

Martin József Péter

Kéz a kézben a lejtőn

Korrupció és sajtószabadság a magyar trendek tükrében

Tudományos szempontból sem a korrupció, sem a sajtószabadság fogalmát nem könnyű megragadni. Komplexitásuk akkor válik nyilvánvalóvá, amikor – túllépve a mindennapi politikai diskurzuson – tudományos igazolást szeretnénk szerezni az e fogalmakkal kapcsolatos feltevéseinknek. Ebben az esetben beleütközünk e fogalmak definiálásának és mérhetőségének problémájába – e tanulmány első felében ezeket tárgyaljuk. Ezután a médiaszabadság és a korrupció közötti összefüggéseket tárjuk fel a meglévő irodalom és empirikus vizsgálataink alapján, majd ugyanezt tesszük Magyarországra alkalmazva. Miközben mind a médiaszabadság hanyatlása, mind a korrupció intézményesülése beleillik a regionális és – részben – a globális trendekbe, a magyar esetben mindkét változónak különleges jellegzetességei vannak. Ezek feltárása közelebb visz minket annak a megértéséhez, hogy számos tényfeltáró médiatartalom és korrupciós botrány dacára egyelőre miért nem sikerült megtörni a rendszerszintű korrupciót Magyarországon.

Kulcsszavak: korrupció, sajtószabadság, média

Bevezetés: a definíció kihívásai

A korrupció meghatározásával kapcsolatban mindmáig nincs konszenzus a társadalomkutatók körében (Johnston 1996, Lambsdorff 2007, Rothstein et al. 2014). Korábban a korrupció fogalma összekapcsolódott az illegális tevékenységgel, és szinte kizárólag a büntetőjogilag szankcionálható tranzakciókat sorolták be a korrupció fogalmába (Rose-Ackerman 1978, OECD 1997). E tanulmányban a Transparency International és a témával foglalkozó többi nemzetközi szervezet, így például a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD), a Világbank, a Nemzetközi Valutaalap (IMF), az ENSZ és az Európa Tanács által alkalmazott munkadefinícióját használjuk. Eszerint a korrupció a „ráruházott hatalommal való visszaélés egyéni haszonszerzés érdekében” (például OECD 2012). Ez a meghatározás több szempontból is hidat képez a korrupció különböző megnyilvánulási formái között.

Először is: beleférnek azok a jelenségek, amelyek túllépnek a korrupció büntetőjogilag szankcionálható jellegén. Másképp fogalmazva: nemcsak az a korrupció, amikor bűncselekmény történik, hanem az is, amikor a közhatalmi szereplők jogszabályokban rögzítik, hogy a közjó előmozdítása helyett bizonyos partikuláris csoportokat részesítenek előnyben, vagyis legalizálják a visszaéléseket. Másodszor: az alkalmazott definíció egyszerre ragadja meg a kis vagy utcai korrupciós jelenségeket (*petty corruption*) és a nagy, szervezett, többnyire a fehérgallérosok által elkövetett visszaéléseket (*grand corruption*). Az előbbit az „átlagember” követi el, míg az utóbbiban az állampolgárok túlnyomó többsége csak megfigyelő, ez a típusú korrupció tőlük távol zajlik. Harmadszor: ebbe a definícióba beletartozik a tranzakcióalapú korrupció csak úgy, mint a rendszerszintű korrupció. Az előbbi egyes rendszerek működési diszfunkciójaként jön létre, az utóbbi esetében viszont a korrupció a rendszer részévé válik.¹ A rendszerszintű korrupció minősített esete az állam foglyul ejtése (*state capture*), amikor a gazdasági és/vagy a politikai elit egyes tagjai megszállják a közhatalmi pozíciókat, és a közjót aláásva kisajátítják az állam anyagi erőforrásait (Hellman et al. 2000).

¹ „Rendszeren” itt a politikai és a gazdasági rendszer egészét, illetve egy-egy partikulárisabb elosztórendszert egyaránt értjük.

Végül: az említett definíció egyszerre alkalmazható a közszektorra, valamint a magánszektorbeli szereplők között létrejött (*business-to-business*) tranzakciókra is.

A médiaszabadság pontos meghatározása is kemény dió. A legegyszerűbb, viszonylag régi definíció a kormányzati/állami ellenőrzéstől való függetlenséget hangsúlyozza; eszerint a médiaszabadság megvédi az egyént az állam túlkapásaitól (Lowenstein 1970). Az ENSZ szerint „mindenkinek joga a vélemény és a kifejezés szabadságához”,² vagyis ahhoz, hogy információhoz jusson, és hogy véleményét másokkal közölje mindenféle beavatkozás és az országhatárokon való tekintet nélkül. A Világbank sajtószabadság-chartája³ és Denis McQuail (2000) arra mutat rá, hogy a médiaszabadság a cenzúra hiányát, a médiumok függetlenségét és a médiatartalmakhoz való szabad hozzáférést jelenti. Egy másik, radikálisabb elképzelés szerint, amely túllép a hagyományos (liberális) állásponton, a valódi médiaszabadság elsimítani, de legalábbis csökkenteni hivatott a társadalmon belüli konfliktusokat, töréseket, egyenlőtlenségeket (Curran 1996).

Az utóbbi években a sajtószabadság megközelítése jóval komplexebbé vált, és ma már nem egyszerűsíthető le a kifejezés szabadságára. A médiaszabadságot a jelenlegi körülmények között a leginkább a pluralizmus mozdítja elő, ez pedig messze túlmutat a primer értelemben vett vélemény szabadságon. Ennek része – egyebek mellett – a piaci pluralizmus, a (párt)politikailag független újságírás, a médiahatóság függetlensége és a médiatartalmakhoz való egyenlő hozzáférés, például a politikai és más kisebbségek részéről (CMPMF 2018).⁴

A mérhetőség problémája

A korrupció és a médiaszabadság is nehezen mérhető társadalmi jelenség. Egyikre sem igaz, hogy olyan pontosan megmérhető lenne, mint mondjuk a hőmérséklet a szobában, de az sem áll egyikre sem, hogy egyáltalán ne lenne mérhető, mint mondjuk az ideológiák (Kaufman et al. 2006, Rizicca & Tonello 2015). Ezért – jóllehet nagy a kísértés, hogy „objektíven mérjük a korrupciót” (például Tóth & Hajdu 2018) és a sajtószabadságot –, be kell érünk ennél kevesebbel: azzal, hogy közelítő értékeket, proxikat alkalmazunk. Bonyolult társadalmi jelenségekről van szó, amelyek esetében a körülményeknek, a szubjektivitásnak, végső soron az értelmezésnek óriási szerepe van.⁵

A mérés már csak azért is nehézkes, mert a korrupció egy része mindig rejtve marad. Ennek dacára számos indikátort és valószínűségi mutatót alkalmazunk annak érdekében, hogy egy országban felbecsüljük a korrupció szintjét, de mindegyiknek megvannak a mérhetőségbeli határai. A Nemzetközi Valutaalap (2018) három típusú indikátort ajánl. Az első „generáció” az elit érzékeléseire épül, a második a lakossági percepciókat és korrupciós tapasztalatokat veszi számba, a harmadik pedig *bigdata*-megközelítést alkalmaz. Az első és a második „generáció” közötti határ elmosódik, mivel mindkettő érzékelések, illetve az azokból és más háttéradatokból képzett kompozitindexek alapján közelíti a korrupció szintjét.

Az első generációs korrupciós indikátorok közül a legismertebb a Transparency International (TI) korrupcióérzékelési indexe (*Corruption Perception Index*, CPI), amely a világ országait aszerint pontozza és rangsorolja, hogy üzletemberek és szakértők érzékelése szerint a közszektor mennyire fertőzött korrupcióval.⁶ A TI indexe számos, részben jogos, részben megalapozatlan kritika tárgya (például Andersson & Heywood 2009, Tóth & Hajdu 2018), mégis tény, hogy továbbra is az egyik legtöbbet használt mutató. A korrupciós érzékelések felmérésével kapcsolatban a leggyakrabban emlegetett ellenérv az, hogy szubjektív értékítéletet tartalmaz, a percepciók az egyéni beállítódásuktól és politikai

2 Lásd <https://www.un.org/en/events/pressfreedomday/background.shtml>.

3 Lásd <http://documents.worldbank.org/curated/en/893191468766225068/pdf/multi-page.pdf>, 13. o.

4 A Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPMF) *Media Pluralism Monitor* című kiadványa 4 kategóriában összesen 20, a médiapluralizmust befolyásoló kockázatot jelöl meg, és ezek között csak egy a kifejezés szabadságának veszélyeztetése, lásd http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/60773/CMPF_PolicyReport2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y, 7. o.

5 A pozitívista tudományfelfogást érdemes kvalitatív módszerekkel vegyíteni, az „episztemológiai interpretációt” alkalmazva (Schwandt 1994, Creswell 2013). Ez az esettanulmányokon alapuló induktív, értelmező, többféle kutatási módszert megengedő megközelítés lehetővé teszi, hogy komplex társadalmi jelenségeket többféle nézőpontból mutassunk be.

6 Lásd <https://www.transparency.org/research/cpi/overview>.

elfogultságoktól függenek, és ezért csak korlátozottan alkalmas az „objektív” valóság leírására. Egy más irányú kritika szerint a korrupcióval kapcsolatos érzékelések azért nem képesek reális képet adni a korrupciós fertőzöttség mértékéről, mert valójában más változókkal – így például a gazdasági vagy a kormányzati teljesítménnyel – mutatnak szoros összefüggést, vagyis a megkérdezettek nem a korrupcióról, hanem egyéb tényezőkről mondanak véleményt (Rizzica & Tonello 2015, ECB 2016).⁷ Egy következő kritika szerint a rendkívül különböző társadalmi, gazdasági és kulturális háttérrel rendelkező országok összevetése félrevezető lehet, hiszen az egy-egy ország korrupció elleni fellépését illető elvárások nagymértékben eltérhetnek.

Miközben ezekben a kritikákban van igazság, az érzékelések mégis relevánsak, hiszen visszajelzést adhatnak a társadalom mozgásairól. A CPI alapján például – különösen hosszabb időszoron vizsgálva – következtetni lehet az elitnek és a véleményformálóknak az intézményrendszerbe vetett bizalmi szintjére (Kaufman et al. 2006). Nemcsak a TI tesz közzé „első generációs” korrupciós proxit; egyebek mellett a Világbank korrupciós kontrollindikátora is a közszektor korrupciós kitétségét mutatja több évtizedre visszamenően, szintén üzletemberek és szakértők értékelése alapján.⁸

A „második generációs” indikátorok szintén érzékeléseket tartalmaznak, de nem az üzleti elit és a szakértők percepcióit, hanem a lakosságét. Idetartozik például a TI Global Corruption Barometer kutatása, amely három-négy évente közöl a lakosság korrupcióval kapcsolatos érzékeléseiről és tapasztalatairól nemzetközileg összevethető adatokat.⁹ Viszonylag új indikátor az *Index of Public Integrity* (IPI), amely hat dimenzióban, egy kompozitindexszel becsli meg és rangsorolja az országok korrupciós kitétségét.¹⁰ A módszertani leírás szerint „objektív és átfogó” képre törekszik a korrupció elleni teljesítmény állapotáról 109 országban, ám itt is nyilvánvaló, hogy még ha egy-egy alindex objektív adatot tartalmaz is – például az „e-állampolgárság” nevezetű, amely az internettel való ellátottságot jelzi –, ez magára a korrupciós kitétségre nézve csak közelítő pontossággal lehet irányadó.

Az IPI hat összetevője közül az egyik a sajtószabadság, vagyis a sajtószabadság a korrupciós kitétségek egyik tényezőjeként tételeződik.¹¹ A sajtószabadság-változó is csak proximál mérhető. Ezek közül a legelterjedtebb az IPI esetében is használt indikátor, a Freedom House sajtószabadság-indexe.¹²

A harmadik generációs korrupciómérési eszközök sorában az adatközpontú megközelítéseket találjuk: ezek anynyiban objektívebbek az előző kettőnél, hogy egzaktabb jelezhetik a korrupció valószínűségét, de nem magát a korrupciót. A bigdata-megközelítést elsősorban a közbeszerzések terén alkalmazzák (például David-Barett & Fazekas 2019); a korrupció kockázatait igyekeznek detektálni egzaktt módon. Ha például egy közbeszerzésen csak egyetlen szereplő indul, vagyis nincs verseny, akkor fennáll a gyanú, hogy az eljárás korrump volt, jóllehet ebben az esetben sem lehetünk biztosak abban, hogy valóban megtörtént a korrupció. Egy másik – evidens – korlátja a közbeszerzési proximálnak az, hogy azokból egy ország általános korrupciós kitétségére csak erős megszorításokkal következtethetünk. A magyarországi közbeszerzések értéke 2018-ban a GDP-nek mintegy a 10 százaléka volt, miközben a hazai állami korrupciónak számos más dimenziója is van. Az utóbbi években a kormányhoz informálisan kapcsolódó politikai és gazdasági szereplők javára végbement vagyonaátcsoportosításnak csak az egyik – és valószínűleg nem is a legnagyobb értékű – tényezője a közbeszerzés (Martin 2019).

Az IMF (2018) által javasolt legújabb harmadik generációs indikátor az újságcikkek alapján visszakövetkeztetett korrupciós fertőzöttség (*News-Flow Index of Corruption*). A Valutaalap kutatói által kifejlesztett szoftver újságcikkek alapján ragadja meg a korrupciós fordulópontokat egy-egy országban vagy országcsoportban. Figyelemre méltó, hogy az így képzett „objektív” korrupciós index erős korrelációt mutat a „hagyományos”, de „szubjektív” indikátorokkal, vagyis a CPI-jal és a Világbank „korrupciós kontrolljával”. A tökéletes mérési módszer hiányából következik, hogy a három „generációt”, valamint további kvalitatív módszereket és esettanulmányokat együttesen érdemes alkalmazni.

7 Az Európai Unió tagállamaira lefuttatott korrelációs modellek például rendre igen erős összefüggést mutatnak a korrupció (érezékelése) és a gazdasági teljesítmény között (például Martin 2017).

8 A korrupciós kontroll egyike a hat kormányzásindikátornak. Lásd: <https://info.worldbank.org/governance/wgi/#home>.

9 Lásd https://www.transparency.org/news/feature/global_corruption_barometer_citizens_voices_from_around_the_world.

10 Lásd <https://integrity-index.org/>.

11 A két változó – a korrupció és a sajtószabadság – összefüggéséről később bővebben szólnunk.

12 Lásd <https://freedomhouse.org/report-types/freedom-press>.

A Freedom House átfogó, szakértői megkérdezéseken alapuló sajtószabadság-indikátora mellett – például – a hirdetések elosztásából is következtethetünk a médiapiac szabadságára (Bátorfy & Urbán 2019b). Ha az állami hirdetések többsége tendenciózusan a kormánypárti sajtóban jelenik meg, az azt jelzi, hogy a piac torzítottan működik, ami visszahat a sajtószabadság helyzetére, mivel kedvezőbb helyzetbe hozza a közhatalom iránt lojális médiumokat. Még erősebb médiapiaci torzításról lehet szó akkor, amikor a magángazdaság szereplői érzik úgy – okkal vagy ok nélkül –, hogy a kormányhoz közel álló médiumokban kell hirdetniük, mert különben a közhatalom részéről valamilyen formális vagy informális szankcióban részesülnek.

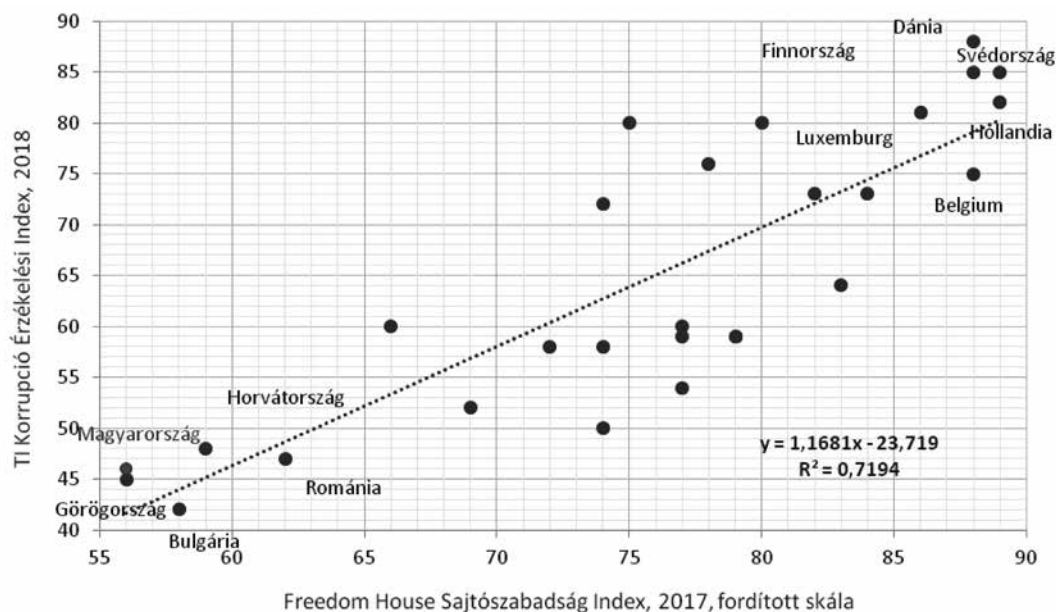
A korrupció és a sajtószabadság közötti összefüggések

A tudományos és a *policy*-irodalom teoretikus és empirikus elemzései szignifikáns összefüggést mutatnak a média-szabadság és a korrupció szintjét mérő proxik között (például Világbank 2000, Fardigh et al. 2011, Becker et al. 2013, Brunetti & Weder 2013). A szabad média kétfajta szerepet tölthet be a korrupció csökkentésében: egyfelől lehetővé teszi a sokoldalú informálódást és az információhoz való hozzájutást (átláthatósági funkció), másfelől ellenőrzi a hatalmon lévőköt (elszámoltathatósági funkció). Demokratikus körülmények között a visszaélések leleplezése elriaszthatja a potenciális elkövetőket a korrupciótól.

A gazdasági piacok analógiájára a politikai piacokon is információs aszimmetria áll fenn (Downs 1957). Ennek minősített eseteként az állami vagy a kormányzati korrupció olyan megbízó–ügynök-problémának tekinthető, amelyben az ügynök (a politikus vagy a hivatalnok) nem a megbízó (a nép/a társadalom) nevében cselekszik. A média sokszínűsége és az információhoz való minél teljesebb körű hozzáférése csökkentheti az információs aszimmetriát, ami hozzájárulhat a demokrácia kiteljesedéséhez és a korrupció visszaszorításához. Ha azonban a korrump elit a médiát részben vagy teljesen a saját szolgálatába állítja, akkor megdrágulnak az információhoz jutás költségei, és megnő az aszimmetria.

