnológiával nemesített” kifejezést vagy a „gén-nemesítést”. A moderátor a „génmódosított” szót használta, amely némileg befolyásolhatta a résztvevők szóhasználatát.

#### 4.2.7. Képek

Amikor a fókuszcsoportos beszélgetés tagjait a témával kapcsolatos vizuális asszociációikról kérdeztük, leginkább a kukorica vagy más zöldségek merültek fel, jellemzően nagy, szép zöldségek, néhányszor szélsőségesen nagy zöldségek (például „dinnye méretű paradicsom”) – újsághírekre való hivatkozással.

#### 4.2.8. A fejlődés vagy a hanyatlás retorikája

A résztvevők a múltat gyakran idealizálták, olyan időszaknak látták, amikor még az ízletes, hagyományos mezőgazdasági termékek és élelmiszereké volt a főszerep. Az élelmiszerek minőségi romlásának tendenciája is előkerült:

Lajos: Felmerül az emberben, hogy minél inkább ilyen műételek felé megyünk. Ugyebár 40 évvel ezelőtt még házilag megették az emberek, semmi bajuk nem volt, most meg tényleg azt se tudjuk, hogy mit eszünk. *(3-as csoport)*

A minőségi romlás tendenciája gyakran egy szélesebb, a társadalmi hanyatlásról és a negatív társadalmi változásokról szóló diskurzusba illeszkedett.

A beszélgetések tagjai közül csupán néhányan használták a technológiai haladás retorikáját:

Alma: Mindenképpen kezelhetjük innovációnak, nem? Az, hogy elzárkózunk valamitől, ami fejlesztés, az elég szűklátókörűségre utalna. *(1-es csoport)*

A résztvevők a génmódosítás technológiájának létrejöttét és fejlődését leginkább gazdasági okokkal magyarázták, a profitszerzéssel kapcsolták össze és negatívan értékelték:

Péter: Erőteljesen anyagi érdekek mennek ezek mögött, és csak ezért csinálják, semmi másért. *(7-es csoport)*

Ferenc: Mindenki csak a hatalom a hatalom, a pénz a pénz. És akkor ezért vannak ezek a génmódosítások is, hogy minél többet tudjanak kizugorozni azokból az emberekből. Minél többet tudunk eladni abból a rosszból, és nem érdekes lehet, hogy tíz év múlva vagy öt év múlva mindenki elpusztul vagy éppenséggel most is vannak betegek, amik kimondottan ilyen dolgoktól vannak. *(4-es csoport)*

#### 4.2.9. Kihez kapcsolható a technológiai fejlesztés, és mi áll a háttérében?

Ha szó volt arról, hogy kihez köthető a technológiai fejlesztés, akkor a külföld szerepét hangsúlyozták a résztvevők, vagy általánosságban, vagy konkrét külföldi entitásokat megnevezve (Egyesült Államok, amerikai vállalatok). Voltak, akik a nagyvállalatokhoz kapcsolták:

Fülöp: Génmanipulált dolgok meg Amerika és ilyen jó kis lóvés csoportoktól jön ez a dolog. *(8-as csoport)*

A beszélgetések tagjai néhány esetben a tudósok számlájára írták a fejlesztést – időnként annak reményével együtt, hogy a tudományos háttér biztosítja, ne legyen az egészségre ártalmas:

Mária: Én meg azt hiszem, hogy nem lennék ellene, mert [...] valószínű nem hülyegyerekek kísérletezgetnek vele, hanem mondjuk professzorok meg mindenféle olyan ember, aki legalábbis remélem, hogy értenek hozzá, és akkor még mindig ott van a lehetőség, hogy lehet, hogy ezzel valakinek jót teszünk, hogy ez engedélyezve van. *(1-es csoport)*

A résztvevők a beszélgetések során a génmódosítás kérdéskörét szinte kizárólag az élelmiszerekkel kapcsolták össze, más felhasználási módját alig említették (elenyésző esetben a következő területek kerültek szóba: üzemenyag-felhasználás, gyógyszerkészítés, állati takarmány, katonai célok).

### 4.3. A hírközlési keretek és a laikus értelmezések összefüggései

Az egyik fontos cél annak vizsgálata volt, hogy a médiatartalmak és a hírközlési keretek miként működtek erőforrásként.