1. ábra

A sajtószabadság és a korrupciós kitettség összefüggése az EU 28 államában



Megjegyzés: A Freedom House indexét fordított skálán alkalmaztuk, így mindkét indikátorra igaz, hogy minél magasabb az érték, annál jobb az eredmény (nagyobb a sajtószabadság, kisebb a korrupció)

Forrás: Transparency International, Freedom House, saját számítások

Az Európai Unió 28 országára a legfrissebb adatok alapján készült számításaink megerősítik a korrupció és a sajtószabadság közötti összefüggést (lásd az 1. ábrát). Az uniós országokban a két változó közötti korrelációs (r) és meghatározottsági (r négyzet) együttható is igen magas: 0,84, illetve 0,72. A regressziós egyenes egyik végpontján találjuk azokat a nyugat- és észak-európai országokat, amelyekben érvényesül a sajtószabadság és alacsony a korrupció. A három skandináv uniós ország teljesít a legjobban: százaskálára vetítve Dánia, Svédország és Finnország mindkét változót tekintve 85 pontos vagy afeletti eredményt ért el. A másik véglet az, amikor a sajtószabadság alacsony szintje együtt jár a magas korrupciós kitétséggel: ez főleg a kelet- és dél-európai országokra igaz. A legrosszabb teljesítményt nyújtó országok az EU-ban, amelyekben mindkét változó 60 pont alá süllyedt, visszafelé haladva: Bulgária, Görögország, Magyarország és Horvátország. Magyarország a 2018-as korrupcióérzékelési index szerint korrupciós szempontból a második legrosszabbul teljesítő ország az unióban (Bulgária után), míg a Freedom House sajtószabadság-indikátora alapján holtversenyben az utolsó helyen áll (Bulgáriával egy szinten).

Ha az elemzést bővítjük az Európai Gazdasági Térség további három országával, Izlanddal, Norvégiával és Svájcjal, akkor a korrelációs együttható enyhén tovább nő, 0,87-re. A korreláció a közép- és kelet-európai, valamint a „periférikus” (azaz keleti és déli) uniós tagállamokban is rendkívül magas értéket mutat: 0,85 és 0,86. Csak akkor csökken valamelyest a kapcsolat erőssége, ha csupán a tíz nyugat- és észak-európai uniós országot vizsgáljuk; ebben az országcsoportban a korrupció és a sajtószabadság közötti összefüggés közepes erősségűnek mondható ($r = 0,61$).

Az erős korreláció megerősíti azokat a korábbi vizsgálatokat, amelyek szerint az operacionalizált politikai és gazdasági intézmények és a gazdasági fejlettség egyes indikátorai között többszörös pozitív kapcsolat áll fenn (Rothstein 2011, Bartha 2012). A korrupció és a sajtószabadság indexei erősen korrelálnak a gazdasági teljesítménnyel (Martin 2017, Világbank 2002), így már csak ezért sem meglepő, hogy a két proxy között is robusztus összefüggés látszik. Bo Rothstein (2011) nyomán ugyanakkor kiemelendő, hogy a kauzalitás iránya e proxiváltozók esetében csak kevés esetben mutatható ki.

A kevés eset egyike az, amikor az elemzés tárgya a médiafogyasztás és a korrupció érzékelése közötti kapcsolat. Egy, az olasz társadalomra vonatkozó meggyőző empirikus kutatás (Rizicca & Tonello 2015) feltárta, hogy a korrupcióval kapcsolatos hírek „fogyasztása” nagy hatást gyakorol a korrupciós percepciókra. Ezen belül a kutatók azt találták, hogy különbség van az informáltság és az involváltság tekintetében. Azokra, akik informáltabbak és jobban kitéttek a korrupciónak, akár a résztvevői, akár az áldozati oldalon, jobban hatnak a korrupcióval kapcsolatos hírek, mint azokra, akikre ez kevésbé jellemző.

A médiaszabadság egyik fontos jellemzője, hogy leleplező cikkek jelenhetnek meg a politikai és a gazdasági elit visszaéléseiről. Donald Cressey (1973) háromszöge alapján a korrupciót az egyéni motivációk, a társadalmi közeg és az intézményrendszerek tökéletlensége idézi elő. E háromszöghatás „fordítva” is releváns. Nemcsak a korrupció kialakulása, hanem az ellene való küzdelem során is fontos szerep jut e tényezőknek. Vagyis ahhoz, hogy tisztuljon a közélet, nemcsak a visszaélések feltárására van szükség, hanem arra is, hogy a feltárt visszaállások ügyében egyfelől az igazságszolgáltatás elvégezze a szükséges vizsgálatokat, és ha kell, megbüntesse az elkövetőket, másfelől a társadalmi közeg elítélje a korrupciót („elszámoltathatósági ökoszisztéma”). Ha az egyik vagy mindkét feltétel hiányzik, akkor a feltárást tett erőfeszítések – így például a nagy hatást keltő vagy kelteni hivatott tényfeltáró cikkek – nem érik el a kívánt hatást, és nem járulnak hozzá a korrupció csökkentéséhez. A fentiek alapján a médiaszabadság és a korrupció közötti összefüggések három esetét különböztethetjük meg (lásd az 1. táblázatot).

1. táblázat

A médiaszabadság és a korrupció közötti összefüggések három esete

Változók	Az összefüggés jellege
médiaszabadság percepciója és korrupciós percepció	erős korreláció
korrupciós hírek fogyasztása és korrupciós percepció	kauzalitás
médiaszabadság kapcsolata a korrupcióval	szükséges, de nem elégséges feltétel

A továbbiakban a magyarországi korrupció és sajtószabadság nemzetközi viszonylatban is releváns jellegzetességeit elemezzük.

A magyarországi korrupció jellegzetességei

A korrupcióérzékelési indexben Magyarország az idén közzétett, 2018-as évre vonatkozó felmérésben 46 pontot szerzett a 0 ponttól (a leginkább korrump országtól) 100 pontig (a korrupcióval legkevésbé fertőzött országig) terjedő skálán, és ezzel a 180 országot vizsgáló felmérés 64. helyén végzett. A megelőző, 2017. évi vizsgálathoz képest Magyarország két helyezéssel és egy ponttal tudta javítani a korrupcióval szembeni ellenálló képességét, üzletemberek és a szakértők értékelése alapján. Az enyhe javulást az magyarázhatja, hogy a gazdasági szereplők egy része immár „beárazta” a korrupciót, és alkalmazkodott hozzá.

Magyarország azonban így is az Európai Unió legkorrumptabb tagállamai közé tartozik. Tavaly csak két ország: Görögország és Bulgária nyújtott a magyarországinál gyengébb korrupció elleni teljesítményt. A 2018-ban elért 46 ponttal Magyarország az utolsó helyen végzett mind a visegrádi országok, mind az Európai Unióhoz 2004-ben csatlakozott tagállamok között.

Az elmúlt tizenöt évben a romlás trendszerűen folyamatosnak mondható: sem a CPI, sem a Világbank korrupciós kontrollproxija nem jelez törést sem a 2008-as válság, sem pedig a 2010-es kormányváltást illetően (Martin 2017). A módszertani szempontból könnyen összehasonlítható¹³ elmúlt hat év CPI-adataiból is az következik, hogy Magyarország az Európai Unió korrump tagállamainak csoportjában folyamatosan romló teljesítményt mutat (lásd a 2. táblázatot). Magyarország 2012-ben az akkor még 27 tagú Európai Unió 19. legkorrumptabb tagja volt, legutóbb pedig az azóta 28 tagúvá bővült közösség utolsó előtti, azaz 26. helyén végzett. Magyarország CPI-pontszáma 2012 és 2018 között 55 pontról 46 pontra esett vissza, ezzel a régióban Magyarország teljesítményének a megítélése zuhant a legnagyobbat az elmúlt hét év alatt (lásd a 2. táblázatot).

2. táblázat

Közép- és Kelet-Európa országai a 2018-as Korrupció Érzékelési Indexben

Régió belüli helyezés	Ország	CPI 2012	CPI 2013	CPI 2014	CPI 2015	CPI 2016	CPI 2017	CPI 2018	A pontszám változása*
1.	Észtország	64	68	69	70	70	71	73	+9
2.	Lengyelország	58	60	61	62	62	60	60	+2
2.	Szlovénia	61	57	58	60	61	61	60	-1
4.	Litvánia	54	57	58	61	59	59	59	+5
4.	Csehország	49	48	51	56	55	57	59	+10
6.	Lettország	49	53	55	55	57	58	58	+9
7.	Szlovákia	46	47	50	51	51	50	50	+4
8.	Horvátország	46	48	48	51	49	49	48	+2
9.	Románia	44	43	43	46	48	48	47	-3
10.	Magyarország	55	54	54	51	48	45	46	-9
11.	Bulgária	41	41	43	41	41	43	42	+1

Megjegyzés: A Transparency International Magyarország számításai a korrupcióérzékelési index 2012–2018. évi adatai alapján. Az utolsó oszlopban jelzett szám az adott ország 2012. évi és 2018. évi Korrupció Érzékelési Indexben elért pontszámait közötti különbséget jelöli.

Forrás: Transparency International

13 2011-ben módosult a módszertan, ezért az összehasonlítás egyértelműbb a 2012 utáni adatokkal, mint a korábbiakkal.

A probléma súlyának megértéséhez a proxikon túlmenően legalább annyira fontos a korrupció természetének a feltárása. A magyar korrupció természetére a leginkább a központosított jelző illik. Magyarország a legcentralizáltabb ország az EU-ban mind a politikai, mind a gazdasági rendszer szempontjából: a központi kormánynak sehol nincs akkor hatalma, mint Magyarországon (Martin 2017).

Magyarországra az állam foglyul ejtésének (Hellman et al. 2000, Transparency International Hungary 2011) speciális esete jellemző. A 2010 óta hatalmon lévő elit közel évtizednyi uralmának eredményeként a jogállami intézmények többsége tetszhalott állapotban van. A 2010-es első földcsuszamlásszerű választási győzelem, a kétharmados parlamenti többség lehetővé tette a Fidesz számára, hogy a közintézményekből egy *de facto* felsőházat (Martin & Ligeti 2017) hozzon létre, amelybe lojális tisztségviselőket delegált. A kormány szinte teljesen felszámolta a tőle független államhatalmi intézmények autonómiáját. E folyamat megfigyelhető volt a médiahatóság, az alapjogi bírászkodás, az ügyészség, az információszabadság-intézményrendszer, az Állami Számvevőszék, a választási igazgatási szervek, a Gazdasági Versenyhivatal, a közbeszerzési intézményrendszer, a jegybank, az ombudsmani intézményrendszer, továbbá a kormány alá rendelt olyan szervezetek esetében is, mint a rendőrség vagy az adóhatóság. Megroppant a demokratikus fékek és ellensúlyok rendszere. Az új intézményrendszer nem alkalmas a végrehajtó hatalom ellenőrzésére, és az esetek többségében nem is törekszik ennek a feladatnak az ellátására.¹⁴

A Fidesz egyoldalúan módosította az alkotmányt 2011-ben, és később saját érdekeinek megfelelően változtatta meg a választási törvényt is. Mindebből következően a 2014-es és a 2018-as választásokon már erősen lejtett a pálya, és az eredmények – bár kétségkívül tükrözik a kormánypárt közvélemény-kutatásokban is megerősített nagy fölényét – nem voltak tisztességesek (*free but not fair*).¹⁵

Magyarországon a korrupció nem az államhatalom működési zavaraként, hanem az állam által tudatosan alkalmazott módszerként valósul meg (Ligeti 2017). A korrupció olyan eszköz a közhatalmat birtoklók kezében, amelynek alkalmazásával a javak egy része nem a teljesítmény, hanem a lojalitás függvényében osztható szét. Ebben a rendszerben a korrupció többé nemcsak a szabályok megszegésével elért illetéktelen előny, hanem a rossz szabályok közvetlen és legfőbb következménye.

A magyar *state capture* túlmutat Abby Innes (2014) dichotóm tipológiáján (oligarchikus *versus* pártalapú foglyul ejtés), mert nem a már korábban meggazdagodott oligarchák monopolizálják vagy kísérik meg szolgálatukba állítani az állami-politikai funkciókat (mint például Andrej Babiš cseh kormányfő Csehországban), és nem is a párt formális struktúrái. Magyarországon egy olyan politikai elitcsoport és informális kör ragadta magához a hatalmat, amelyben politikusok, oligarchák és szürke eminenciások¹⁶ egyaránt találhatóak, és amelyben a végső döntéseket a legtöbbször maga a miniszterelnök hozza meg. Mind az oligarchák és gazdasági szereplők, mind a Fidesz mint párt vezető tisztségviselői többé vagy kevésbé passzív végrehajtók ebben a játszmában. Az előbbieik között a politika szelektál és mondja meg, ki a „jó” (értsd: lojális) oligarcha vagy vállalat.¹⁷ A Fidesznek mint vezérelvű pártnak (Körösenyi 2018) a tisztségviselői pedig a központi akaratot közvetítik, különösebb autonómia nélkül. A magyar statecapture-modell elitcserét is jelent a közhatalmi és számos gazdasági pozíció megszállásán keresztül. A privilegizált réteg gazdagodását a monopolizálódó erőforrás-újraelosztás biztosítja (Martin 2019).¹⁸ Az állam foglyul ejtésének e sémája kéz a kézben jár az autokrácia (Kornai 2016) és a haveri rendszer (*cronyism*) kialakulásával (Martin 2013).

14 A kormány által véghezvitt közjogi térfoglalás ugyanakkor nem számolta fel teljesen a fékek és ellensúlyok rendszerét. Szemben az ügyészséggel, amely a pártos működés nyilvánvaló jeleit mutatja, a bíróságok ítélkezési tevékenységében nem észlelhető a szisztematikus elfogultság a hatalom javára.

15 Lásd a Nemzetközi Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (EBESZ) jelentéseit: <https://www.osce.org/odihr/elections/117205>.

16 Lásd például a formális pozícióval nem rendelkező, mégis rendkívül befolyásos Habony Árpád szerepét.

17 Lásd a „stratégiai megállapodások” rendszerét (Transparency International Magyarország 2014).

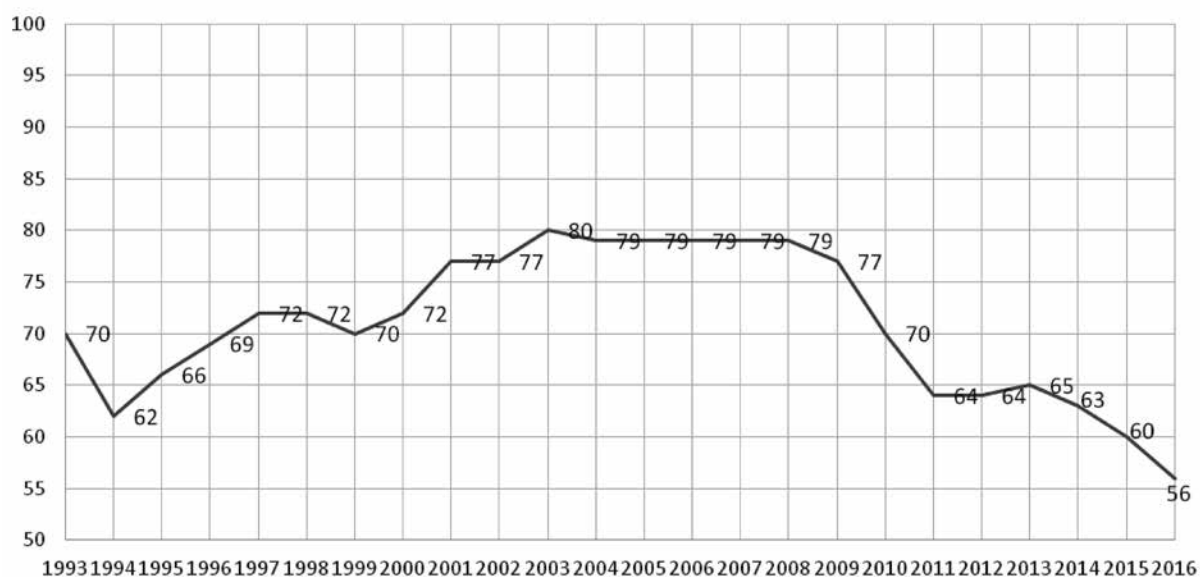
18 Ennek kirívó, bár korántsem egyedi esete Mészáros Lőrinc egykori kisvállalkozó és felcsúti polgármester mesés gazdagodása; ő négy év leforgása alatt 2019-re az ország leggazdagabb embere lett 381 milliárd forinttal, lásd: <https://forbes.hu/a-magazin/magyarorszag-50-leggazdagabb-embere-mar-nem-csanyi-az-also/>. Az Átlátszó.hu gyűjtése szerint 2017-ben Mészáros cégei a közbeszerzések értékének mintegy 10 százalékát nyerték meg, s ennek 83 százaléka uniós forrásokból valósult meg, lásd: <https://atlatszo.hu/2018/01/15/tulnyomoreszt-unios-forrasokbol-gazdagodtak-meszaros-lorinc-csaladi-cegei-az-elmult-het-evben/>.

Újramonopolizáló médiateér

A 2010 utáni magyar médiarendszer a többpárti gyarmatosítást („berlusconizáció”) követően az egypárti gyarmatosítás („putyinizáció”) irányába mozdult el, ami jelentős mértékben növelte a már korábban is meglévő sajtószabadság-deficitet (Bajomi-Lázár 2015, 2019). Az 1989–90-es rendszerváltás előtti monopolisztikus sajtóviszonyokat oligopolisztikus viszonyok váltották, aminek során egyre erősödött a pártok, illetve a hozzájuk kapcsolódó bal- és jobboldali csoportok, halózatok befolyásoló szerepe és a médiumok nyíltabb vagy burkoltabb pártpolitikai szolgálta állítása.

A 2010-es fordulat után megindult a médiarendszer újramonopolizálása. Egyre több orgánumból vált kormányzati szócsővé; mindenekelőtt a közszolgálatból államivá degradált csatornákat, és számos más, magántulajdonban lévő orgánumból is. Veszélybe került a médiapluralizmus, vagyis a sokszínű, tényszerű és tárgyilagos tájékoztatás. Ezt a hanyatló trendet mutatja a Freedom House sajtószabadság-indexe is (lásd az 2. ábrát). A szervezet 2012-es jelentése alkalmazta először a magyar médiára a „félíg szabad” megjelölést, és ezt erősítette meg a 2017-es tanulmány is. A magyar médiaszabadság hanyatlása beleillik a világtrendbe: a globális indexe 2012-től gyorsulón romló trendet mutat.¹⁹

2. ábra
A sajtószabadság alakulása Magyarországon



Megjegyzés: Az indexet fordított skálára vetítettük, így az 1 pont jelenti minden a szabadságot nélkülöző, és a 100 pont a legszabadabb sajtóviszonyokat

Forrás: Freedom House

Magyarországon a sajtószabadságra a legnagyobb veszélyt nem a szabályozás, hanem a kormánypárthoz közel álló üzleti csoportok, oligarchák, sőt kormányzati tisztségviselők médiapiaci bevásárlása jelenti. A második Orbán-kormány regnálása alatt elfogadott új médiatörvény negatív hatása inkább közvetett.²⁰ Ez abban érhető tetten, hogy mit *nem* csinál a médiahatóság (a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság, vagyis az NMHH) és az annak keretében működő Médiatanács. Csak néhány példa: végső soron az NMHH teremtette meg a lehetőségét annak, hogy mind a

¹⁹ Lásd https://freedomhouse.org/sites/default/files/FOTP_2017_booklet_FINAL_April28.pdf, 12–13. o.

²⁰ 2010. évi CLXXXV. törvény.