A fókuszcsoportos beszélgetések résztvevői gyakran nevezték meg a médiát legfőbb (és sok esetben egyetlen) információforrásként a génmanipulációval kapcsolatban. A kérdezettek azt mondták, hétköznapi beszélgetéseik során nem került szóba a génmódosítás témája, noha néhányan megemlítették, hogy általánosságban beszélgetnek néha az élelmiszerek „gyanús” vonatkozásairól, az élelmiszerbotrányokról és az ételek ízének romlásáról. Szinte egyáltalán nem említették, hogy az üzletekben bármilyen információt találnának a génmódosított élelmiszerekről, beleértve a címkézést is.

Ugyan a beszélgetések résztvevői a médiát tekintették az elsődleges információforrásnak, ha egy téma csak kis mértékben van jelen a médiában (mint a génmódosítás Magyarországon), akkor az azzal kapcsolatos médiatartalmak nehezebben mobilizálhatóak, mint a hangsúlyosabb témák esetében (Gamson & Modigliani 1989). A médiareprezentációk egyenlőtlen megoszlása miatt bizonyos médiumok fogyasztói még kevesebb információt kaptak a témáról. A génmódosítás témaköre a magyar sajtóban szinte kizárólag kemény hírként jelentkezett, amely jellemzően csak a közönség egy szűkebb szegmensének érdeklődésére tarthat számot (Henderson & Kitzinger 1999, Vicsek 2011, Vicsek & Gergely 2011).

A téma iránti érdeklődés hiánya szintén korlátozóan hathatott arra vonatkozóan, hogy mennyire tudtak a laikusok diskurzusaikban építeni a médiatartalomra. Sokan arról számoltak be, hogy ha találkoztak is génmódosítást tárgyaló cikkekkkel a nyomtatott sajtóban vagy az interneten, nem olvasták el azokat. Néhányan még csatornát is váltottak a televízió, ha a hírekben ez a téma került szóba. Mások hozzátették, hogy ha egyéb hírek között szerepelt és nem túl hosszan, akkor talán végignézték:

Zsuzsa: Az az igazság hogy lehet, hogy nem figyelünk oda sem, mert nem érdekel bennünket [...] mert én is átkapcsoltam egy másik csatornára, mert nem hallgatom tovább. (8-as csoport)

A legtöbb résztvevő egyáltalán nem tudott megnevezni a génmódosítás kérdésével kapcsolatos konkrét hírt, amikor arra a moderátor rákérdezett. A résztvevők számára a média adott ugyan általános benyomásokat a témával kapcsolatban, de sokak számára nehéz feladat volt konkrét információkat előhívni a hírekből. Sokan úgy vélték, hogy a génmódosítás médiareprezentációja csekély volt és negatív, miközben konkrét hírt a moderátor kérésére nem tudtak említeni ezzel kapcsolatban. Ugyanakkor később, amikor általánosságban a génmódosítás témáját vitatták meg, többen hívtak elő olyan információkat, amelyek a hírekből származtak.

A bemutatott körülmények alapján nem meglepő, hogy a média nem jelentett a résztvevők számára olyan mértékben erőforrást, hogy sokat tudjanak a génmódosítás magyarországi helyzetéről (például a jogi szabályozásról, a politikai pártok álláspontjáról a MON810 kukoricával kapcsolatos vitákban stb.).

A résztvevők hiányos információi ellenére a génmódosítással kapcsolatos hírközlési keretek és a laikus-diskurzusok összehasonlítása során az figyelhető meg, hogy a csoportok témakonstrukcióiban a domináns ANTI-GMO-keret (veszélyforrás) alapvető elemei köszöntek vissza mint a legfontosabb témák. A médiatartalmak és a laikus diskurzus egyaránt élelmiszertémaként kezelte a GMO kérdéskörét. Bár az első kérdés és a további kérdések is „genetikailag módosított növényekre” irányultak, minden csoport egyből az élelmiszerekre asszociált, és végig az élelmiszerekhez kapcsolta a génmódosítás témáját. Ez annak ellenére volt jellemző, hogy a „növény” szó elsődleges jelentése nem kapcsolódik a magyar nyelvben az élelmiszerekhez – ez pedig arra utal, hogy ha a médiában nem hallottak volna a kérdésről, akkor a növényekhez más jelentéstartalmakat társítottak volna.

A domináns hírközlési keret és a laikus értelmezések közötti további hasonlóság volt a kockázatközpontúság; a génmódosított növények negatív értékelése, az emberi egészségre való ártalmasság mint fontos kockázat; a probléma forrásának olyan idegen entitásokhoz/multinacionális vállalatokhoz való kapcsolása, amelyeket a profitszerzés motivál – ezeket látták a folyamat előmozdítóinak és haszonélvezőinek. A témát a médiához hasonlóan elsősorban nem a tudományos haladás retorikájával, hanem a hanyatlás retorikájával kapcsolták össze a résztvevők; a kukorica képe a többségükönél megjelent vizuális üzenetként. Az ANTI-GMO-hírközlési keret címkéit visszatérően használták a csoportos beszélgetésekben.

A biotechnológiák domináns hírközlési kerete és laikus értelmezései közötti hasonlóság további dimenzióját jelenthetik azok a tartalmak, amelyek mind a kettőből hiányoznak: a hírközlésben jelenlévő hiányok tükröződhetnek a közönség tagjainak diskurzusaiban.

A fókuszcsoportos beszélgetések idején európai uniós vita zajlott a BASF Amflora burgonya ipari felhasználásának engedélyezéséről. A domináns médiaábrázolás figyelmen kívül hagyta az ipari felhasználást mint szempontot, amely hiányzott a fókuszcsoportos beszélgetésekből is.

Különbségek is megfigyelhetők voltak a domináns hírközlési keret és a laikus értelmezések között. Az ANTI-GMO-keret elemeiről gyakran sokkal homályosabb képük volt a résztvevőknek, mint ami a médiában megjelent. A domináns hírközlési keret egyes elemei egyáltalán nem merültek fel a csoportos beszélgetésekben, azokat is beleértve, amelyek visszatérő elemei voltak az újságcikkeknek. Ilyenek voltak például a környezeti kockázatok vagy Magyarország GMO-ellenes gazdasági érdekei, vagy az, hogy az a molyfajta, amelyre a MON810 kukorica rezisztens, nem fordul elő Magyarországon, vagy az, hogy az Európai Bizottság a probléma forrása stb. Bizonyos témák homályos megjelenése vagy teljes hiánya annak is betudható, hogy a résztvevők hiányos tudással rendelkeztek a magyarországi helyzetről. Egyes témák – mint a környezeti vagy a poszt-materiális kérdések – kevésbé ragadták meg a magyar közönség figyelmét, mint más kérdések (Karácsony 2001, Inglehart & Welzel 2005).

Voltak olyan csoportok, amelyekben a multinacionális szuper- és hipermarketláncokat (mint a Tesco) és a gyorsétterem-láncokat (mint a McDonald's) tették felelőssé a problémáért, és úgy tartották, hogy ezek az üzletek árulnak génmódosított élelmiszereket – szemben a sajtóval, amelyben a GMO-t előállító vállalatok merültek fel a GMO kapcsán, leginkább a Monsanto. A csoportos beszélgetések során a Monsantot csak egyszer említették. Még ha a legtöbb kérdezett laikus nem is volt tisztában a konkrét részletekkel, a médiához hasonlóan a GMO-t idegen entitásokhoz kötötte, elsősorban a multinacionális vállalatokhoz.

A csoportos beszélgetések során a téma olyan aspektusai is megjelentek, amelyek marginálisak voltak, vagy teljesen hiányoztak a sajtó domináns hírközlési keretéből. Ezeket gyakran más beszélgetési erőforrások segítségével hozták be a résztvevők (Gamson 1992): személyes tapasztalatokra utaltak referenciaként, kulturális témákat említettek (Parales-Quenza 2004) és analógiai sémákat alkalmaztak (Hornig Priest 1994).

A résztvevők gyakran hivatkoztak saját boltbeli tapasztalataikra, amelyek szerint a GMO-zöltségek és -gyümölcsök különböztek a háztáji zöltségektől és gyümölcsöktől. Saját tapasztalatokon alapuló megfigyeléseik gyakran összekapcsolódtak az élelmiszerek minőségromlásának retorikájával. A természetes/természetellenes kulturális téma is gyakran előkerült a csoportokban: a technológiát természetellenesnek tartották, amely kiszámíthatatlan módon avatkozik bele az eredendően jó és értékes természetbe – ezzel indokolták az elutasítást. A társadalmi egyenlőtlenség, a gazdagok és a szegények közötti különbségek a beszélgetések további témáit jelentették.