18 megyei napilap kormányhoz informálisan kapcsolódó tulajdonosok kezébe kerüljön. A rádiós piacon országosan csak az állami rádió fogható. A Médiatanács nem engedélyezte a 24.hu hírportált is üzemeltető Centrál Média és az RTL Klub részleges fúzióját. E példák arra utalnak, hogy a hazai médiahatóságot nem a sokszínű kínálat előmozdítása és a piaci verseny megteremtésének igénye motiválja, hanem a kormányzati célokhoz való igazodás.

Miközben az állami média busás apanázst kap a költségvetésből – 2018-ban 81 milliárd forintot költöttek rá, és ez az összeg 2019-ben tovább emelkedett, 83 milliárd forintra²¹ –, immár kormányzati szócsóként funkcionál (például Mérték 2017). A legnagyobb kereskedelmi televíziós csatornát, az RTL Klubot tulajdonló Bertelsmann-csoportot kivéve a médiapiac mértékadó („szeriőz”) szegmensében szinte az összes külföldi befektető eladta magyarországi érdekeltségeit. A többi külföldi tulajdonos vagy kivonult az országból, vagy asszisztált a kormánypárti térnyeréshez. A 2010 utáni magyar gyakorlat cáfolja (Bátorfy 2017) azokat a korábbi feltételezéseket és tapasztalatokat (Stetka 2012), amelyek szerint a külföldi (multinacionális) tulajdonosok egyfajta védettséget biztosítanak a hazai politika központosító törekvéseivel szemben.

A médiapiac egypárti gyarmatosítása 2010 óta folyamatos, de különösen 2016-ot követően gyorsult fel. Évről évre számos médium „esik el”, és válik a kormány kiszolgálójává. A hatalommal szemben kritikus médiumok vagy megszűntek, vagy kormányközeli üzletemberek, oligarchák – tulajdonába kerültek, amivel példátlan torzulás jött létre a médiapiacon. Ezek közül álljon itt – a teljesség igénye nélkül – néhány fontos, 2016 óta lezajlott fejlemény:²²

- a legnagyobb példányszámú napilap, a Népszabadság megszüntetése;
- a megyei lapokat működtető Mediaworks Mészáros Lőrinc érdekeltségébe kerülése;
- a Figyelőt Schmidt Mária, a közmegegyezéssel is rendelkező milliárdos családi cége szerezte meg (mára ez is Mészáros Lőrinc érdekeltségébe került);
- létrejött a Lokál című ingyenes napilap, amely Habony Árpád érdekeltsége, és amely a Metropol megszűnésével ebben a szegmensben monopolhelyzetbe került;
- elindult a szintén kormánypárti bulvárnapi napilap, a Ripost;
- a rádiós piacon az egyetlen kormánytól független, országos kereskedelmi rádió, a Class FM befejezte működését, a rádiós piacon a legnagyobb szereplők már mind kormánypárti tulajdonban vannak;
- a legnagyobb elérésű internetes portált, az origo.hu-t a kormányhoz informálisan kötődő oligarchák kaparintották meg;
- a Magyar Nemzet című napilap 2018 áprilisában, az országgyűlési választások után megszűnt, majd egy évre rá kormányzati szócsóként indult újra;
- a 3,5 évig független csatornaként működött HírTV 2018 nyarán „visszafejlődött” kormányzati szócsóvé;
- 2018 év végén megszűnt a baloldali Vasárnapi Hírek;
- a jobbközép Heti Válasz is lehúzta a rolót, igaz, később valaszonline.hu néven, de már csak online platformon, közösségi finanszírozásból újraindult.

Mindezt tetézte, hogy az Európai Unióban példátlan médiapiaci koncentráció jött létre 2018-ban, amikor mintegy 450 kormánypárti médium gazdálkodását egyetlen konglomerátumban, a Közép-Európai Sajtó és Médiaalapítványban (KESMA) egyesítették. A kormány nemzetstratégiai érdekre hivatkozva az alapítványt kivonta a versenyjogi vizsgálat és felügyelet hatálya alól.²³

Egy-két szigetszerű orgánomot leszámítva – ilyennek tekinthető a külföldi üzletember tulajdonában álló, „nem politizáló”, az utóbbi évek egyetlen médiapiaci sikertörténetének tekinthető Forbes magazin – leginkább az internetes szegmensben maradtak fenn a független újságírást biztosító, piacközeli viszonyok. Ez minden bizonnyal összefügg azzal, hogy Magyarországon a nyomtatott háttérrel nem rendelkező internetes médiumok (*pureplayers*) szerepe lényegesen nagyobb nemcsak a nyugat-európai, de a térség országaiban működő társaikénál is. Míg a legtöbb országban a platformváltás a márkákon belül zajlott le, addig Magyarországon a márkák közötti platformváltás – vagyis

21 Lásd <http://mertek.eu/2018/12/20/az-allami-media-finanszirozasa-tiltott-allami-tamogatas/>, <https://168ora.hu/itthon/a-80-milliardbol-mukodo-kozmedia-eddig-227-millio-forintot-egedett-el-arra-hogy-megtudja-hatekonyan-kolti-e-a-kozpenzt-156247>.

22 Például a Mérték Médiaelemző Műhely (2017) gyűjtötte ki a kormányhoz hű média térnyerését, lásd: <http://mertek.eu/wp-content/uploads/2017/05/MertekFuzetek11-2.pdf>.

23 229/2018. (XII. 5.) kormányrendelet.

a régi lapok eljelentéktelenedése és a független internetes újságok virágzása – felülírta a márkán belüli, késve és többnyire rosszul végrehajtott átalakulásokat (Martin 2009).

Mint a Mérték Médiaelemző Műhely és az Átlátszó.hu több éve tartó elemzéssorozata²⁴ (Bátorfy & Urbán 2019/a, Bátorfy & Urbán 2019/b) tényszerűen bizonyítja: az állami hirdetések elosztása azt mutatja, hogy a lojalitás felülírja a teljesítményt. Az alacsony, sokszor mikroszkopikus példányszámú kormánylapok zsebelik be az állami hirdetések túlnyomó részét, amelyek így inkább tekinthetők adófizetői támogatásnak, mint reklámcélú költségnek. A Kantar Média adatai szerint a 2017-es adatokat alapul véve csak egyetlen olyan ellenzéki médium van, amelynél az állami hirdetések volumene 50 millió forint felett volt; a többieknek pár millióval kellett beérniük. Eközben a csupán néhány ezres példányszámú kormánypárti nyomtatott lapok, illetve online orgánumok állami hirdetésekből származó bevétele – egyenként – megközelítette az 1 milliárd forintot.

Az állami (vállalati és intézményi) reklámköltségek legnagyobb kedvezményezettjeinek listája is mutatja a médiaipar torzulását (MMM 2017).²⁵ A 2017-es lista első három helyén a – néhai Andy Vajna, majd Mészáros Lőrinc érdekeltségébe került – TV2, a francia-multinacionális háttérű, kormányhoz hű óriásplakátcég, a JC Decaux, továbbá a kormánypárti üzletemberek tulajdonában lévő Origo Adhouse található. Az állami vállalatok a kormánypárti médiumokban a piaci ár sokszorosát, több esetben tízszeresét költötték el hirdetésekre.²⁶

A magáncégek hirdetéseit is nemegyszer eltéríti a közhatalom (Máriás 2018), igaz, kifinomultabb módszerekkel a – sokszor valós, máskor vélt – fenyegetettség-érzésre és igazodási kényszerre apellálva, ami illeszkedik a „gazdaság átpolitizálásának” (Sallai & Schnyder 2019) folyamatába. Az a korábbi, 2010 előtti megkülönböztetés, hogy a pártok politikailag gyakorolnak nyomást a médiára, az üzleti ráhatás pedig a piaci szereplők oldaláról érkezik, mára lényegében értelmét veszítette. A hirdetések elosztását sokszor az üzleti racionalitást felülíró politikai szempontok határozzák meg, vagyis a vállalatok hirdetési döntéseiket nem feltétlenül a példányszámok vagy az elérési mutatók – az üzleti racionalitás – alapján hozzák meg, hanem a közhatalom iránti lojalitásukat akarják kifejezésre juttatni.

Korrupciós botrányok és a falra hányt borsó esete

A csökkenő sajtószabadság, a fékek és az ellensúlyok kiiktatása és a monopolizálódó médiatér dacára az ellenzéki – javarészt internetes – médiumok hangosak a korrupciós botrányoktól. A Transparency International Magyarország 2018 elején 106 közelmúltbeli esetet gyűjtött össze az úgynevezett Fekete Könyvben,²⁷ a közönség elé tárva a közpénzköltéssel kapcsolatos visszaélések egy részét. Rengeteg korrupciós esetről számolt be az elmúlt években az úgynevezett Korrupcióinfo is, amelyet Hadházy Ákos erre a területre szakosodott ellenzéki parlamenti képviselő tölt meg tartalommal.²⁸ E két példát félretéve is: a magyar újságolvasó az elmúlt években számos botrányról olvashatott a még megmaradt kevés független médiumban.

Megszorítással ugyan, de igaz: aki akar, értesülhet a kormányzati szereplőket is érintő korrupciós ügyekről, a közpénzmilliárdok ellopásáról, sőt a kormányzati szereplők és/vagy családtagjaik érintettségéről is.²⁹ Az állampolgárok jelentős része tisztában van a hazai korrupciós helyzet súlyosságával, és meg tudja nevezni a botrányokat, azon belül

24 A sorozat legutolsó darabja ez: <https://mertek.atlatszo.hu/allami-reklamkoltes-2006-2018/>.

25 Lásd: <http://mertek.eu/wp-content/uploads/2017/05/MertekFuzetek11-2.pdf>, 22. o.

26 Lásd <https://g7.hu/allam/20180903/tizszeres-aron-is-hirdetnek-az-allami-cegek-a-barati-mediaban/>.

27 Lásd <https://transparency.hu/wp-content/uploads/2018/03/Fekete-k%C3%B6nyv.pdf>.

28 Lásd <http://www.korrupcioinfo.hu/>.

29 Hosszú lenne a felsorolás, de lásd például a jegybanki alapítványok körüli botrányos közpénzköltéseket, a letelepedési-államkötvény-konstrukciót, vagy a Tiborc Istvánhoz kapcsolható Elios-ügyet, amelyekről mind részletesen beszámolt a kormánytól független sajtó.

a korrupt szereplőket is.³⁰ Egy Eurobarometer-felmérés szerint a magyarok 86 százaléka látja a korrupciót „súlyos problémának” – miközben az uniós átlag 68 százalék.³¹ A fiatal (18–29 éves) korosztály szintén úgy látja, a korrupció szinte bele van kódolva a magyar valóságba: 71 százalékuk szerint korrupció nélkül nem lehet érvényesülni.³²

Mindebből az következik, hogy önmagában a „tudatlanság” aligha lehet a fő oka a korrupcióval kapcsolatos társadalmi apátiának. Ennek több más, egymással összefüggő motívuma lehet. Az egyik az, hogy az emberek elsődleges információs forrása az Európai Unióban és Magyarországon is továbbra is a televízió, az internet térnyerése dacára. Magyarországon egy 2017-es reprezentatív Eurobarometer-felmérés szerint arra a kérdésre, hogy „mi az elsődleges forrás, amiből tájékozódik”, a megkérdezettek 81 százaléka a televíziót jelölte meg, és csak 44 százalék említette az internetet.³³ Márpedig a televíziócsatornák Magyarországon – nagyon kevés kivételtől eltekintve – részben vagy teljes egészében a kormányzat céljait szolgálják.

Az apátia másik oka az lehet, hogy Magyarországon a legnagyobb korrupcióval kapcsolatos toleranciaszint az uniós országok közül: nálunk az állampolgárok úgy vélik, hogy a korrupció része a mindennapi életnek.³⁴ A botrányok nem elsősorban felháborodást szülnek, hanem csömört: kialakult a „korrupcióvakság”. „Se vele, se nélküle” érzés fogalmazódik meg a média és a korrupció viszonyával kapcsolatban: a médiának foglalkoznia kell(ene) a korrupciós témákkal, de a befogadói oldalnak már elege van a sok botrányból (Martin & Hortobágyi 2016, Bokor 2018).

A korrupcióvakság összefüggésben állhat a média megosztottságával is; a Fidesz-kormány alatt a korábbiaknál is egyre polarizáltabbá vált a sajtó. A kormányzati propagandamédiumok ellenpólusa ebben a „hideg polgárháborúban” nem a sokoldalú tájékoztatás, hanem az egyértelműen rendszerellenes üzeneteket közvetítő sajtó lett. Részben azért, mert a kormány és a közeli üzleti körök számos, korábban „középre húzó”, tényszerű és tárgyilagos médiumot (ilyen volt például az origo.hu vagy a Figyelő) iktattak ki, azaz vásároltak meg és alakítottak kormányzócsövét, részben pedig azért, mert a közönségben is egyre kisebb az igény arra, hogy „hallgattassék meg a másik fél is” (Bajomi-Lázár 2017). A polarizáció tovább erősíti a korrupciócsömört, hiszen a média a legtöbbször csak a „másik oldal” korrupcióját állítja pellengérré. Az ellenfél/ellenség pedig már eleve el van könyvelve korruptnak: nagy meglepetés tehát nem érheti az olvasót.

A harmadik ok a korrupció természetében keresendő. A magyarországi közpénz-visszaélések nehezen láthatóak át, ráadásul sokszor legalizáltak. A 2010 előtti időszak korrupciós mintája a könnyebben megérthető és nagyságrendjében is az egyszerű állampolgár számára „adekvát” vesztegetés vagy kenőpénz-fizetés, a „nokiás dobozos” visszacsorgatás volt. A Fidesz-kormányzat központosított és nemegyszer legalizált korrupciós mintázatát az „utca emberének” sokkal nehezebb visszaszírozni. A letelepedési kötvények rendszere, amely legalább 21 milliárd forinttal károsította meg a magyar adófizetőket, annyira bonyolult és áttételes, hogy nehezen üti át az átlagember ingerküszöbét.³⁵ A paksi atomerőmű-fejlesztés titkosított szerződésének több mint háromezer milliárd forintnyi korrupciós kockázata felmérhetetlen nagyságrend az állampolgárok nagy többsége számára.

És az apátia negyedik oka, amiért a médiában megjelenő botrányok nem okoznak össztársadalmi felháborodást, a politikai pártokban való csalódottság lehet, vagyis az, hogy a korrupciós botrányok szülte esetleges elégedetlenséget a pártrendszer egyelőre nem képes becsatornázni. Hiányzik a Fidesz-rendszerrel szembeni élet- és ütőképes, a társadalom széles rétegeiben beágyazott és korrupciós szempontból tiszta politikai alternatíva.

30 Lásd például a TI Magyarország jelentése (Martin & Hortobágyi 2016) alapjául szolgáló egyik Publicus-kutatást.

31 Lásd http://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2176_88_2_470_ENG, 17. o.

32 Lásd <https://transparency.hu/tarsadalmi-programok/ifusagikutatas/korrupcioerzekelesesmediahasznalat/>.

33 Eurobarometer 88, 41. o. A Mérték és a Medián 2018-as felmérése is megerősíti, hogy a televíziót jóval többen használják rendszeres információforrásként, mint az internetet: 71 vs. 35 százalék, lásd: https://mertek.eu/wp-content/uploads/2018/11/A_politikai_tajekozodas_forrasai_Magyarorszagon_2018.pdf.

34 Lásd http://data.europa.eu/euodp/data/dataset/S2176_88_2_470_ENG, 8–14. o.

35 Lásd https://transparency.hu/wp-content/uploads/2018/12/lmak_tanulmany_final_magyar_lektoralt.pdf.

Összegzés

A fentiekben kifejtettük, hogy a médiaszabadság és a korrupció, bár mindennap használatos fogalom, mégis nehezen definiálható, és még nehezebben mérhető. Proxiindikátorok, kvalitatív kutatások és esettanulmányok segítségével juthatunk közelebb ahhoz, hogy egy országban miként alakulnak ezek a változók. E tanulmányban bemutatott elemzésünk megerősíti a sajtószabadságot és a korrupciós kitettséget mérő proxik közötti erős pozitív kapcsolatot. A magyar esetre rátérve kísérletet tettünk annak feltárására, miként lehetséges, hogy számos korrupciós botrány ellenére a rendszerszintű korrupciót nem sikerült megtörni, és az Orbán-rendszer továbbra is népszerű. Megállapítottuk, hogy ennek okait a médiapiac és a korrupciós mintázatok nemzetközi összehasonlításban is figyelemre méltó sajátosságaiban kell keresnünk.

Nehéz megjósolni, hogy meddig sülyyed „kéz a kézben” Magyarországon a sajtószabadság és a korrupció. Mindenesetre árulkodó jel, hogy miközben a hatalmon lévő párt népszerűsége továbbra is nagyon magas, a média működésével kapcsolatban sokan elégedetlenek: a lakosság 55 százaléka szerint nincs a szólásszabadság Magyarországon.³⁶ A tisztább viszonyok iránti társadalmi akarat táptalaja lehet majd egy olyan fordulatnak, amely a demokratikus keretek visszaállítását, így a „fékek és ellensúlyok” rendszerének helyreállítását és a plurális médiatér újrakialakítását célozza. Ahogy a lejtmenet is kéz a kézben zajlik, úgy valószínű, hogy egy jövőbeli fordulat utáni javulás során is egymást erősíti majd a demokratikus politika két alapvető eleme: a sokszínű és szabad sajtó újjáéledése és a korrupció elleni hatékony küzdelem.

Irodalom

Andersson, Staffam & Paul M. Heywood (2009): The Politics of Perception: Use and Abuse of Transparency International's Approach to Measuring Corruption. *Political Studies*, vol. 57, no. 4, pp. 746–767.

Bajomi Lázár Péter (2015): A média gyarmatosítása: Miért tartják egyes közép- és kelet-európai kormányok tiszteletben a sajtó szabadságát – és mások miért nem? *Politikatudományi Szemle*, XXIV. évf. 1. sz. 58–82 o.

Bajomi Lázár, Péter (2017): Between Neutrality and Engagement: Political Journalism in Hungary. *Central European Journal of Communication*, vol. 10, no. 1, pp. 48–63.

Bajomi Lázár, Péter (2019): The 'Putinization' of the Hungarian Media System. Univiennamedial AB. <https://univiennamedialab.wordpress.com/2019/06/03/the-putinisation-of-hungarys-media-system/?fbclid=IwAR1IEd3fiFNd3xjYKUqwBbXyHwwKseQ2ydiyWx3nxVM4tmSINKNyg0vWIOE>.

Bartha Attila (2012): Kormányzás, kultúra vagy a demokrácia minősége? Az intézmények szerepe az Európai Unió gazdasági fejlődésében. *Politikatudományi Szemle*, XXI. évf. 2. sz. 101–122. o.

Bátorfy Attila (2017): Az állam foglyul ejtésétől a piac fogvatartásáig. *Médiakutató*, tavasz-nyár, 7–30. o.

Bátorfy Attila & Urbán Ágnes (2019a): Állami reklámköltés 2006-2018. *Mérték Médiaelemző Műhely – Átlátszó.hu*. 2019. IV. 16. <https://mertek.atlatszo.hu/allami-reklamkoltes-2006-2018/>.

Bátorfy, Attila & Urbán Ágnes (2019b): State advertising as an instrument of transformation of the media market in Hungary. *East European Politics*, <https://doi.org/10.1080/21599165.2019.1662398>.