A résztvevők gyakran alkalmaztak analógiai érvelést – a leginkább a GMO-ellenes érvek kapcsán. Párhuzamként olyan esetektől számoltak be, amelyek során korábban egészségesnek tartott élelmiszerekről vagy más dolgokról derült ki, hogy egészségtelenek, ezzel támogatva azt az érvelést, hogy a jövőben kiderülhetnek a GMO-élelmiszerek olyan káros hatásai, amelyekkel ma még nem vagyunk tisztában. Az analógiai érvelés segítségével próbálták alátámasztani azt is, hogy bizonyos gazdasági érdekek miként befolyásolhatják a termékekkel kapcsolatos tájékoztatást. A témák között előkerült, hogy a tejipar gazdasági érdekei akadályozták a tej negatív hatásainak nyilvánosságra kerülését.

A kisebbségi, PRO-GMO-keret (haladás és előnyök) egyes elemei is szóba kerültek a csoportos beszélgetésekben, bár marginálisan. A génmódosítást támogató érveket ugyanaz a néhány résztvevő jelenítette meg. E keret számos eleme azonban teljesen hiányzott a csoportos beszélgetésekből.

## 5. Következtetések

Számos korábbi külföldi tanulmány talált bizonyos szintű empirikus együttjárást a médiatartalom/médiahasználat és a különböző biotechnológiák megítélése között. E kutatás újdonságai közé tartozott, hogy a korábbi külföldi vizsgálatokhoz képest eltérő peremfeltételek között vizsgálta a médiahatást. A kutatás eredményei arra utalnak, hogy még olyan társadalmi feltételek között, amikor a médiában nincs hangsúlyosan napirenden egy kérdés, és hiányosak a laikusok ismeretei, a *framinghatások* bizonyos mértékig jelentkezhetnek. A domináns hírközlési keret több főbb eleme tipikusan jelentkezett a laikus diskurzusokban.

Még azok esetében is, akiknek minimális tudásuk volt a GM-témáról, és csak kismértékben emlékeztek konkrét médiahírekre, a média szerepet játszott abban, ahogyan a GM-ügyet értelmezték, azáltal, hogy orientációs pontot nyújtott számukra, amikor a génmódosított növényeket mint élelmiszerügyet prezentálta, és azzal az általános benyomással látta el őket, hogy ez egy olyan technológia, amely negatív dolgokhoz kapcsolódik. Bár a GMO-t pártoló szakemberek valamilyen szinten próbálták megjeleníteni, hogy a GMO-kérdés nem csak élelmiszerhez kapcsolódik, hanem a gyógyításhoz (mivel például speciális tápszereket lehet létrehozni a segítségével) és az ipari felhasználáshoz is, a GMO-k ilyen jellegű felhasználásával foglalkozó hírek alig jelentek meg a médiában. A vizsgált kutatási alanyok pedig a médiához hasonlóan az élelmiszerekkel kapcsolták össze a kérdéskört.

Az, hogy az összejtudatást/-kezeléseket a gyógyítással kapcsolta össze a média, és ezzel kapcsolták össze a vizsgált kutatási alanyok is, míg a GMO-kat az élelmiszerekkel, kihathatott ezeknek a technológiáknak az eltérő megítélésére. Befolyásolhatta, hogy miként mozgósítottak az emberek analógiai sémákat, tapasztalatokat, miként értékelték a bizonytalanságokat és a kockázatokat. Az összejtudatás és -kezelés esetében a résztvevők zömmel úgy vélték, hogy érdemes vállalni a kockázatokat, mivel a technológiát a gyógyítással és a tudományos fejlődéssel asszociálták, és sok esetben az összejtudatást gondolták az egyetlen lehetséges módnak egyes súlyos betegségek gyógyítására. Ezzel szemben a GMO-k esetében elutasították a kockázatokat: úgy vélték, hogy nem érdemes vállalni azokat, és nem tartották szükségszerű fejlődésnek az élelmiszerek előállításának területén.