Becker, Lee, Theresa Naab, Cynthia English & Tudor Vlad (2013): Measurement Issues and the Relationship Between Media Freedom and Corruption. *Paper presented to the Journalism Research and Education Section, International Association for Media and Communication Research*, Dublin, Ireland, June, 2013, http://www.grady.uga.edu/coxcenter/Conference_Papers/Public_TCs/Becker_Naab%20_English_Vlad_IAMCR_5_22_2013.pdf.

Bokor Tamás (2018): Magyar fiatalok és a korrupció viszonya a médiahasználat tükrében. *Magyar Tudomány*, 2. sz., https://mersz.hu/dokumentum/matud__119/.

Brunetti, Aymo & Beatrice Weder (2003): A free press is bad news for corruption. *Journal of Public Economics*, vol. 87, nos. 7–8, pp. 1801–1824.

36 Az EBRD 2016-os felmérése: <http://litsonline-ebrd.com/countries/hungary/>.

- CMPMF, Centre for Media Pluralism and Media Freedom (2018): Media Pluralism Monitor. *Policy report*. Authors: Elda Brogi, Iva Nenadic, Mario De Azevedo Cunha, http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/60773/CMPF_PolicyReport2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Cressey, Donald R. (1973): *Other People's Money. Study in the Social Psychology of Embezzlement*. Montclair, NJ: Patterson Smith.
- Creswell, John W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Curran, James (1996): Media and democracy: The third route. In: Michael Bruun (ed.): *Media and Democracy*, pp. 53–76. University of Oslo.
- Dávid-Barrett, Elizabeth & Mihály Fazekas, (2019): Grand corruption and government change: an analysis of partisan favoritism in public procurement. *European Journal of Criminal Policy and Research*, pp. 1–0, <https://doi.org/10.1007/s10610-019-09416-4>.
- Downs, Anthony (1957): *An Economic Theory of Democracy*. New York, NY: Harper and Row.
- ECB, European Central Bank (2016): Is corruption efficiency-enhancing? A case study of nine Central and Eastern European countries. *Working paper series*. Authors: Elisa Gamberoni, Christine Gartner, Claire Giordano and Paloma Lopez-Garcia, <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp1950.en.pdf>.
- Fardigh, Mathias A., Emma Andersson & Henrik Oscarsson (2011): Reexamining the Relationship Between Press Freedom and Corruption. *Working paper series*. 2011:13. The Quality of Government Institute. Gothenborg. https://www.academia.edu/7476845/Press_Freedom_and_Corruption.
- Hellman, Joel S., Jones Geraint & Daniel Kaufmann (2000): Seize the State, Seize the Day”. State Capture, Corruption and Influence in Transition. *Policy Research Working Paper*. The World Bank. September, pp. 1–40.
- Innes, Abby (2014): The Political Economy of State Capture in Central Europe. *Journal of Common Market Studies*, pp. 88–104.
- Johnston, Michael (1996): The Search for Definitions: The Vitality of Politics and the Issue of Corruption. *International Social Science Journal*, vol. 48, no. 149, pp. 321–35.
- Kaufmann, Daniel, Aart Kraay & Mastruzzi Massimo (2006): Measuring Corruption: Myth and Realities. *Working paper*. World Bank, <http://www1.worldbank.org/publicsector/anticorrupt/corecourse2007/Myths.pdf>.
- Kornai, János (2015): U-turn in Hungary. *Capitalism and Society*, vol. 10, no. 2, art. 1, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2629592.
- Körösényi András (2017): Weber és az Orbán-rezsim: Plebiszciter vezérdemokrácia Magyarországon. *Politikatudományi Szemle*, XXVI. évf. 4. sz. 7–28. o.
- Lambsdorff, Johann Graf (2007): *The Institutional Economics of Corruption and Reform: Theory, Evidence, and Policy*. Cambridge University Press.
- Ligeti Miklós (2016): Korrupció. In: Jakab András & Gajduschek György (szerk.): *A magyar jogrendszer állapota*, 727–757. o. Budapest: MTA TK JTI.
- Lowenstein, Ralph L. (1970): Press Freedom as a Political Indicator. In: Heinz-Dietrich Fischer & John C. Merrill (eds.): *International Communication. Media, Channels, Functions*. pp. 129–142. New York: Hastings House.
- Martin, József Péter (2009): Footprint of Financial Crisis in the Media. Hungary Country Report. Open Society Foundations, 1–8. o., http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/hungary-20091201_0.pdf.
- Martin, József Péter (2013): Ez a haverok kapitalizmusa. *index.hu*, október 26. Panyi Szabolcs interjúja, https://index.hu/belfold/2013/10/16/ez_a_haverok_kapitalizmusa/.
- Martin, József Péter & Hortobágyi Emese (2016): Korrupcióérzékelés és médiahasználat a magyar fiatalok körében. Transparency International Magyarország, https://transparency.hu/wp-content/uploads/2016/08/Korrupcioerzekeles_es_mediahasznalat.pdf.
- Martin, József Péter & Miklós Ligeti (2017): Hungary. In: Alberto Bitonti & Phil Harris (eds.): *Lobbying in Europe. Public Affairs and the Lobbying Industry in 28 EU Countries*, pp. 177–193. Basingstoke: Palgrave.
- Martin, József Péter (2017): Continuity or Disruption? Changing Elites and the Emergence of Cronyism after the Great Recession – The Case of Hungary. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, vol. 8, pp. 255–281.
- Martin, József Péter (in print): Resource Reallocation and Ambiguous Economic Performance in a Captured State – the Case of Hungary. In: D. Piroška & M. Rosta (eds.): *Engaging with János Kornai's Scholarship*. Budapest: CEU Press.

- Máriás Leonárd (2018): Nemcsak az állami, a piaci hirdetések is eltéríti a politika, korrupcióval átszótt hirdetési piac. *Átlátszó.hu*. 2018. VII. 30. <https://atlatszo.hu/2018/07/30/nem-csak-az-allami-a-piaci-hirdeteseket-is-elteriti-a-politika-korrupcioval-atszott-az-ugynoksegi-piac/>.
- MMM (Mérték Médialemező Műhely) (2017): *Nyilvánosság helyett propaganda. Lány cenzúra a magyar médiában* (szerk. Polyák Gábor), <http://mertek.eu/wp-content/uploads/2017/05/MertekFuzetek11-2.pdf>.
- McQuail, Denis (2000): *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
- Nemzetközi Valutaalap/IMF (2018): The Measurement and Macro-Relevance of Corruption: A Big Data Approach, <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2018/08/31/The-Measurement-and-Macro-Relevance-of-Corruption-A-Big-Data-Approach-46157>.
- OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) (1997): Effects of European Union Accession: Part I Budgeting and Financial Control. (SIGMA Papers No. 19.) Paris, http://www.oecd-ilibrary.org/governance/effects-of-european-union-accession_5kml61892zr2-en;jsessionid=376ko78akcx0.x-oecd-live-03.
- OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) (2012): Issues Paper on Corruption and Economic Growth. Working Paper. 1–43. o. <http://www.oecd.org/g20/topics/anti-corruption/Issue-Paper-Corruptionand-EconomicGrowth.pdf>.
- Rizzica, Lucia & Marco Tonello (2015): Exposure to Media and Corruption Perceptions. *Bank of Italy Temi di Discussione (Working Paper) No. 1043*, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2757071>.
- Rose-Ackerman, Susan (1978): *Corruption. A Study in Political Economy*. New York: Academic Press.
- Rothstein, Bo (2011): *Quality of Government. Corruption, Socisal Trust and Inequality in International Perspective*. University of Chicago Press.
- Rothstein, Bo with A. Varrach, M.B. Vaz et al. (2014): State-of-the-art Report on Theories and Harmonised Concepts of Corruption. Gothenburg, <http://anticorrupt.eu/wp-content/uploads/2014/10/D1.1-State-of-the-art-report-on-theories-and-harmonised-concepts-of-corruption.pdf>.
- Sallai, Dorottya & Gerhard Schnyder (2019): What makes authoritarian capitalism Authoritarian? The double erosion of the private-public divide in illiberal Hungary. *Manuscript in print*.
- Schwandt, Thomas A. (1994): Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. In: Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (eds.): *Handbook of qualitative research*, pp. 118–137. Thousand Oaks: Sage.
- Stetka, Vaclav (2012): From multinationals to business tycoons: Media ownership and journalistic autonomy in Central and Eastern Europe. *International Journal of Press/Politics*, vol. 17, no. 4, pp. 433–456.
- Tóth, István János & Hajdu Miklos (2018): A korrupció mérési lehetőségei – lehetséges objektív indikátorok bemutatása egy magyar példa alapján. *Magyar Tudomány*, 179. évf. 4. sz. 507–528. o.
- Transparency International Hungary (2011): Corruption Risks in Hungary. National Integrity Study. (Vezető kutató: Hack Péter) Budapest-Berlin. 279 o. <https://transparency.hu/wp-content/uploads/2016/05/CorruptionRisks-in-Hungary-2011-National-Integrity-Study-Full-Report.pdf>.
- Transparency International Hungary (2014): Lifting The Lid on Lobbying: National Report of Hungary Lobbying in an Uncertain Business and Regulatory Environment, Transparency International Magyarország. Budapest. Author: Attila Bartha. Editors: Miklós Ligeti, József Péter Martin & Dóra Rechnitzer. <https://transparency.hu/wp-content/uploads/2016/03/Lifting-The-Lid-On-Lobbying-National-Report-of-Hungary.pdf>.
- Világbank (World Bank Institute) (2000): The Media's Role in Curbing Corruption. *Working paper*. 38 o.
- Világbank (World Bank) (2002): The Right to Tell. The Role of Mass Media in Economic Development. Washington DC. 336 o. <http://documents.worldbank.org/curated/en/957661468780322581/pdf/multi0page.pdf>.

Abstract in English

Sliding Hand-in-Hand: Corruption and Press Freedom in Light of the Hungarian Trends

The first part of this paper discusses the challenges that researchers face when defining and measuring press freedom and corruption. The second part looks into the interplay of media freedom and corruption in general and in Hungary in particular. While both the slide of media freedom and the institutionalisation of corruption are in line with global trends, the Hungarian case evinces some peculiarities. Unfolding these helps us understand why systemic corruption has not been broken in Hungary despite investigative media covering corruption scandals.

Keywords: corruption, press freedom, media

Martin József Péter a Transparency International magyarországi ügyvezető igazgatója, a Budapesti Corvinus Egyetem adjunktusa. Kutatási területe a korrupció és az Európai Unió politikai gazdaságtana, a fejlődés intézményi meghatározottsága. Másfél évtizedes újságírói pályafutás áll mögötte; hat éven keresztül a *Figyelő* főszerkesztőjeként dolgozott.

Schleicher Nóra

Tükröm, tükröm mondd meg nékem!

Gender és vizuális önreprezentáció a Facebookon

E tanulmány magyarországi középiskolás lányok és fiúk vizuális identitáskonstrukcióit hasonlítja össze. Egy reprezentatív kérdőíves kutatásból származó 362 profilkép részletes elemzésével keres választ arra a kérdésre, hogyan jelenítik meg és hozzák létre (gender)identitásukat a tinédzser korosztály képviselői a Facebookon. Az eredmények – a nemzetközi kutatási eredményekkel összhangban – azt mutatják, hogy a fiatalok vizuális önreprezentációja ezen a platformon alapvetően konform. Az életkorra jellemzőnek tartott kísérletezés, normasértés, határátlépés – különösen a lányok esetében – nagyon kevésbé jellemző. A vizuális önmegjelenítés a nőiség és a férfiasság hagyományos ábrázolási formáiból táplálkozik, és újrateremti a társadalmi nemekhez kapcsolódó sztereotipikus jelentéseket.

Kulcsszavak: Facebook, gender, profilkép, identitás, önreprezentáció, vizuális elemzés, tinédzser, közösségi média

1. Bevezetés: Identitás a közösségi médiában

Különböző felmérések rendszeresen vizsgálják a közösségi média használatát és szerepét a magyarországi fiatalok életében (például Bányai et. al. 2016; Be Social 2019). Sokat tudunk arról, hogy melyek a legkedveltebb platformok, és mennyi időt töltenek a fiatalok ezeken a felületeken. Fontos tanulmányok születtek a digitális identitás építésének stratégiáiról is (Fehér 2015, 2017). Kevesebb figyelem irányult azonban a különböző felhasználói csoportok identitáskonstrukciói kapcsán megfigyelhető különbségekre és ezen belül is a gender, azaz a társadalmi nem konstrukciójára (vö. Újhelyi 2014).

E tanulmány tizenéves magyarországi fiúk és lányok identitáskonstrukcióit hasonlítja össze, fókuszba helyezve a Facebookon közzétett profilképek segítségével megvalósított vizuális önreprezentációikat.

A kiberkultúra elterjedésével párhuzamosan fogalmazódtak meg azok a vélemények, amelyek az internetet olyan eszköznek látták, amely megszabadítja az egyént az őt gúzsba kötő kényszerektől (például Turkle 1997, Haraway 1991). E megközelítések szerint az anonimitás védelmében a felhasználók azzá válhattak, akivé csak szerettek volna. A nem, a kor, az etnikum, a külső jegyek kényszerítő adottságok helyett szabadon választható opciókká váltak (vö. Csákvári 2008). A közösségi média logikája azonban más. Bár nem zárja ki az *avatar* mögé rejtőző anonim használatot, lényegi funkcióit a felhasználó csak valódi kilétét vállalva tudja jól használni. Nicole B. Ellison és Danah M. Boyd (2013: 158) definíciója szerint:

„A közösségi hálózati színtér olyan *hálózati kommunikációs platform*, ahol a résztvevők 1) *egyéni*leg azonosítható profillal rendelkeznek, amelynek tartalma a felhasználó, más felhasználók és/vagy a rendszer szolgáltatja adatokból áll össze; 2) a *kapcsolataikat nyilvánosan megjeleníthetik*, mások azokat megtekinthetik és átjárhatják, és 3) tartalmat fogyaszthatnak, hozhatnak létre és/vagy az adott platformon a *kapcsolataik által létrehozott tartalom-folyammal* interakcióba léphetnek” (saját fordításom; kiemelés az eredetiben).¹

¹ „A social network site is a *networked communication platform* in which participants 1) have *uniquely identifiable profiles* that consist of user-supplied content, content provided by other users, and/or system-provided data; 2) can *publicly articulate connections* that can be viewed and traversed by others; and 3) can consume, produce, and/or interact with *streams of user-generated content* provided by their connections on the site.”

Az egyénileg azonosítható profil fontosságát hangsúlyozzák Shanyang Zhao és társai (2008) is, akik éppen ezért a közösségi média világát az anonimitás helyett a „nonimitás”, vagyis a saját névvel vállalt identitás terepének nevezik.

Az azonosítást segítő profilképek, amelyek a közösségi média kínálta összes kommunikációs formában kísérik a felhasználót, lehorgonyozzák, a valódi testhez kötik a virtuális ént, aki így az esetek többségében nemmel (gyakran korral, etnikummal) felruházva jelenik meg a többi felhasználó előtt. Vajon milyen profilképeket választanak identitásuk megjelenítésére azok a fiatalok, akik tinédzserként az identitás keresésének kiemelten fontos időszakában járnak (vö. Erikson 1959)? Mikroszinten megvalósuló vizuális önreprezentációik milyen viszonyban állnak a gender, azaz a társadalmi nem makroszintű kategóriájával? E kérdésekre keres választ e tanulmány.

2. A kutatás: Adatok és módszerek

Az elemzés alapjául szolgáló adatok egy 2012–2013-ban, a Budapesti Metropolitan Egyetem megbízásából végzett, vegyes módszertanon alapuló kutatásból származnak.²

A kutatás első, előkészítő szakaszában két fókuszcsoportos interjút készítettünk Gayer Zoltán kollégámmal közösen szakközépiskolás és gimnazista fiatalokkal. A második fázisban a fókuszcsoportos kutatás eredményeit figyelembe véve egy közösségimédia-használatot vizsgáló kérdőívet állítottunk össze Gayer Zoltánnal és Rétfalvi Györgyivel, amelyet a Forsense Piac- és Közvéleménykutató cég kérdezett le CAPI technikával, többlépcsős, rétegzett mintavételt használva, 612 kelet-, közép- és nyugat-magyarországi középiskolást kérdezve meg.³ A kutatás egyes eredményeit már korábban ismertettük (Rétfalvi 2014, Schleicher 2014a, 2014b, 2018, Galántai 2015).

A kutatás harmadik fázisában a kérdőíves lekérdezés során a megkérdezettek engedélyével begyűjtött 362 Facebook-profilképet és esetenként a hozzájuk kapcsolódó kommenteket elemeztem a multimodális diskurzuselemzés keretrendszerében (vö. Van Leeuwen 2013).⁴

A technológiai akceleráció következményeként a technikai eszközökkel való ellátottságra és eszközhasználatra vonatkozó adatok gyorsan avulhatnak. A Facebookot például az adatgyűjtés idején szinte az összes válaszadó használta (96 százalékuk rendelkezett Facebook-profillal), azóta azonban az új közösségi média platformok megjelenésével és elterjedésével Magyarországon is megkezdődött a fiatalok Facebookról történő részleges elvándorlása. E tanulmány fókuszában ezért már nem az eszközellátottság, a platformpreferencia, a közösségimédia-használat áll, hanem az eddig magyar közegben, reprezentatív mintán még nem vizsgált, a korábbi kutatás során nem elemzett, a technikai eszközhasználatnál és platformpreferenciánál jóval stabilabbnak feltételezett vizuális genderkonstrukció. (vö. Goffman 1979, Hochschild 1983). A reprezentatív mintán alapuló képi elemzés alábbi eredményei a későbbiekben jó összehasonlítási alapul szolgálhatnak az időben zajló potenciális változások és a különböző közösségimédia-platformok esetleges eltérő vizuális gyakorlatai közötti összehasonlításra. A kutatás eredményei részben magyarázatul szolgálhatnak a fiatalok Facebookról történő elvándorlására is.

2 Az adatgyűjtés a „VIADUKT – Vizuális anyanyelvünk, a digitális technológiák és az új média hatásai a kreatív iparágakra és a társadalomra” című, TÁMOP-4.2.2.A-11/1/KONV-2012-0050 azonosítószámú pályázat keretében valósult meg.

3 A mintavételt és kérdőívünk lekérdezését táblagépek segítette személyes lekérdezéssel (CAPI) a Forsense közvélemény-kutató cég hajtotta végre. Mintavételi eljárásuk közlésük szerint a következő volt:

A minta alapjául szolgáló adatbázisban 1 086 magyarországi középiskola adatai szerepeltek. A többlépcsős mintavétel során előbb az intézményeket választották ki, majd az intézmény vezetése által a feladatra kijelölt kompetens személy az előre meghatározott ismérvek alapján választotta ki a megkérdezendő diákokat.

A mintavétel első lépcsőjében az intézményi alapsokaság régiók szerinti felosztása történt meg a következők szerint: Nyugat-Magyarország, Központi Régió, Kelet-Magyarország. Mindhárom régió esetén valószínűségi mintavétellel 15+15 intézményt (címlista + pótcímlista) választottak ki. A 600 fős mintavételi keret, valamint a régióként kiválasztott 15 intézmény mellett iskolánként 12–15 fiatal került a mintába. Mivel a 18 éven aluliak megkérdezéséhez szülői hozzájárulás szükséges, a diákok csak valamelyik szülő által aláírt nyilatkozattal együtt vehettek részt a felmérésben. Az iskolák vezetése által kijelölt felelős személyeket arra kérték, hogy törekedjenek a vizsgálatban résztvevő diákok nem, életkor és tanulmányi eredmény szerinti egyenletes megoszlására.

4 Az anonim lekérdezés során az aktív Facebook-profillal, valamint profilképpel is rendelkező válaszadók 64 százaléka egyezett bele a profilképe lementésébe. (Kérdés: „Lementhetjük további elemzés céljából a profil- és borítóképedet?”) Ez a szám – az adat személyességére tekintettel – meglehetősen magas, ugyanakkor nem lehet kizárni, hogy a 36 százalékos adathiány szisztematikus irányban torzította a mintát.

Galántai Orsolya a *Médiakutató* 2015. őszi számában „Profilkép, többet mond minden szónál” című cikkében már bemutatta a kutatásunk során összegyűjtött profilképek néhány főbb jellemzőjét, ezekre én tanulmányomban már nem térek ki. Az alábbi elemzés a gender konstrukcióját vizsgálva a válaszadó lányok és fiúk vizuális önreprezentációjának hasonlóságaira és különbségeire helyezi a hangsúlyt.

3. Nemzetközi eredmények: Vizuális genderkonstrukciók a közösség médiában

Ahogy arra többen rámutattak, jelenleg a Facebook tekinthető a világ legnagyobb fényképgyűjteményének. Nem meglepő tehát, hogy a vizuális kommunikáció kutatói is rátaláltak erre a könnyen elérhető adatforrásra. Kimondottan az önreprezentáció szempontjából vizsgálta például a Facebook fotógyűjteményeit Andrew L. Mendelson és Zizi Papacharissi (2010).

A feltöltött fotóknak a profilképek csak töredékét alkotják, jelentőségük azonban kiemelt, hiszen a név mellett ennek segítségével azonosítják magukat a felhasználók, és ez a kép kíséri őket a felületen zajló különféle kommunikációs megnyilvánulásaik során. Éppen ezért feltételezhető, hogy kiválasztásuk nagyobb tudatossággal történik, akkor is, ha láttuk, hogy a vizsgált fiatalok jelentős része is gyakran cseréli ezeket a képeket. Ez utóbbi tény arra utalhat, hogy fontosnak tartják identitásukat folyamatos változásában, illetve sokszínűségében megjeleníteni.

Korábbi, profilképek vizsgálatára alapozott és a társadalmi nemeket fókuszba helyező kutatások azt találták, hogy a fiatalok genderkonstrukciói a közösség média világában sem különböznek a hagyományos média polarizált és szexualizált genderkonstrukciótól. Sanja Kapidzic és Susan C. Herring (2015) 400 profilképen vizsgálta a fényképezőgéptől való távolságot, az öltözetet, a pózt és a nézést. Arra voltak kíváncsiak, hogyan jelenítik meg önmagukat a tinédzserek a csetszobákban. A lányok a képeken gyakrabban jelentek meg szexuálisan kihívó ruhában, pózban, közeli képekben, a fiúk felvételei gyakrabban ábrázolták őket távolabbról, ahogy egyenesen a nézőre néznek. Miközben a fekete és a fehér lányok képei alapvetően hasonlítottak egymáshoz, míg a fekete és fehér fiúk képei jobban különböztek.⁵ A fehér fiúk képeinek egy részét az esetükben újdonságnak számító szexualizált ábrázolás, a több testfelületet szabadon hagyó, a testet tárgyiasító megjelenítés jellemezte, míg a fekete fiúk képein hagyományosabb, domináns maszkulinitás jelent meg.

Észtországban Andra Siibak (2009) kérdőíves módszerrel 713 11 és 18 év közötti fiatalot kérdezett arról, hogyan választják ki profilképeiket a legnépszerűbb észt közösségi oldalon (rate.ee). Az eredmények arra utalnak, hogy a lányok képválasztása tudatosabb: a fiúknál fontosabbnak tartják a képek esztétikai, érzelmi, önkifejező és esztétikai-szimbolikus aspektusait is. Úgy tűnik, hogy megjeleníteni kívánt „ideális énjük” (*ideal self*) a hagyományos női nemi szerepekkel és értékekkel való azonosulást mutatja. A népszerűség feltételének gondolták a szép külsőt, a szexi, trendi öltözködést, s így ezt kívánták a képeken is megjeleníteni. A fiúk azonban bevallásuk szerint lazábban kezelték a képválasztást: minden szempontnak kisebb fontosságot tulajdonítottak, mint a lányok.

Adriana M. Manago és munkatársai (2008) a MySpace felhasználóinak fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatával hasonló eredményekre jutottak. Úgy látják, hogy a közösségi médiának fontos szerepe van a vágyott, idealizált szelf felmutatásában, de hangsúlyozzák a fiatal lányokra nehezedő, öntárgyasításhoz vezető társadalmi nyomást.

László Paulina (2012: 96, 100) az online etnográfia módszerével vizsgálta a szerbiai magyar anyanyelvű tinilányok vizuális és verbális önreprezentációját a Facebookon. Eredményei szerint a lányok gyakran látatják magukat kihívó pózokban és ruhákban a „vágy tárgyáiként”, miközben „egy társadalmilag elvárt és kívánatos énképet igyekeznek tökéletesíteni”.

A fenti eredményeket támasztja alá Jane Bailey és munkatársai (2013) kutatása is. Ők a „tipikus tinédzserlány” Facebook-fotóira adott reakciókat vizsgálva azt találták, hogy a válaszadók szerint a siker és a népszerűség feltétele a lányok önszexualizációja és öntárgyasítása. Kutatási alanyaik reakcióiból arra következtetnek, hogy a mediatisztált celebkultúra arra tanítja a lányokat: akkor lehetnek sikeresek, ha vonzóak, bulizósak, és van barátjuk. Ugyanakkor

⁵ A tanulmány szerzői a kódolás során a képeken szereplők bőrszíne és arcvonásai alapján „fekete”, „fehér” és „egyéb” kategóriába sorolták az alanyokat.

a válaszadóik azt is észrevették, hogy a lányok kettős csapdában vannak, hiszen erős kritika tárgyivá is válhatnak „kurvásnak” ítélt viselkedésük miatt.

Jessica Ringrose és Katarina Eriksson Barajas (2011) a fentiek kapcsán már nem pusztán szexualizált ábrázolásról és öntárgyasításról beszél. Arra hívják fel a figyelmet, hogy az egyén szabad választását mindenek felett ünneplő nyugati, neoliberális közegben, a pornográf tartalmak deregulációja és könnyű elérhetősége következményeként a korábban csak erre a műfajra jellemző ábrázolások a peremről a fősodorba kerülnek, a hétköznapi kultúra részeként normalizálódnak. A folyamatot a *pornifikáció* kifejezéssel jelölik.

Susan C. Herring and Sanja Kapidzic (2015) a fenti kutatások alapján is arra a következtetésre jutott, hogy a fiatalok a hagyományos média világának tradicionális genderábrázolását internalizálva a közösségi média világában is ezeket a normákat követik. A normativitást erősíti a mások hasonló profiljaival való állandó találkozás is.

Lássuk, vajon megerősítik-e a fenti eredményeket a magyarországi adatok!

4. Facebook-profilképek genderszemponitú elemzése

Elemzésem során a rendelkezésemre álló 362 darab profilképet 16 különböző szempont szerint vizsgáltam meg és kódoltam.⁶ Kiindulási pontként azok a választások szolgáltak, amelyekkel a profil tulajdonosa és a kép készítője (a két személy a szelfi csoportjában egybeesik) a kép készítése, majd kiválasztása során szembesül. Döntéseket kell hoznia annak, aki a fényképet készíti (távolság, kameraállás stb.), akiről a kép készül (póz, arckifejezés stb.). Elkészítése után a kép választhatóan módosítható, szerkeszthető. Végül döntés kérdése az is, hogy a számos lehetséges fotó közül melyiket választja profilképéül a tulajdonos. Ezek a választások – akár tudatosak, akár nem – jelentést hordoznak, az elemzés célja tehát e jelentések feltárása. A vizsgált szempontok a következők voltak:

1. Van-e borítókép a profilkép mellett?
2. Ki/mi szerepel a profilképen?
3. Ha láthatók emberek a képen, akkor összesen hányan vannak?
4. A profilkép tulajdonosa milyen feltételezhető viszonyban van a képen esetleg szereplő más személyekkel?
5. Mennyi látszik a főalakból?
6. Milyen az arckifejezése?
7. Kire, hogyan néz?
8. Milyen öltözetet visel?
9. Milyen helyszínen készült a kép?
10. Külső vagy belső helyszínen készült a kép?
11. Van-e a képnek elmondható története?
12. Vajon szelfi-e a kép?
13. Felvett-e valamilyen pózt a fényképezéshez a főalak?
14. Mennyire szerkesztett/ módosított utólag a kép?

Végül az utolsó két vizsgált kategória a képek eddig külön-külön vizsgált elemeit együttesen tekintve a vizuális identitáskonstrukció normativitására kérdez rá. Normának az adatokból kiindulva a többség által használt, tehát tipikusnak tartható ábrázolásmódot tekintem. Azt vizsgálom, hogy a képek hány százaléka tér el az ily módon normának tekintett átlagos ábrázolásmódtól, azaz:

15. Mennyiben felel meg a kép a többségi képek konstruálta normativitásnak?
16. Mennyiben felel meg a kép a többségi genderábrázolásnak?

Az alábbiakban egyenként mutatom be a fenti vizsgálati szempontokat.

⁶ Ezúton szeretnék hálás köszönetet mondani Lőrincz Dalmának az adatrögzítésben nyújtott nagy segítségéért és az adatelemzéshez nyújtott tanácsaiért.

4.1. Van-e borítókép?

A borítókép meglete nagyobb önkifejezési vágyról, tudatosabb közösségi média használatról tanúskodhat. Mendelson és Papacharissi (2010) főiskolások, egyetemisták FB-n fellelhető képeit vizsgálva azt találta, hogy a lányok összességében több képet osztanak meg. Ez összhangban van a korábban már idézett eszt kutatással is (Siibak 2009), amely szerint a lányok képválasztása tudatosabb, a képek esztétikai értékének is nagyobb fontosságot tulajdonítanak. Veszelszki Ágnes (2013) megfigyelése szerint a profilképek és a borítóképek különbözhetnek egymástól: a borítóképek gyakrabban szimbolikus, nonfiguratív jellegűek.

Esetünkben a fiúk 83 százaléka, a lányok 90 százaléka válaszolt igennel arra a kérdésre, hogy van-e borítóképe. A különbség a két nem között ebben a dimenzióban nem bizonyult szignifikánsnak. Térjünk most át a profilképek vizsgálatára.

4.2. Ki van a képen?

A messze leggyakoribb ábrázolásmód az, amikor a profilképen egyetlen ember, nagy valószínűséggel a profil tulajdonosa látható (262 kép, 72,4 %). A második leggyakoribb esetben a kép két hasonló korú, de ellentétes nemű fiatal ábrázol (35 kép, 9,7 %). Más képeken két azonos nemű fiatal (19 kép, 5,3 %), illetve két különböző korú ember (rokonok?) (6 kép, 1,7 %), esetleg kettőnél több ember (például sportcsapat) (8 kép, 2,2 %) szerepel a profilképen. A képek 8,9 százalékán (32 kép) nem ember, hanem például állat, fiktív figura, sztár képe, egy tárgy, egy művészeti alkotás stb. látható. Bár mindkét nem képviselői a leggyakrabban egyedül szerepelnek a profilképükön, a képválasztásban szignifikáns különbségek is mutatkoznak (lásd az 1. táblázatot). A fiúk lényegesen gyakrabban, a képek 11,8 százalékán posztolnak olyan profilképet, amelyen egyáltalán nem szerepel ember; identitásukat e képeken sokszor sztereotipikusan férfias tárgyak, például autók képei segítségével jelenítik meg. Ugyanakkor – a kutatói várakozásoknak ellentmondóan – a fiúk a lányoknál némileg gyakrabban jelennek meg ellentétes nemű fiatalal, feltételezhetően párjukkal együtt a profilképükön.

1. táblázat
Ki szerepel a képen? (%)

	egy ember	ketten (különböző neműek)	ketten (azonos ne- műek)	ketten (különböző korúak)	többen (csapat)	állat	élettelen
férfi	65,2	11,2	5,1	2,2	3,9	0,6	11,8
nő	79,3	8,2	5,4	1,1	0,5	2,2	3,3

$$p=0,000$$

Az alábbiakban azt vizsgáljuk, hogy ha valaki megjelenik a profilképén, vajon milyen formában teszi ezt: mennyi látszik belőle, milyen az arckifejezése, kire néz és mit visel, mit csinál és milyen helyszínen készül róla a kép.

Gunther R. Kress és Theo van Leeuwen (1996) szerint a kamera alanytól való távolságának fontos jelentése van: a közeli, elsősorban az arcot mutató képek azt sugallják, hogy a néző szorosabb, intimebb viszonyban van a kép szereplőjével, míg a távolabbról fényképezett, egész alakos képek fizikai és érzelmi távolságot sugallnak. Jól látható, hogy míg mind a lányok, mind a fiúk a legszívesebben a középutas, az alanyt deréktól felfele ábrázoló képet választanak, a lányok az átlagnál gyakrabban használnak arcképet, a fiúk egész alakos képet (lásd a 2. táblázatot).

2. táblázat
Mennyi látszik a főalaktól? (%)

	egész alak	deréktől felfele	fej	egyéb
férfi	18,5	44,9	23	13,5
nő	13	45,1	35,3	6,5

$p=0,011$

A legnagyobb különbség a nemek között az arckifejezésben mutatkozott (lásd a 3. táblázatot). A lányok sokkal gyakrabban posztoltak magukról mosolygós, a fiúk pedig komoly képet. A lányokat ábrázoló képek kis töredékénél megjelent a csücsörítő szájtartás, míg a fiúk a lányoknál gyakrabban grimaszoltak a képen.

Marianne LaFrance, Marvin A. Hecht és Elizabeth Levy Paluck (2003) 162 olyan kutatás metaelemzését végezte el, amely a nem és a mosolygás mennyisége közti összefüggést vizsgálta. Eredményeik szerint bizonyítottnak tekinthető, hogy a nők és a lányok többet mosolyognak, mint a férfiak és a fiúk. A legnagyobb különbséget éppen az általam is vizsgált tizenéves korosztály esetében lehetett kimutatni. Ugyanakkor azt is megállapították, hogy a mosolygás mennyiségére számos tényező – így a már említett koron kívül több kulturális és szituációs tényező – is nagy hatást gyakorol. Ez azt igazolja, hogy a mosolygás alapvetően tanult viselkedési forma; a lányok gyakoribb mosolyát a normatív női szerepnek való megfelelés vágya motiválhatja. Arlie Hochschild (1983) például a nők szocializációját a szolgáltatóiparban dolgozókéhoz hasonlítja, akiktől – például a légikísérőktől és pincérektől – elvárt az állandó mosolygás.

3. táblázat
Milyen a főalak arckifejezése? (%)

	komoly	mosolygós	grimaszoló	csücsörítő	nem értelmezhető
férfi	46,1	19,1	6,7	0	28,1
nő	27,7	52,7	3,3	3,3	13

$p=0,000$

Az arckifejezés üzenetéhez a száj tartásán túl a fej tartása, a szem kifejezése, a nézés iránya is jelentős mértékben hozzájárul. Erving Goffman már 1979-es munkájában felhívta a figyelmet arra, hogy reklámlakátokon előszeretettel ábrázolják a nőket oldalra hajtott fejjel, felfele irányuló tekintettel, amely pozíció csábítónak értelmeződik a befogadó számára. Kress és Leeuwen (1996) szerint a képeken a nézőre fentről lefele irányuló tekintet követelést, az alulról felfele irányuló tekintet felajánlkozást jelent. Philip Bell (2001: 31) Goffman, valamint Kress és Leeuwen korábbi munkáira támaszkodva négy viselkedéstípust különböztet meg a képen szereplő fejtartása, nézése, mosolya alapján. Ezek a következők:

- Felajánlás/ideál (*offer/ideal*): a kép szereplője idealizált példaként jeleníti meg magát, a távolba révedve.
- Követelés/kapcsolat (*demand/offer*): a kép szereplője mosolyogva, közvetlenül egyenesen a nézőre néz, egyenlőségben alapuló kapcsolatot teremtve vele.
- Követelés/alávetés (*demand/submission*): a szereplő mosoly nélkül, felülről lefele tekint a nézőre.
- Követelés/csábítás (*demand/seduction*): a szereplő mosolyogva vagy elnyílt szájjal, megdöntött fejjel, oldalról néz a nézőre.

Adatainkból az látszik, hogy a legtöbb képen a fiúk és a lányok is egyenesen a nézőre néznek, egyenlőségen alapuló kapcsolatot sugallva ezzel. Ugyanakkor szignifikáns a nemek közötti különbség az egyéb választások esetén (lásd a 4. táblázatot). A lányok gyakrabban néznek oldalról vagy alulról a nézőre, ami – a gyakoribb mosollyal párosulva – az alárendelő, csábító megjelenés viszonylagos gyakoriságára utal. A fiúk gyakran néznek a távolba, a komoly arckifejezéssel; távolabbi felvételekkel párosulva ez a nézőtől való távolságot, a nézővel közvetlenül kapcsolatba lépni nem kívánó attitűdöt sugall.

4. táblázat
Kire néz a főalak? (%)

	nézőre szemből	nézőre oldalról	nézőre alulról	elnéz	szelfi	amit csinál	csukott szem	nem értelmezhető
férfi	48,3	6,2	1,1	11,2	7,9	5,1	2,8	17,4
nő	45,1	23,4	6	6	8,2	2,7	0,5	8,2

$p=0,000$

A képen viselt öltözet is fontos információforrás, amellyel korábbi tanulmányok is foglalkoztak; különösen a fiatalok szexuálisan kihívó öltözködése került a figyelem középpontjába. Kapidzic és Herring (2015) például azt találta, hogy mind a fehér, mind a fekete lányok gyakran jelentek meg mélyen kivágott, a hasat vagy a felső combot szabadon hagyó, illetve fürdőruhás öltözetben a profilképükön. A fehér fiúk is megjelentek alkalmanként fürdőruhás vagy félmeztelen képeken, míg a fekete fiúkra a teljes felöltözöttség volt a jellemző. Az általam vizsgált képeken is megjelenik a nagyobb testfelületet megmutató öltözet, mind a lányok, mind a fiúk esetében (lásd az 5. táblázatot). Bár a legtöbb fiatal hétköznapi viseletben (például póló, farmer) látható, a lányok jelentős számban választottak olyan profilképet, amelyen mélyen kivágott felsőt viseltek. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy az intim viselet (fehérnemű, fürdőruha, fiúknál meztelen felsőtest) a fiúk esetében volt gyakoribb, ahogy az „egyenruha” viselete is. Ez utóbbi kategóriába a csoporthoz való tartozást kötött, egyenfelszereléssel jelölő öltözet (tehát például sportmez vagy népviselet) is beletartozott. Az elegánsnak (fiúk esetében ing, nyakkendő, lányoknál ruha) címkézett viselet viszonylag ritkán fordult elő. A kérdés természetesen a csak arcképet mutató vagy személy nélküli képek esetében nem volt értelmezhető.