A média különböző témák esetében eltérő mértékben és módokon funkcionálhat a diskurzus erőforrásaként (Gamson 1992). Ha összevetjük, hogyan működött a médiatartalom erőforrásként a két biotechnológia esetében, különbségek is megfigyelhetők. Az összejtudatás esetében a résztvevők meg tudtak nevezni konkrét hírtípusokat, amelyek jelen voltak a médiában. Le tudták írni ezek főbb jellemzőit (és ezek lefedték a médiaelemzésünk által talált főbb típusokat), sőt egyes esetekben konkrét híreket is meg tudtak nevezni (még ha a részleteiket már gyakran nem is tudták felidézni). A génmódosított növények esetében sokan még jellemző hírtípust sem tudtak mondani, és konkrét hírt sem tudtak könnyen felidézni. Az összejtudatás esetében a hírek nagyobb mértékű felidézését az is okozhatta, hogy a téma a GMO-k-hoz képest valamelyest jobban jelen volt a médiában az elemzett időszakban, továbbá magyarázhatta a két téma eltérő jellegű mediareprezentációja is. A kutatás médiaelemzése kimutatta, hogy az összejtudatással kapcsolatos cikkek gyakran egy témára fókuszáltak, míg a GMO-k kapcsán sokszor nehéz volt fő témát megállapítani, mert a cikkek gyakran több témát tárgyaltak. Az események, amelyek kiváltották a GMO-s cikk megírását, gyakran nem voltak túl izgalmasak (állásfoglalások kiadása, az EB döntései), és gyakran kisebb teret is kaptak a cikkeken belül, mint a GMO-khoz kapcsolódó egyéb témák. A GMO-k esetében ráadásul nem volt olyan hírtípus, amelyik megragadta volna a kutatási alanyok jelentős részének a figyelmét, szemben az összejtudatás témakörében, amelyben a betegek drámáiról szóló puha hírek többeket foglalkoztattak.

A domináns média hírközlési kerete és a fókuszcsoporthoz tartozó laikus értelmezések közötti hasonlóság mértéke eltér a GMO- és az összejtudatás témakör esetében: az összejtudatás megvitatása során jelentősebb hasonlóságok voltak a téma megvitatása és a mediakép között (Vicsek 2011).

Bár mindkét biotechnológia tárgyalásánál a domináns média hírközlési kereteinek több fontos eleme is jelentkezett a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések során, a kutatás bizonyos eredményei konzisztensek azokkal az elméleti elképzelésekkel is, amelyek szerint a közönség előzetesen meglévő sémái is „aktívan és önállóan” befolyásolhatják a hírbeszámolókat értelmezését (Hornig Priest 1994: 177). A közönség tagjai mindkét biotechnológia esetében képesek voltak a média mellett egyéb beszélgetési erőforrásokra (például analógiai sémákra) támaszkodva a médiától eltérő szempontokat is felvetni a beszélgetések során. Két fontos érv is árnyalja ezt az eredményt az alternatív beszélgetési erőforrások szerepéről: egyrészt hiába vetettek fel a résztvevők eltérő szempontokat, a legfőbb következtetések megegyeztek a



médiában domináns keret következtetéseivel. Másrészt korlátozott lehet azoknak a szempontoknak a köre, amelyekre egy laikus a média segítségével következtetni tud.

A génmódosított növények témakörének esetében – az összejtutatháséhoz hasonlón – azt találtuk, hogy néhány fontos aspektus, amelyik hiányzott a médiából vagy csak marginálisan jelentkezett, hiányzott a lakossági diskurzusokból is. Láthatjuk tehát, hogy mindkét biotechnológiai kérdéskör vizsgálata azt illusztrálja: a médiakép hiányosságai miatt sérülhet a laikusok informáltsága, „tudományos állampolgársága” (Király 2007).

## Köszönetnyilvánítás

A szerző köszönettel tartozik Jenny Kitzingernek, Susanna Priestnek, Cynthia Colemannak, Les Levidownak, Kean Birchnek és Kasza Gyulának a kutatással kapcsolatos konstruktív javaslatáikért. A cikkben bemutatott kutatás az OTKA támogatásával valósulhatott meg, valamint a szerző munkáját a Magyar Tudományos Akadémia Bolyai János ösztöndíja is támogatta.