5. táblázat
Mit visel a főalak? (%)

	hétköznapi	intim	elegáns	dekoltált	„egyenruha”	nem értelmezhető
férfi	55,1	8,4	4,5	0,6	5,6	25,8
nő	34,8	2,7	12	17,9	1,1	31,5

$p=0,000$

A nyilvános szféra vs. privát szféra ellentétpár gyakran értelmeződik a társadalmi nemhez kapcsolódóan (vö. például Gal 2002). Ebben a megközelítésben a nyilvános terek inkább a „férfihoz”, a privát terek inkább a „nőhöz” kötődnek. Bár a kép készítésének pontos helyszíne a profilképek többségén nem ismerhető fel, számos esetben eldönthető, hogy a kép kinti (nyilvános) vagy benti (privát) helyszínen készült. A vizsgált profilképek alapján ebből a szempontból azonban nincs szignifikáns különbség a lányok és a fiúk képei között. Mindkét nemhez tartozók azonos arányban jelennek

meg lakásban, illetve természetben fotózva, bár elmondható, hogy a fiúk a lányoknál kicsit gyakrabban jelennek meg az utcán vagy valamilyen nyilvános helyen (például étteremben) a fotókon.

A profilképek egy része – elsősorban azok, amelyek cselekvés közben ábrázolják a kép szereplőit – valamilyen történetet mesél el (lásd a 6. táblázatot). A fiúk képeinek többségéhez kapcsolható ilyen történet, a lányok képei gyakrabban statikusak és kontextus nélküliek (például csak egy arcot ábrázolnak), így történet jóval ritkábban kapcsolható hozzájuk. A lányok önmagukat inkább az arcukkal, testükkel jelenítik meg, míg a fiúk identitáskonstrukciója gyakrabban épül valamilyen cselekvés megjelenítésére. (Például a profilkép sportolás közben mutatja a tulajdonosát.)

6. táblázat
Történetet ábrázol-e a kép? (%)

	van történet	nincs történet	nem értelmezhető
férfi	53,4	39,3	7,3
nő	33,2	66,8	0

$p=0,000$

Az alábbiakban a kép szereplőiről áttérünk a képek szerkesztésének, megkomponáltságának vizsgálatára. Először vizsgáljuk meg, milyen arányban tekinthetők szelfinek a fotók.

A vizsgált profilképek esetében nem mindig dönthető el egyértelműen, hogy valóban szelfi készült-e, így csak azokat soroltam ebbe a kategóriába, amelyeken a fényképezőgép/telefon a tükörhasználat miatt maga is látszik. A „talán” kategóriába azok a képek kerültek, amelyeken a kép közelsége és az arckifejezés (kamerába néző tekintet) arra utal, hogy szelfi lehet a kép, de a kamera maga nem látszik. A harmadik kategóriába azok a fotók kerültek, amelyeken a távolság és/vagy a beállítás egyértelművé teszi, hogy nem szelfiről van szó. Korábbi kutatásokhoz hasonlóan (Dhir et.al. 2016) a magyar adatok is arra utalnak, hogy a lányok a fiúknál szignifikánsan gyakrabban készítenek és posztolnak szelfit magukról (lásd a 7. táblázatot).

7. táblázat
Szelfi-e a kép? (%)

	igen	nem	talán	nem értelmezhető
férfi	9,6	61,2	17,4	11,8
nő	12,5	51,1	33,2	3,3

$p=0,000$

A következő kategória segítségével azt vizsgáltam, vajon a profilkép tulajdonosa felvett-e valamilyen pózt – például homorít-e – a fényképezés kedvéért, vagy egyszerűen csak hagyta, hogy egy adott tevékenység közben vagy egy adott helyszínen lefényképezzék. Mivel a képek kategorizálásának alapja ebben az esetben a fent tárgyalt kategóriáknál sokkal szubjektívebb, így kollégáim, Rétfalvi Györgyi segítségével egymástól függetlenül az összes képen dupla kódolást végeztünk.⁷

7 Ezúton szeretnék hálás köszönetet mondani Rétfalvi Györgyinek a képek dupla kódolásában nyújtott nagy segítségéért.

Véleményünk az esetek 80 százalékában egyezett; a maradék 20 százalékról közösen döntöttünk. Az eredmények azt mutatják, hogy a lányok nagyobb valószínűséggel vesznek fel valamilyen pózt a profilképükön, ami arra utal, hogy a fiúknál nagyobb fontosságot tulajdonítanak a megjelenésüknek (lásd a 8. táblázatot).

8. táblázat
Pózol-e a főalak? (%)

	igen	nem	nem értelmezhető
férfi	44,4	43,3	12,4
nő	65,2	31,5	3,3

$p=0,000$

kódolók közti egyetértés (intercoder reliability) 80%

A képre fordított figyelmet nemcsak a lefényképezett testtartása, mimikája jelzi, hanem a kép megkomponáltságának, illetve a rajta végrehajtott módosításoknak a foka is. A következő kategória azt vizsgálja, vajon milyen fokú tudatosság kapcsolható a kép megalkotásához: látható-e rajta, hogy tudatosan megkomponálták a felvételt, használtak-e különféle jól-látható effekteket (például fekete-fehér kép, sokszorozás, tükrözés), esetleg igazolványképet vagy profi stúdió felvételét használta profilképnek a tulajdonos (lásd a 9. táblázatot). Mivel a képek kategóriákba sorolása itt is erősen szubjektív, ebben az esetben is a dupla kódolás módszerét alkalmaztuk; a megbízhatóság 80,5 százalékos volt. Az eredmények ismét arra utalnak, hogy a lányok nagyobb tudatossággal, több energiát befektetve készítik, válogatják a posztolni szánt profilképet. Ahogy arra Siibak (2009) is rámutatott: a képek esztétikai aspektusa is fontosabb számukra, mint a fiúk számára.

9. táblázat
Képszerkesztés (%)

	nincs szerkesztve	megkomponált	effektek	igazolvány	profi	nem értelmezhető
férfi	35,4	34,8	13,5	4,5	0,6	11,2
nő	19	48,4	26,1	3,8	1,1	1,6

$p=0,000$

kódolók közti egyetértés (intercoder reliability) 80,5 %

Az utolsó két vizsgált kategória a kvalitatív elemzés felé elmozdulva és a képek eddig külön-külön vizsgált elemeit együttesen tekintve a vizuális identitáskonstrukció normativitására kérdez rá, azaz azt vizsgálja, a képek hány százaléka tér el a normának tekintett átlagos ábrázolásmódtól.

A korábbi kutatások kiemelten foglalkoztak bizonyos deviánsnak tekintett viselkedések képi megjelenítésével a közösségi média felületein. Így nagy figyelmet kaptak a fiatalokat alkoholfogyasztás közben vagy láthatóan részeg állapotban ábrázoló képek, az erőszakra utaló (például fegyvert ábrázoló) és a szexualizált ábrázolások (például csókolózó, ölelkező pár, ágyban, intim öltözékben készült felvételek), így ezeket a kategóriákat én is megtartottam. A „lázado” címét azok a képek kapták, amelyek ugyan nem tartalmaztak az alkoholfogyasztásra, a szexualitásra vagy az erőszakra vonatkozó direkt utalásokat, mégis a fennálló renddel szembeni kihívásként voltak értelmezhetőek

a gesztus (például a középső ujj felmutatása), az arckifejezés (például kiöltött nyelv), a kontextus, felirat, filmes utalás stb. alapján. Végül az „eltérő” címkét kapták azok a képek, amelyek – bár nem voltak egyértelműen lázadóak – az átlagos ábrázolástól eltértek, például hátulról vagy teljesen eltakart arccal jelenítették meg a kép szereplőjét. A besorolás szubjektivitása miatt itt is dupla kódolást végeztünk, és az egyezés meglepően magas, 88 százalékos volt.

A lányok és a fiúk között szignifikáns különbség mutatkozott az ábrázolásmód normativitása szempontjából (lásd a 10. táblázatot). Bár a fiúknál is a konform ábrázolás jelent meg a legtöbbször, az eltérő és a deviáns viselkedés ábrázolása esetükben jóval gyakoribb volt. A fiúk identitáskonstrukciójában a normasértés tehát nagyobb szerepet játszott.

10. táblázat
Normativitás (%)

	konform	eltérő	lázádo	szexualitás	erőszak	alkohol
férfi	38,8	36,5	14	3,9	3,9	2,8
nő	70,7	21,2	3,8	3,3	0	1,1

$$p=0,000$$

kódolók közti egyetértés (intercoder reliability) 88%

Az utolsó kategória a kép egészét tekintve vizsgálja a gender konstrukcióját (lásd a 11. táblázatot). Ebben a megközelítésben a profilkép kiválasztása és közzététele a Facebookon olyan performatív aktus, amely nemileg is értelmezett, így hozzájárul a társadalmi nem konstrukciójához. Egy képet akkor soroltam a *konform* kategóriába, ha a sztereotipikus férfiasság/nőiesség képi ábrázolásának megfelelt, akkor került az *eltérő* kategóriába, ha ezekkel a sztereotipikus elvárásokkal szembement, és akkor került a *semleges* kategóriába, ha a kép értelmezésén semmit nem változtatott volna, ha minden egyebet változatlanul hagyva főszereplőjét egy ellentétes nemű főszereplővel cseréljük ki. Például egy megdöntött fejű, nézőre alulról felfele tekintő, mosolygó lányt ábrázoló kép a konform kategóriába került, míg ha ugyanezen a képen ugyanígy egy fiú szerepelt volna, akkor a kép az eltérő kategóriába került volna. Egy a nézőre szemből tekintő, semmilyen nemre utaló jelet nem tartalmazó kép pedig a semleges kategóriába került, hiszen főszereplője egyaránt lehet lány vagy fiú. Az összes kategória közül ez bizonyult a legszubjektívebbnek: a két kódoló közötti egyezés csak 75,8 százalék, az eredmények tehát csak fenntartásokkal értelmezhetőek. Mégis úgy tűnik, hogy a nőiesség képi jelölése jóval gyakoribb, mint a férfiasság jelölése. A semleges ábrázolás gyakorisága a fiúk esetében arra utal, hogy a közösségi média képi világában is a „nő” a jelölt kategória, a nőiesség tehát a semleges férfinormától való eltérésként jelenik meg. Mind a fiúk, mind a lányok esetében alacsony az eltérő kategóriába sorolt képek száma, ami arra utal, hogy a sztereotipikus férfiasságnak és nőiességnek explicit módon ellentmondó képválasztás ezen a platformon igen ritka.

11. táblázat
Genderábrázolás (%)

	konform	semleges	eltérő	nem értelmezhető
férfi	37,6	47,2	11,2	3,9
nő	70,1	22,3	4,3	3,3

$$p=0,000$$

kódolók közti egyetértés (intercoder reliability) 75,8%

5. Következtetések

A fenti adatok fényében összességében azt lehet mondani, hogy a magyar tinédzserek önreprezentációja – a nemzetközi kutatási eredményekkel összhangban – a Facebook-profilképeiken alapvetően konform, a társadalmi elvárásoknak és a genderhez kapcsolódó sztereotipikus jelentéseknek nagymértékben megfelelő. Az életkorra jellemzőnek tartott kísérletezés, normasértés, határátlépés különösen a lányok esetében nagyon kevésbé jellemző. A képeken döntően „jó kislányok” és „jó kisfiúk” jelennek meg, a vizuális ábrázolás a nőiesség és férfiasság hagyományos ábrázolási formáiból táplálkozik, és újraterteti a társadalmi nemekhez kapcsolódó sztereotipikus jelentéseket. A fenti állításoknak részben ellentmondó egyetlen adat a heteroszexuális, romantikus párkapcsolat vizuális (és a hozzá kapcsolódó érzelmek – e tanulmányban nem vizsgált – nyílt verbális) megjelenítésének viszonylagos gyakorisága a fiúk esetében. Ez a jelenség feltétlenül további kutatásra érdemes. Ahogyan vizsgálni kell a korábban már említett 36 százalékos adathiány lehetséges torzító hatását is, elképzelhető ugyanis, hogy a normasértő profilképpel rendelkezők az átlagnál kisebb valószínűséggel egyeztek bele profilképük lementésébe.

A nagyfokú konformitás magyarázatának keresésekor fontos hangsúlyozni az identitás megjelenítésének alapvetően interszjektív jellegét. Az offline világhoz hasonlóan kiemelten fontosak a „mások” visszajelzései. A képekhez fűzött kommentek elemzése azt mutatják, hogy a sztereotipikus nőiesség vizuális hangsúlyozása például pozitív visszajelzéseket generál, s így megerősítésként funkcionál. A sok egyforma kép tömeges jelenléte szintén ebbe az irányba hathat.

Az offline világtól eltérően ugyanakkor az önmegjelenítés közönsége általában a közösségi médiában és különösen a Facebookon sokkal heterogénebb, mint az offline tér legtöbb helyszínén. A tény, hogy képeinket befogadó „ismerőseink” között egyaránt megtalálhatóak barátaink, szüleink, tanáraink stb., feltehetően szintén a konformitásnak kedvez (vö. Schleicher 2018). Ez a közönség heterogenitásából fakadó, a képeken is megnyilvánuló konformitáskényszer motiválhatja egyebek között a fiatalok Facebookról történő, korábban már említett elvándorlását.

Végül az identitásról létrehozott reprezentációhoz a rendszer maga is hozzájárul egyrészt a megjelenített adatokkal (például az ismerősök számával), másrészt a megjeleníthető tartalmakra (és azok nyilvánosságára) vonatkozó politikájával (például a meztelen képek tiltásával), harmadrészt pedig a képek megőrzésére, kereshetőségére, láthatóságára vonatkozó technikai lehetőségeivel. Érdemes tehát vizsgálni, hogy az eltérő technikai lehetőségeket kínáló és eltérő közönségekkel rendelkező különböző közösségi média-felületek vajon mennyiben különböznek az identitás és ezen belül a genderidentitás reprezentációja/konstrukciója szempontjából.

A fent bemutatott eredmények alapján tehát nem azt állítom, hogy a fiatalok viselkedése általában (gender)konform, hanem azt, hogy a kutatás számára hozzáférhető profilképek elemzése arra utal: a Facebook mikrovilága alapvetően a (gender)konform önreprezentációknak kedvez.

Fontos vizsgálandó kérdés az is, hogy vajon a fenti állításokat mennyiben módosítja egyéb demográfiai tényezők (etnikum, iskolatípus, településtípus stb.) figyelembe vétele. E kérdések megválaszolása azonban további kutatásokat igényel.

Irodalom

- Bailey, Jane, Valerie Steeves, Jacquelyn Burkell & Priscilla Regan (2013): Negotiating With Gender Stereotypes on Social Networking Sites: From “Bicycle Face” to Facebook. *Journal of Communication Inquiry*, vol. 37, no. 2, pp. 91–112.
- Bányai, Fanni; Ágnes Zsila, Orsolya Király, Anikó Maraz, Zsuzsanna Elekes, Mark D. Griffiths, Cecilie Schou Andreassen & Zsolt Demetrovics, (2016): Problematic social media use: Results from a large-scale nationally representative adolescent sample. *PLoS ONE*, vol. 12, no. 1, <https://journals.plos.org/plosone/article/file?type=printable&id=10.1371/journal>.
- Be Social (2019): Magyar tinik a neten https://besocial.hu/magyar_tinik_a_neten/be_social_Magyar_Tinik_a_Neten_2019_02_13_grafikonok.pdf.
- Bell, Philip (2001): Content analysis of visual images. In: Theo van Leeuwen & Carey Jewitt (eds.): *Handbook of visual analysis*, pp. 10–34. London: Sage.
- Csákvári József (2008): Avatarkultúra. A digitális identitás természete és jelentősége *Jel-Kép*, 2. sz. 21–34. o.
- Dhir, Amandeep, Ståle Pallesen, Torbjørn Torsheim & Cecilie Schou Andreassen (2016): Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? *Computers in Human Behavior*, Volume 63, October, pp. 549–555.
- Ellison, Nicole B. & Danah M. Boyd (2013): Sociality through Social Network Sites. In: William H. Dutton (ed.): *The Oxford Handbook of Internet Studies*, pp. 151–172. Oxford: Oxford University Press.
- Erikson, Erik H. (1959): *Identity and the Life Cycle*. New York: Norton.
- Fehér Katalin (2015): Milyen stratégiák mentén épül fel a digitális identitás? Második feltáró kutatási szakasz: vállalatvezetők és döntéshozók. *Médiakutató*, 16. évf. 2. sz. 25–38. o.
- Fehér Katalin (2017): A digitális identitás a személyes és a szakmai stratégiában. A téma szakirodalmának változó trendjei, valamint összehasonlító kutatási eredmények közép/kelet-európai és délkelet-ázsiai mintán. *Médiakutató*, 18. évf. 3. sz. 9–20. o.
- Gal, Susan (2002): A Semiotics of the Public/Private Distinction. *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, vol. 13, no. 1, Spring, pp. 77–95.
- Galántai Orsolya (2015): Profilkép: többet mond minden szónál. *Médiakutató*, 16. évf. 3. sz. 67–79. o.
- Goffman, Erving (1979): *Gender Advertisements*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Haraway, Donna (1991): *Simians, cyborgs, and women: The reinvention of nature*. New York: Routledge.
- Herring, C. Susan & Sanja Kapidzic (2015): Teens, Gender, and Self-Presentation in Social Media In: James D. Wright (ed.): *International encyclopaedia of social and behavioral sciences*, 2nd ed., pp. 146–152. Oxford: Elsevier.
- Hochschild, Arlie (1983): *The managed heart: Commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press.
- Kapidzic, Sanja & Susan C. Herring (2015): Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, vol. 17, no. 6, pp. 958–976.
- Kress, Gunther R. & Theo van Leeuwen (1996): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge.
- LaFrance, Marianne, Marvin A. Hecht & Elizabeth Levy Paluck (2003): The Contingent Smile: A Meta-Analysis of Sex Differences in Smiling. *Psychological Bulletin*, vol. 129, no. 2, pp. 305–334.
- László Paulina (2012): Posztolok, tehát vagyok (?) Serdülőkorú lányok Facebookos önreprezentációja. *TNT(e)F*, 2. évf. 3. sz. 83–101. o.
- Manago, Adriana M., Michael B. Graham, Patricia M. Greenfield & Goldie Salimkhan (2008): Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, vol. 29, pp. 446–458.
- Mendelson, Andrew L & Zizi Papacharissi (2010): Look at us: Collective Narcissism in College Students Facebook Photo Galleries In: Zizi Papacharissi (ed.) *The Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*, pp. 251–273. London: Routledge.
- Rétfalvi, Görgyi (2014): Mediatization of the Youth: the Use of Social Media among Hungarian Teenagers. *Zeszyty Prasoznawcze*, vol. 57, no. 2, pp. 422–433.
- Ringrose, Jessica, & Katarina Eriksson Barajas (2011): Gendered risks and opportunities? Exploring teengirls’ digitized sexual identity in postfeminist media contexts. *International Journal of Media and Cultural Politics*, vol. 7, no. 2, pp. 121–38.