## Irodalom

- Bánáti Diána & Lakner Zoltán (2006): Knowledge and acceptance of genetically modified foodstuffs in Hungary. *Journal of Food and Nutrition Research*, vol. 45, no. 2, pp. 62–68.
- Bauer, Martin. W. (2005): Public perceptions and mass media in the biotechnology controversy. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 17, no. 1, pp. 5–22.
- Bauer, Zsófia (2013): Bound together by Fate and Faith. A Qualitative Analysis of Online Discussions on Assisted Reproduction in Hungary. In: Szekeres, Valéria (szerk.): *Proceedings of FIKUSZ '13 Symposium for Young Researchers*. Budapest: Keleti Károly Faculty of Business and Management, Óbuda University.
- Bauer, Zsófia (2014a): Systematic inequalities in medically assisted reproduction in Hungary – the patients' perspective. *STS Conference, Critical Issues in Science and Technology Studies*, Graz, 2014. május 5–6.
- Bauer Zsófia (2014b): Meddőség és asszisztált reprodukció megélése az interneten – Online diskurzusok elemzése a „social listening” a kvalitatív adatelemzés módszertanának használatával. *Kézirat*. Budapest.
- Beck, Ulrich (1992): *Risk society: towards a new modernity*. London: Newbury Park, California: Sage Publications.
- Bucchi, Massimiano (2008): Of deficits, deviations and dialogues – Theories of public communication of science. In Massimiano Bucchi & Brian Trench (eds.): *Handbook of public communication of science and technology*. New York, NY: Routledge.
- Cook, Guy & Peter T. Robbins & Elisa Pieri (2006): “Words of mass destruction”: British newspaper coverage of the genetically modified food debate, expert and non-expert reactions. *Public Understanding of Science*, vol. 15, no. 1, pp. 5–29.
- Entman, Robert. M. (1993): Framing – toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, vol. 43, no. 4, pp. 51–58.
- Gamson, William A. (1992): *Talking politics*. Cambridge [England]; New York, NY, USA: Cambridge University Press.
- Gamson, William A. & Andre Modigliani (1989): Media Discourse and Public-Opinion on Nuclear-Power – Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, vol. 95, no. 1, pp. 1–37.
- Gaskell, George & Agnes Allansdottir & Nick Allum & Cristina Corchero & Claude Fischler & Jürgen Hampel (2006): *Europeans and biotechnology in 2005: Patterns and trends. Final Report on Eurobarometer 64.3*. [http://ec.europa.eu/research/biosociety/pdf/eb\\_64\\_3\\_final\\_report\\_second\\_edition\\_july\\_06.pdf](http://ec.europa.eu/research/biosociety/pdf/eb_64_3_final_report_second_edition_july_06.pdf) (letöltés: 2010. II. 24.).
- Gaskell, George & Sally Stares & Agnes Allansdottir & Nick Allum & Paula Castro & Yilmaz Esmer (2010): *Europeans and biotechnology in 2010. Winds of change?* [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_341\\_winds\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_341_winds_en.pdf) (letöltés: 2012. V. 25.).

- Gerbner, George & Nancy Signorielli (1986): Living with television: The dynamics of the cultivation process. In Jennings Bryant & Dolf Zillmann (eds.): *Perspectives on media effects*, Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum Associates.
- Hardt, Hanno (1992): *Critical communication studies: Essays on communication, history and theory in America*. London: Routledge.
- Henderson, Lesley & Jenny Kitzinger (1999): The human drama of genetics: 'hard' and 'soft' media representations of inherited breast cancer. *Sociology of Health & Illness*, vol. 21, no. 5, pp. 560–578.
- Hornig Priest, Susan (1994): Structuring public debate on biotechnology. *Science Communication*, vol. 16, no. 2, pp. 166–179.
- Inglehart, Ronald & Christian Welzel (2005): *Modernization, Cultural Change and Democracy*. New York: Cambridge University Press.
- Irwin, Alan & Brian Wynne, eds. (2004): *Misunderstanding science? The public reconstruction of science and technology*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Jayne, Michael R. (2000): *The Cutting Edge 2000. An analysis and comparison of public perceptions of the risks of certain land based activities, to aid sustainable development*. [http://www.rics.org/site/download\\_feed.aspx?fileID=1856&fileExtension=PDF](http://www.rics.org/site/download_feed.aspx?fileID=1856&fileExtension=PDF) (letöltés: 2009.V. 8.).
- Karácsony Gergő (2001): Értékek és választások. *Educatio*, 3. évf., 504–516. o.
- Kasza, Gyula & Zoltán Lakner (2012): Social Trenches in the GM Food Battlefield: Experiences of a Survey Series in Hungary. In Peter Robbins (ed.): *Exploring Central and Eastern Europe's Biotechnology Landscape*. New York: Springer.
- Király, Gábor (2007): Democratization of Science and Technology in Europe. Participation of Citizens in a Post-national community. *Unpublished Ph.D. Dissertation*, ELTE. Budapest: Hungary.
- Kitzinger, Jenny (2007): Framing and frame analysis. In Eoin Devereux (ed.): *Media studies: key issues and debates*. London: Sage.
- Lakner, Zoltán & Gyula Kasza (2005): Hungarian consumers and genetic engineering. *Soziale Technik*, vol. 2, pp. 6–8.
- Marks, Leonie A. & Nicholas Kalaitzandonakes & Lee Wilkins & Ludmila Zakharova (2007): Mass media framing of biotechnology news. *Public Understanding of Science*, vol. 16, pp. 183–203.
- Matolay Réka (2012): *Fogyasztói értékelések a génmódosított élelmiszerekről. Műhelytanulmányok. 150. sz. Műhelytanulmány*. HU ISSN 1786–3031. Budapesti Corvinus Egyetem, Vállalatgazdaságtan Intézet.
- Parales-Quenza, Carlos J. (2004): Preferences need no inferences, once again: germinal elements in the public perceptions of genetically modified foods in Colombia. *Public Understanding of Science*, vol. 13, no. 2, pp. 131–153.
- Petts, Judith & Tom Horlick-Jones & Graham Murdock (2001): *Social amplification of risk: The media and the public. Contact Research Report*. Sudbury: HSE Books
- Scheufele, Dietram A. (1999): Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, vol. 49, no. 1, pp. 103–122.
- Schuck, Andreas R. T., & Claes H. de Vreese, (2006): Between Risk and Opportunity. *European Journal of Communication*, vol. 21, no. 1, pp. 5–32.
- Shaw, Alison (2002): "It just goes against the grain." Public understandings of genetically modified (GM): food in the UK. *Public Understanding of Science*, vol. 11, no. 3, pp. 273–291.
- Shineha, Ryuma, & Kazuto Kato (2009): Public engagement in Japanese policy-making: a history of the genetically modified organisms debate. *New Genetics and Society*, vol. 28, no. 2, pp. 139–152.
- Szalma Ivett (2014): A gyermekvállalás társadalmi normái és a mesterséges megtermékenyítéssel kapcsolatos attitűdök vizsgálata Magyarországon és Európában. *Replika*, 85–86 sz., 35–57. o.
- Vicsek, Lilla (2011): Costs and benefits of stem cell research and treatment: Media presentation and audience understanding in Hungary, *Science Communication*, vol. 33, no. 3, pp. 309–340.
- Vicsek Lilla (2012): Veszélyforrás vagy a tudományos haladás része? A génmódosított növények képe a magyar sajtóban, *Jel-Kép*, 4. sz., [http://communicatio.hu/jelkep/2012/1\\_4/vicsek\\_lilla.htm](http://communicatio.hu/jelkep/2012/1_4/vicsek_lilla.htm) (letöltés: 2014. V. 21.).
- Vicsek Lilla & Bauer Zsófia (2012): Biotechnológiai kockázatok és előnyök a médiában és a közönség körében: összejutató és összejutatók. *Médiakutató*, ősz, 131–143. o.
- Vicsek, Lilla & Júlia Gergely (2011): Media presentation and public understanding of stem cells and stem cell research in Hungary. *New Genetics & Society*, vol. 30, no. 1, pp. 1–26.

**Vicsek Lilla** Bolyai-ösztöndíjas kutató, egyetemi docens a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Társadalompolitika Intézetében. Az utóbbi években főként az orvosi és az agrár biotechnológiák társadalmi aspektusairól végzett kutatásokat. Publikációi jelentek meg ebben a témakörben egyebek között a *New Genetics & Society*, a *Science Communication* és a *Science as Culture* című nemzetközi szakmai folyóiratokban. Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Biotechnológiai kockázatok és előnyök a médiában és a közönség körében: összejtutató és összejtkezelése” (Bauer Zsófiával, 2012. ősz). Email: [lilla.vicsek@uni-corvinus.hu](mailto:lilla.vicsek@uni-corvinus.hu)