- Schleicher, Nóra (2018): blocking, double profiles: audience segmentation on Facebook. *International Journal of Pedagogy, Innovation and New Technologies*, vol. 5, no. 2, pp. 22–32.
- Schleicher Nóra (2014a): 'Népmese lett belőle' Pletyka és zaklatás a közösségi média világában. In: *BKF Annales*, 231–235. o. Budapest: Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola.
- Schleicher Nóra (2014b): Községi média használat magyar középiskolások körében: Facebook 'barátok' és digitális identitás. In: Pupek Emese (szerk.): *Művészet és technikai civilizáció*, 34–48. o. Hódmezővásárhely: BKF.
- Siibak, Andra (2009): Constructing the self through the photo selection. Visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, vol. 3, no. 1, art. 1.
- Turkle, Sherry (1997): *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Touchstone.
- Újhelyi Adrienn (2014): A Facebook szociálpszichológiája. Szakirodalmi összefoglaló. *Alkalmazott Pszichológia*, vol. 14, no. 1, pp. 113–132.
- Van Leeuwen, Theo (2013): Critical Analysis of Multimodal Discourse. In: Carol Chapelle (ed.): *Encyclopaedia of Applied Linguistics*, pp. 1–5. Oxford: Wiley-Blackwell
- Veszelszki Ágnes (2013): Énreprezentáció. *E-nyelv.hu* <http://e-nyelvmagazin.hu/2013/09/10/enreprezentacio/>.
- Zhao, Shanyang; Sherri Grasmuck & Jason Martin (2008): Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behaviour*, vol. 24, pp. 1816–1836.

Abstract in English

Mirror, mirror on the wall, who is the fairest of them all? Gender and visual self-representation on Facebook

The paper examines the identity construction of Hungarian secondary school students from the perspective of gender. It focuses on their visual self-representation performed through their Facebook profile photos. In line with previous international research, the detailed analysis of 362 Facebook profile photos originating from a representative survey shows that visual self-representations are typically conform and meet social expectations and stereotypical meanings attached to gender. Experimentation, norm breaking and boundary crossing, often thought to be characteristic of this age group, were not at all typical of the profile photos, especially with girls. Visual representations were rooted in traditional representations of femininity and masculinity, and reconstructed stereotypical meanings attached to gender.

Keywords: Facebook, gender, profile photo, identity, self-representation, visual analysis, teenager, SNS

Schleicher Nóra angol és magyar irodalmat és nyelvészetet, majd szociológiát tanult az Eötvös Loránd Tudományegyetemen. 2004-ben PhD fokozatot szerzett, 2016-ban habilitált az ELTE Társadalomtudományi Karán. 2005 óta a Budapesti Metropolitan Egyetem (korábban BKF) tanára, egyetemi docens. 2019-ben a Jyväskylä Egyetem vendégkutatója. Fő érdeklődési területe a nyelvészociológia; a nyelv, a hatalom és az identitás viszonyát kutatja. Publikációi jelentek meg egyebek között a kétnyelvűség, a társadalmi nem és nyelvhasználat, a narratív identitás témáiban. Email: nschleicher@metropolitan.hu

Veszelszki Ágnes – Falyuna Nóra

Az áltudományosság leleplezése érveléstechnikai-nyelvészeti eszközökkel

A folyamatosan változó információs és médiakörnyezetben az áltudományos tartalmak gyorsan és széles körben képesek terjedni, így különösen fontossá válnak azok az elemzések, amelyek támpontot adhatnak a megtévesztő szövegek felismeréséhez. E munkában három esettanulmányon keresztül (laposföld-elmélet, oltásellenesség, parazitafertőzés) mutatjuk be az interneten terjedő áltudományos tartalmak egyes nyelvi-érveléstechnikai jellemzőit, és ezáltal az áltudományosság azonosításához, a megbízhatatlan információk felismeréséhez használható elemzési szempontokat kínálunk. A tanulmány a vonatkozó szakirodalom, illetve a saját oktatói gyakorlatunk alapján összeállított kritikus kérdések listájával zárul. Célunk mindezzel rávilágítani arra, hogy az információhitelesség vizsgálatakor az áltudományos tartalmak nyelvi-érveléstechnikai vonásainak elemzése hozzájárulhat a kritikai készségek fejlesztését célzó kommunikációs-pedagógiai módszertár bővítéséhez.

Kulcsszavak: áltudomány, álhír, digitális kommunikáció, közösségi média, médiatudatosság, tudománykommunikáció, megtévesztés, kritikai készségek, érveléstechnika, terminológia

1. Bevezető

Oltásellenesek, laposföldhívók, homeopátiarajongók – csak három példa a napjainkban az interneten járványszerűen terjedő áltudományos nézetrendszeréből. Hogyan képesek ezek a tartalmak „a tudomány hitelességének stopposaként” (Blancke et al. 2018: 133) fennmaradni és a digitális technológia felhasználásával igen széles körben terjedni?

A megváltozott információs és médiakörnyezet hatást gyakorol egyebek között a megtévesztő és az áltudományos tartalmak gyors és széles körű terjedésére is, így különösen fontossá válik a digitális intelligencia és a médiakompetencia azon részkészségeinek fejlesztése, amelyek az információk azonosításában, kezelésében és kritikus értékelésében segítenek. Tanulmányunkban előbb az interneten terjedő áltudományos tartalmak nyelvi-érveléstechnikai jellemzőit mutatjuk be három eseten keresztül, majd ezek által olyan elemzési szempontokat kínálunk, amelyek segítségével felismerhető az áltudományosság. Tanulmányunk célja rámutatni arra, hogy a hitelesség, a megbízhatóság vizsgálata során érdemes feltárni az áltudományos tartalmak jellemző vonásait, ami hozzájárulhat a kritikai készségek fejlesztéséhez.

2. Áltudományosság

2.1. Az áltudományosság definíciói és jellemzői

Az áltudományosság (*pseudoscience*) fogalma olyan megállapításokra, tanításokra, elméletekre, gyakorlatokra és intézményekre vonatkozik, amelyek állításuk szerint tudománnyal foglalkoznak, ám a valóságban a tevékenység nem felel meg a tudományosság alapkövetelményeinek (vö. falszifikálhatóság, interszubjektív ellenőrizhetőség, reprodukálhatóság, nyitottság a kritikára; vö. Popper 2002, Veszelszki 2017a). A tudományosság Alan D. Sokal (2006: 288) szerint egyik kiemelkedő jellemzője éppen a kritikai attitűd elfogadása (*critical spirit*):

„...a kijelentések–megfigyelésekkel vagy kísérletekkel történő–folytonos ellenőrzése iránti elkötelezettség... és hajlandóság az elméletek újragondolására vagy elvetésére, ha azok megbuknak a teszteken.”

Ezzel szemben az áltudományokat művelők elutasítják a kritika mindennemű lehetőségét, „azt állítják, hogy objektív értelemben igazak” (Sokal 2006: 289); továbbá önmagukat tudományosnak minősítik, és állításaikat a valódi tudományos eredményekhez kötik (Casti 1990, Pigliucci 2010, Pigliucci & Boudry 2013, Veszelszki 2017a). Az áltudományok bizonytalan elméletekre építenek, amelyek hipotéziseit vagy nem lehet ellenőrizni, vagy a hipotéziseik éppenséggel minden esetben igaznak bizonyulnak. E módszertani csavar révén az eredmények ugyan a tudományhoz hasonlítanak, de valójában nem járulnak hozzá a terület fejlődéséhez, hiszen a kijelentéseik semmiképpen nem cáfolhatóak (Berthele 2019). Az áltudományos nézetek hitelességének látszatához hozzájárul az is, hogy nem izolált állításokat tesznek, hanem komplex (világnézet)rendszerrel dolgoznak ki.

Az áltudományos tartalmakat gyakorta kötik össze az elemzők szándékos megtévesztéssel, ám megjelenhetnek és terjedhetnek más okokból is. Egy tudós, kutató, szakértő is tévedhet, alkalmazhat rossz módszert, modellt, levonhat téves következtetéseket vagy indulhat ki megalapozatlan hipotézisből, és ezért fogalmaz meg pontatlan, hamis állításokat. Előfordulhat, hogy egy szakértő nem a saját területén alkot véleményt vagy fogalmaz meg elméletet, vagy akár tudományos ismeretterjesztéssel foglalkozó újságírók, médiszakemberek is félremagyarázhatnak, félreérthetnek, félrefordíthatnak tudományos tartalmakat (vö. Ádám 1995, Fóris 2008, Falyuna 2017). Elképzelhető továbbá az is, hogy az áltudományos nézet terjesztője valóban hisz az elméletben, így nem a megtévesztés szándékával terjeszti azt (Blancke et al. 2017: 134).

Az áltudományosság további jellemzői a következők:

1. anakronisztikus gondolkodás (olyan állításokat fogalmaz meg, amelyeket a tudomány már régen cáfolt);
2. titkok keresése (például ufók, jeti, öngyulladás, betegségek);
3. mítoszokra hivatkozás (minél régebbi egy mese, annál nagyobb a meggyőző ereje);
4. hanyag, szelektív bánásmód a bizonyítékokkal (hivatkozik az állítását alátámasztó bizonyítékokra, ám az annak ellentmondókat ignorálja);
5. cáfolhatatlan hipotézisek;
6. látszólagos hasonlóságok (a már bizonyított-elfogadott elméletek részeit használja, azokat átértelmezi, új kontextusba helyezi);
7. a jelenségek tények helyett szcenáriókkal való magyarázata (állítása szerint a tények csupán interpretációk); illetve
8. immunitás a kritikával szemben (Casti 1990 és Pigliucci 2010 nyomán részletesen: Veszelszki 2017a).

Ez utóbbi jellegzetesség erőteljesen összekapcsolja az áltudományos nézeteket az összeesküvés-elméletekkel, amelyek egy – összetartozó vagy összefüggés nélküli – eseménysort rendszerint jelentős befolyással bíró emberek rossz szándékú tevékenységéhez kötik (Tanács 2016). „A konspirációs teóriák fontos alkotóelemei ezen belül az ún. kóbor adatok, amelyek vagy ellentmondanak a hivatalos változatnak, vagy a hivatalos változat keretében, magyarázat nélkül hagyott egyéb” információk (Fehér & Király 2017: 43), amelyek egymástól távol eső, látszólag teljesen különálló eseményeket kapcsolnak össze. A konspirációs elméletek, az úgynevezett konteók további sajátossága, hogy „az ellenük szóló bizonyítékokat a maguk előnyére tudják fordítani” (Fehér & Király 2017: 44). Valójában cáfolhatatlanok, mivel aszimmetrikusan kezelik az érvelésük mellett és az az ellenük szóló bizonyítékokat: az alátámasztó bizonyítékot minden további nélkül elfogadják, de az ellenük szólóról azt állítják, hogy az éppen félrevezető, az elmélet tagadása révén megtévesztő, hamis szándékú vagy akár nem tudományos (vö. Tanács 2016; lásd 3.1. pont).

2.2. Az áltudományok mint a kognitív torzítások és heurisztikák manipulátorai

A tudomány és az áltudomány demarkációs problémáival, a tudományos és áltudományos tartalmak terjedésével, illetve a tudományos és a laikus tudás viszonyával több tudományterület is foglalkozik különböző megközelítésekkel és módszerekkel. Stefaan Blancke és szerzőtársai (2018) az áltudományos nézetek terjedését a Dan Sperber-féle kulturális epidemiológia (1996) segítségével magyarázzák, és három fő okra vezetik vissza. Ezek közül az első az intuitív vonzerő (*intuitive appeal*), miszerint azoknak a nézeteknek van a legnagyobb esélyük a népszerűvé válásra, amelyek megfelelnek az intuitív (nem tudatos, automatikus, spontán) elvárásainknak (Boyer & Barret 2005). Az áltudományok éppen ezekre az elvárásokra képesek alapozni (Boudry et al. 2015), ezért könnyen megérthetőek, megjegyezhetőek és

továbbadhatóak, szemben egyes tudományos meglátásokkal, amelyek ellentmondanak az emberi megérzéseknek, és megértésük nagyobb kognitív erőfeszítést igényel (vö. *epistemic negligence*, Blancke et al. 2017). Ez pedig hátrányba hozza a tudományt a könnyebben feldolgozható áltudományokkal szemben, és megfelelő táptalajt jelent az irracionális nézeteknek (Boudry et al. 2015). Axel Gelfert (2018: 111) megerősítési torzításként (*confirmation bias*) hivatkozik erre a jelenségre, amelyben az információfogyasztó azokat az új bizonyítékokat preferálja, amelyek alátámasztják a meglévő hiedelmeit, vélekedéseit.¹

A második ok a „tudomány mimikrije”, azaz a tudomány módszertanának, nyelvhasználatának és intézményrendszerének utánzása (Blancke et al. 2018; vö. a hitelesség látszata, Veszelszki 2017a). A tudomány sokak számára episztemikus autoritással rendelkezik: kulturális presztízzsel rendelkező, megbízható információforrás (még ha nem is értenek egyet minden tudományos gondolattal). Éppen ezért az áltudományok számára „megéri” magukat tudományként reprezentálni. Sperber és munkatársai (2010) episztemikus éberségnek (*epistemic vigilance*) nevezik azt a képességet, hogy a személy különbséget tud tenni megbízható és megbízhatatlan információ (hihető beszámoló és pletyka, bizalomra érdemes és hazug források) között. Az episztemikus éberség alapvetően két irányból működik: egyrészt a forrást (megbízhatóságát, hírnevét, esetlegesen rejtett célját), másrészt a tartalmat (konzisztenciáját, más nézetekkel való koherenciáját) ellenőrzi. Ha működik az első mechanizmus, vagyis az áltudományos nézet megfelel az ember intuícióinak, továbbá az áltudományok a tudomány könnyebben hozzáférhető, külső jellegzetességeit is magukon hordozzák, megbízható forrásként tüntetik fel magukat, az csökkenti az éberséget. És mivel a tudomány nagy presztízzsel rendelkezik, de nem mindenki van tisztában a tudományosság kritériumaival, a magukat tudományosnak beállító nézetrendszerek a tudományosság utánzásával (az absztrakt-szakmai nyelv használatával, a kísérletekre való utalással, a kvantifikálható eredmények és a statisztikai adatok közzétételével, továbbá önmagukra tudományként hivatkozással) autoritást szereznek (vö. Falyuna 2017, 2018a).

A harmadik mechanizmus pedig a kritikára való immunitás (*immune to criticism*). A tudományos tartalmak előnye az áltudományokkal szemben, hogy az állításaikat empirikusan tesztelhető bizonyítékok támasztják alá, és eredményeik konzisztensek. A kulturális epidemiológiai nézet (Blancke et al. 2018) szerint az áltudományos nézeteknek a túlélésük (és terjedésük) érdekében ellenállónak kell lenniük a racionális kritikával, az empirikus bizonyítékokkal szemben (vö. *epistemic defence mechanisms*, episztemikus védelmi mechanizmusok, lásd Boudry & Braeckman 2011, 2012).

2.3. Áltudományosság az interneten

„A tudomány számára a digitális média az open accesst, a laikusok számára pedig az áltudományok érvényesülését hozta. Hogyan lehet, hogy a hiteles tudomány az egyre szélesebb tömegek által használt platformokon nem ugyanolyan sikeres, mint az áltudományosság?” (Aczél & Veszelszki 2018: 11).

Az online világ változásai kedveznek a tudományos tartalmak online megjelenésének és terjedésének, hiszen az internetes közegben megvalósíthatóvá válik az *open access*, amelynek célja, hogy a (tudományos) tudás hozzáférhető legyen bárki számára, meggyorsítsa az információcserét a különböző szereplők között, a kutatások átláthatóbbá válnak, illetve segítsen nagyobb hatást elérni a tudósok és a tudományos eredmények számára (vö. tudománymetria, citációk). A tudományos és az ismeretterjesztő tartalmakat tovább lehet osztani, egyes felületeken kommentelni is lehet, gyorsan és széles körben terjedhetnek.

1 Az áltudományok (és az összeesküvés-elméletek) befogadónak az eddigi vizsgálatok alapján nincsenek egyértelmű determináló erővel bíró szociodemográfiai jegyeik: sem a nem, sem a foglalkozás, sőt Ted Goertzel (1994) szerint még az alacsonyabb iskolázottság sem tekinthető hajlamosító tényezőnek. Joseph E. Uscinski és Joseph M. Parent (2014) is csupán kismértékű összefüggést talált a konteóhiedelem szintje és az alacsonyabb iskolai végzettség között, és sokkal inkább a hatalmi aszimmetriát tartja magyarázó tényezőnek. Vannak viszont hajlamosító pszichológiai jellemzők (mint az interperszonális bizalmatlanság vagy az egzisztenciális bizonytalanság, lásd Goertzel 1994), általános információfeldolgozási módok (heurisztikák), illetve kifejezetten az összeesküvés-elméletekre jellemző befogadói viselkedések (erről részletesen Tanács 2016). Vö. még: Munchau, Wolfgang: From Brexit to fake trade deals: the curse of confirmation bias. *Financial Times*, 9 July 2017, <https://www.ft.com/content/b7d68798-62fb-11e7-91a7-502f7ee26895>. A befogadói viselkedések további magyarázata igen messzire vezetne.

A tudományos eredmények ismerete így már nem a tudósközösség kvázi-privilegiuma, hanem szinte bárki számára elérhető, hiszen „a tudomány lényegi eleme a kommunikáció – formális és informális csatornákon egyaránt” (Drótos 2013: 315). Ugyanakkor e változások új kihívásokat, problémákat is hoznak magukkal, egyebek között az áltudományos, megtévesztő tartalmak gyors és könnyű terjedését. A tudománykommunikációra másként kell tekinteni az új médiaterben, hiszen a közönség egyes tagjai különböző kontextusokban (különböző oldalakon, különböző kommentekkel stb.) találkozhatnak az egyes tartalmakkal, és a nem jól végzett online tudománykommunikáció esetén nagy a veszélye annak, hogy „az online kommunikációs rendszerek dinamikájának nagyobb hatása lesz a közönség tudományképére, mint a tudósok által végzett kutatásoknak, melyeket kommunikálni próbálunk” (Egyed et al. 2012: 46).

Az online tudás – mivel nem minden esetben ismert a szerző, a forrás, az aktualitás, az információhalmaz pedig nem kontrollált, hiszen kapuőr híján bárki közzétehet szinte bármit – nem minden esetben megbízható (Veszelszki 2017a). Megjelenhetnek az interneten félrevezető, áltudományos, sőt kifejezetten káros nézetek is, amelyeket a tájékozódó olvasók komolyan vehetnek. Az online médiaterben tehát nemcsak valódi szakemberek, hanem megtévesztő vagy manipulatív szándékú szereplők, csalók is megnyilatkozhatnak, állításait tudományként aposztrofálva. Emellett a részvétel, a közösség(iség) és a megosztás kultúrájában a laikus felhasználók a tudományos tartalmakat sem csak fogyasztani, hanem valamilyen formában alakítani is akarják, annak ellenére, hogy nem (minden esetben) rendelkeznek a megfelelő tudással és feltételekkel. A befogadók pedig nem feltétlenül tudják megállapítani, mennyire hiteles az adott tartalom, illetve a valóban hiteles és igaz állításokban sem feltétlenül bíznak (Falyuna 2017, 2018a, 2018b, Szvetelszky 2017).

Az áltudományos tartalmak terjedéséhez a közösségi oldalak hírmegjelenítési módja és a felhasználók olvasási szokásainak változása is hozzájárul: a jelenleg legnagyobb közösségi oldalon, a Facebookon a más weboldalokról származó információk egy címmel, egy nagyméretű képpel és esetleg a cikk *lead*jével jelennek meg. A cím figyelemfelkeltő, a kép rendszerint bombasztikus, a lead pedig sejtelmes (Veszelszki 2017a). Sok felhasználó meg sem nyitja a linket, hanem szinte gondolkodás nélkül megosztja a tartalmat, ezáltal terjesztve a téves információkat vagy a csaló oldalakat. Ezeknek az oldalaknak a valódi célja rendszerint a kattintások, oldalmegnyitások nagy száma révén a minél magasabb online találatszám, ezáltal reklámbevétel elérése. Ez az úgynevezett *clickbait* szövegek legfőbb célja is: a figyelemfelhívó címek manipulálják, ráveszik az olvasókat, hogy látogassák meg az adott oldalt. A *clickbait* cím az érzelmekre hat, az információ visszatartásával és túlzásaival kelti fel az olvasó kíváncsiságát, és a csoporthoz tartozás kedvező megítélésére játszik rá.² Hozzá kell azonban tenni, hogy a klikkvadász típusú címadást nem csupán az álhírek alkotói, hanem egyre inkább a („hagyományos”) online sajtóorgánumok is alkalmazzák (Veszelszki 2017a).

Az úgynevezett *fact-check* (tényellenőrző) oldalak összegyűjtik az aktuálisan terjedő álhíreket és áltudományos nézeteket, és pontos forráshasználattal, bizonyítékokkal alátámasztva cáfolják azokat. A legújabb vizsgálatok szerint azonban a hírfogyasztók kisebb arányban fordulnak a tényellenőrző és -hitelesítő oldalakhoz, ha az információkkal a közösségi oldalakon találkoznak – még abban az esetben is, ha a hír megosztója nem is közvetlen ismerősük. Mások jelenléte elaltatja éberségünket – állítják kísérletek alapján a kutatók (Jun et al. 2017), mivel „a megbízható személyes ismerős adott esetben márkázott csatornának számít” (Szvetelszky 2017: 28). Azzal kapcsolatban is folynak kutatások, hogy ha egy másik felhasználó javítja, korigálja a téves információkat, akkor ez megváltoztatja-e a hírfogyasztók kiinduló vélekedését. Emily Thorson (2016) eredményei szerint a (politikai témájú) álhírek azonnali és hiteles korigálása sem változtatja meg a felhasználók eredeti attitűdjét. Ennek kapcsán használja a szerző a hiedelemvisszhang vagy hiedelemkamra (*belief echo*, *echo chamber*) fogalmát. Emily K. Vraga és Leticia Bode (2017) kísérletsorozata szerint azonban ha a téves (az egészséggel, az adott vizsgálatban a Zika-vírussal kapcsolatos) információt kijavító személy hiteles forrást is megad a korrekció során, akkor szignifikánsan többen hisznek neki (a szerzők azt is hozzátézik, hogy a javítási mechanizmus hatékonysága eltérő a különböző közösségi oldalakon, elemzésükben a Facebookon és a Twitteren).

A közösségi médiában megjelenő információk perszonalizációja révén kialakuló filterbuborék (*filter bubble*; vö. Pariser 2011, Viķe-Freiberga et al. 2013, Bakshy et al. 2015, Fehér 2016: 138, 157) egyfajta digitális hiedelemkamraként működik:

² Hanula Zsolt: Tudjuk, mire kattint. *Index*, 2017. július 20., http://index.hu/tech/2017/07/20/tudjuk_mire_kattint/; Rayson, Steve: We Analyzed 100 Million Headlines. Here's What We Learned (New Research). *Buzzsumo*, 26. Juny 2017. <http://buzzsumo.com/blog/most-shared-headlines-study/>.

a közösségi oldalaknak az az érdekük, hogy a felhasználó minél több (hirdetések megnézésére is fordítható) időt töltsön a felületükön, ezért a korábbi kereséseinek, preferenciáinak megfelelő tartalmakat szűr és tár elé az algoritmus. Ezt erősíti továbbá, hogy nagy valószínűséggel hasonló érdeklődési körrel, hiedelmekkel rendelkező személyek tartoznak egy ismerősi körbe. Sőt a közösségi oldalakon a felhasználók egymás ismerete nélkül is ki tudnak alakítani csoportokat, közösségeket: a hasonló nézeteket vallók könnyen „egymásra találhatnak”, és igazolhatják, erősíthetik egymást a megalapozatlan, akár szélsőséges nézeteikben is (Falyuna 2018a). A filterbuborék hipotézise szerint ha a felhasználó csak a saját nézeteinek megfelelő, azokat megerősítő tartalmakkal találkozik, akkor úgy vélheti, hogy mindenki hozzá hasonló módon gondolkodik. Érdemes azonban megjegyezni, hogy a filterbuborék jelenségét empirikus adatok alapján egyes kutatások megkérdőjelezik (például Zuiderveen Borgesius et al. 2016); ugyanakkor annyi mindenképpen állítható, hogy az online felületek mögött működő algoritmusok befolyással bírnak arra, milyen információkkal találkozik a böngésző személy az interneten.

Ha azonban nem fogadjuk el a filterbuborék-jelenség meglétét, abban az esetben is működik az úgynevezett ismétlési hatás (*repetition effects*, lásd Gelfert 2018: 112): ha ugyanazzal az információval többször, akár ugyanolyan forrásból, redundáns módon találkozik a felhasználó, az az ismétlés révén sokkal meggyőzőbb lesz számára. A kommentek is információismétlő, alátámasztó szerepet játszhatnak az áltudományos tartalmak terjedésében és megerősítésében (vö. Veszelszki 2017a: 71, 22. lábjegyzet; Falyuna 2018a), továbbá a kommentekre is jellemző emotív nyelvhasználat csökkenti az értékelő bírálat lehetőségét (Berger 2011, Brown & Curhan 2013, Petersen et al. 2015, Gelfert 2018).

A tudás forrása megváltozik, tehát forráskritikára, kritikus gondolkodásra van szükség – ezt a felhasználóknak is meg kell tanulniuk. Az új médiakompetencia azt is tartalmazza, hogy a felhasználó mely információkra tekint kritikusán, melyeket fogad el valóságnak (Aczél 2015, 2017, Veszelszki 2017a, b, c, d). Ez a fajta *soft skill* a globális kompetenciák körébe tartozik.

3. Az áltudományos érvelés bemutatása három esettanulmányon keresztül

Az áltudományos tartalmak meggyőzési és terjedési technikáinak illusztrálására három esettanulmányt mutatunk be. A tudományos szövegekkel kapcsolatban elvárás a jól felépített, megalapozott érveléstechnika. Az áltudományos szövegekben – mivel tartalmuk alaptalan és nem konzisztens – gyakoriak az érvelési hibák. Ezek felismerése nem csupán az áltudományos tartalmak azonosítása végett fontos, hanem azért is, mert jellegükből adódóan más esetben is megtévesztőek és manipulatívak tudnak lenni.

3.1. Lapos Föld: tekintélyre hivatkozás, a kritika tagadása, szelektivitás

A laposföldhívók (vö. a mozgalomról részletesen Falyuna m.a.) fő állítása, hogy a Föld lapos, céljuk pedig ennek bemutatása és bizonyítása különböző módokon és formákban. A csoport egy, a hivatalos tudomány által megcáfolt és elutasított elméletet képvisel, ugyanakkor a csoport tagjainak az interneten lehetőségük van az intézményesültségtől elszakadva egy saját, alternatív „tudományt” művelni a hivatalos tudománnyal szemben, illetve közösséget szervezni, nézeteiket népszerűsíteni.

A modern mozgalom közvetlen előzményei a 19–20. századra tehetőek. Az elmélet egyik úttörője, Samuel Birley Rowbotham az 1830-as években végezte el az úgynevezett Bedford-kísérletet abból a célból, hogy bizonyítsa elképzelését, miszerint a Föld lapos. A Bedford folyón végzett kísérlet lényege az volt, hogy meghatározza a Föld görbületét a vízfelszín vizsgálatán keresztül. Feltételezése szerint ha a vízfelületen nem mérhető az adott görbület, akkor a Föld nem lehet gömb alakú (a víz nem lehet konvex). Matematikai módszerekkel levezetett eredményei alapján igazoltnak tartotta hipotézisét, a módszer így azóta is a laposföld-elmélet sarokköve (a magyarországi társaság a Balatonon végez hasonló, lézeres méréseket). A laposföldhívók a saját maguk által előállított bizonyítékoknak hisznek csupán: állításuk és az összeesküvés-elméletek logikája szerint a hivatalos tudomány képviselői (például a NASA kutatói) hazudnak és manipulálják a (képi) bizonyítékokat, például a Földről készített bolygófelvételeket; ha a Napot közelinek látjuk, akkor az valóban közel is van (szerintük 4800 kilométerre a Földtől, ugyanígy a Hold is);

illetve ha nem érezzük a centrifugális erőt, akkor a Föld nem foroghat a tengelye körül és nem keringhet a Nap körül. Érvelésük önálló rendszert alkot, amelynek további vallási-spirituális implikációi is vannak (többek között a kreacionizmushoz is kapcsolódik).

A Magyar Lapos Föld társaság elnevezésű Facebook-csoport diskurzusát elemezve (vö. részletesen Falyuna m.a.) kirajzolódik, hogy a csoport identitáskonstruálása két tényezőn alapszik: egyrészt a más csoportokkal való szembehelyezkedésen, másrészt a saját tudományos hitelesség megteremtésén. A csoport ellenségképet kreál a hivatalos tudomány képviselőiből, akik hiteltelenítését és ezáltal saját csoportjuk hitelesítését különböző nyelvi eszközökkel teszi meg. Ilyen eszköz a polarizálás, amely révén a diskurzusban két, egymással szembenálló csoport, a MI és az ŐK konstruálódik meg úgy, hogy a saját csoport és annak tevékenysége hitelesként, a másik csoporté megbízhatatlanként jelenik meg.

Az ellenségképhez társított állítások, tulajdonságok, jelzők, cselekvések elemzésével (Falyuna m.a.) kibontakozik, hogy a laposföldesek szerint a tudomány politikai, gazdasági és hatalmi érdekektől vezérelve cenzúrázza az igazságot. A tudomány és a hatalom birtokosai tehát hazudnak és „programozzák” az embereket, a „gömbföld-hívők” így mind manipulált, megvezetett emberek. A laposföldhívők küldetésüknek érzik, hogy feltárják az igazságot, és e tevékenységüket harcként, a szabadság és az igazság érdekében folytatott küzdelemként fogják fel. Ehhez érdemes hozzátenni, hogy a „konteókban való primer hit az empirikus bizonyítékok erejét gyengíti” (Tanács 2016; vö. Leman & Cinnirella 2013). Jellemzően túl nagy jelentőséget tulajdonítanak a saját mozgalmuknak: szerintük az állításaik elfogadása a megvilágosodást hozná el az egész emberiség számára. Az identitásuk markáns részévé válik az összeesküvés-elmélet jellegű érvelés.

A csoport identitását nemcsak a másik csoporttal való szembehelyezkedés határozza meg, hanem az a mód is, ahogyan magát tudományosnak igyekszik láttatni. A laposföldhívők célja nemcsak az, hogy leírják és bemutassák elméletüket, hanem az is, hogy bizonyítsák állításaik hitelességét. Ezért a diskurzusban megjelennek a tudományos kommunikációra jellemző olyan elemek, mint a tudományos nyelvezet vagy a tudomány érvelési, bizonyítási és hivatkozási módjai. Ugyanakkor számos esetben ezek is hibásak; jellemző például a kritika és vita elutasítása, ignorálása, valamint a személyeskedő vitakezelési stratégiák használata.

Elutasítják az akadémiai, „másodkézből” származó információt, mivel annak alapja – érvelésük szerint – csak hamis spekuláció. Ehelyett az igazsághoz való közvetlen hozzáférést preferálják: az egyetlen hiteles módszernek a saját, közvetlen érzékszervi tapasztalást tartják. Habár elvetik a matematikai számításokat és elméleti levezetéseket mint hiteles bizonyítási módokat, érvelésükben mégis – szelektíven ugyan, de – felhasználják ezeket, ám csak az elméletük alátámasztásául szolgáló bizonyítékokat.

A csoport tudása tehát részben a saját maguk által szerzett empirikus bizonyítékokon, részben az általuk hitelesnek tartott tekintélyek kijelentésein alapul. A diskurzusban számos kép, videó, blogbejegyzés és egyéb, nem tudományos folyóiratban publikált cikk jelenik meg hivatkozási alapként. E források relevanciája és hitelessége ellenőrizhetetlen. Bár a csoport úgy tartja, hogy elméletének alapja az empiria, több ízben előkerülnek a diskurzusban vallási vagy spirituális érvek (például az isteni teremtésből származó Föld mint a „világ közepe” érvként való használata).

A szakértelemre hivatkozás esetében is jellemző a szelektivitás: a csoport igazát mint szakértelmet fogadják el, viszont az ellenkező véleményeket ignorálják, nem szállnak szakmai vitába, illetve ha mégis, akkor az hamar eljut oda, hogy az ellenkező állásponton lévő fél a „beprogramozás” miatt állítja azt, amit állít. A (nem alátámasztott) szakértelemre hivatkozás meglehetősen megtévesztő és manipulatív eszköz, mivel a szakértői tekintély az információs aszimmetria miatt domináns pozíciót teremt az arra hivatkozónak (vö. Falyuna 2017, 2018a, 2018b).

3.2. Oltásellenesség: félelemre alapozás, terminusok

Az Egészségügyi Világszervezet (WHO 2019) az emberiséget 2019-ben fenyegető tíz legnagyobb egészségügyi veszély közé sorolta az oltásellenes mozgalmat, hiszen a védőoltásokat megtagadók révén olyan betegségek is elkezdtek újra terjedni, amelyeket elvileg az emberiség már legyőzött. A közösségi médiában gyorsan híveket szerző, a félelemre apelláló és az összeesküvés-elméletekhez kötődő mozgalom áltudományos érvelésre, illetve nem megalapozott vizsgálati eredményeket közlő publikációkra épít.

Oltásellenes mozgalom azóta létezik, amióta elérhetővé váltak az oltások.³ A gyengített kórokozóval történő oltásokkal számos, korábban legyőzhetetlennek tekintett fertőző betegség terjedését lehet megelőzni. Mivel a beoltott szervezetet ellenőrzött formában „megfertőzik” az adott betegséggel, ez óhatatlanul is bizalmatlanságot vált ki többekből. E bizalmatlanság erősödéséhez hozzájárulnak olyan esetek, amikor az oltás valódi károkat okozott (például 1955-ben Kaliforniában gyengítetlen poliovírust adtak be a gyerekeknek, aminek következtében 40 ezren betegedtek meg járványos gyermekbénulásban, és 50-nél többen ténylegesen meg is bénultak).

Az oltások megtagadásához (*vaccine hesitancy*)⁴ a bizalom hiányán túl hozzájárulhatnak vallási megfontolások, illetve elősegítheti az interneten viharszerűen végigsöprő oltásellenes mozgalom is. Ennek egyik kiindulópontját egy brit kutató 1998-ban megjelent cikke adja, amelyben kétes módszertannal, csekély számú mintán, kontrollcsoport bevonása nélkül azt bizonyította be, hogy az MMR-oltás (*measles, mumps, rubella*) és az autizmus kialakulása között direkt ok-okozati összefüggés van. A „20. század legkárosabb orvosi hoaxának” (Flaherty 2011) nevezett cikk állításait később tételesen cáfolták. Ám hiába vonatták vissza a manipulált adatokat tartalmazó, megalapozatlanul következtetéseket levonó cikket 2010-ben, addigra az (interneten is terjedő) oltásellenesség már széles teret nyert, egyre többen tagadták meg a gyermekük beoltását a tudományos csaláson alapuló tanulmány hatására. Ennek következtében jelentősen megnövekedett (egyebek között) a kanyarós és mumpszos esetek száma, előbb Nagy-Britanniában, később szerte a világon. Ehhez hozzájárult az is, hogy ismert, véleményvezérnek számító személyek is a mozgalom mellé álltak (*celebrity antivaxxers*), sőt legújabbban még csetbotok és Twitter-trollok aktivitása is erősíti az oltásellenesség hatását (Broniatowski et al. 2018).

Az egyértelmű egészségügyi és pénzügyi következményekkel járó áltudományos mozgalom egyik érveléstechnikai alapját az itt bemutatott intuitív vonzerő (Boyer & Barret 2005) adja. A kórokozóval való beoltás és az ehhez direkt módon kapcsolódó káros következmények ok-okozati összefüggése megfelel a nem tudatos elvárásoknak, ezért az érvelés nagyobb kognitív erőfeszítés nélkül is megérthető, megjegyezhető és terjeszthető. Az oltásellenesek továbbá használják – az egyébként a politikai kommunikációban és a marketingben is gyakran alkalmazott – félelemre építő érvelést (érvelési hibát; vö. *argumentum ad metum, argumentum in terrorem*). Az esetükben a „tudomány mimikrijét” részint a kísérleti módszertanra való hivatkozás, részint pedig a laikus fogyasztók számára nehezen befogadható orvostudományi nyelvezet, terminológia teremti meg.

3.3. Paraziták: hamis identitáskonstrukció, vizuális érvelés, terminusok

Ugyancsak a félelemkeltéssel operál a parazitákkal fenyegető áltudományos orvosi marketing, amely szerint szervezetünkben különféle veszélyes paraziták élnek (részletesen lásd Veszelszki 2017a, Falyuna 2018a). Ez az elmélet számos (egyébként mindenféle betegségre) gyógyulást ígérő termék, méregtelenítő szer és diéta alapját adja. A sokféle változatban terjedő szövegekben a *storytelling* „problémafelvetés után megoldás” elvére alapozva a hosszas, rémisztő felvezetést a gyógymód követi: a reklámozandó készítmény (például a Bactefort vagy a Revitoxin) bemutatása.

A parazitairtó termékek reklámjai szinte minden esetben kutatással, gyógyszerek fejlesztésével foglalkozó elismert szakemberekre utalnak. Az „autoritások említésével a megnyilatkozók vissza is élhetnek” (Kuna 2019: 80), sőt az is előfordulhat, hogy a hivatkozott szakember, tanulmány, kutatás nem is létezik vagy azonosíthatatlan, viszont „a tekintély a meggyőzés szempontjából annyira sokat jelent pszichológiailag, hogy gyakran a nyilvánvalóan rossz hivatkozások is meggyőzőek” (Margitay 2014: 459).

A szakértőre való hivatkozást rendszerint képekkel is támogatják a cikkek alkotói. Nemcsak a cikk szövege és struktúrája, hanem a legtöbb esetben a szakértők vizuális megjelenítése sem változott a szövegekben: ugyanaz a kép került elő több különböző, állítólagos szakértő ábrázolásakor.

3 Kirkpatrick, Mark: The anti-vaccination movement. Measles and Rubella Initiative. <https://measlesrubellainitiative.org/anti-vaccination-movement/>.

4 McKenna, Maryn: The True Dollar Cost of the Anti-Vaccine Movement. *Wired*, 26 March 2019, <https://www.wired.com/story/anti-vaccine-movement-true-cost>.

A hamis identitás konstrukcióját mindezen kívül egészen kifinomult módszerekkel érik el a megtévesztő oldalakat alkotók. A (feltehetőleg egyébként manipulált) számadatokkal és fotókkal is bizonyított vizsgálatokat az elemzett cikkek szerint (Veszelszki 2017a) az Egészségügyért Felelős Államtitkárság felügyelte. Az államtitkárság linkje egy, a kormányzati oldalakat küllemre utánzó, ám *phishing* célú (ál)oldalra vezetett, amelynek az összes további aloldala a készítmény reklámjára utalt.

A parazitafertőzés veszélyének nyomatékosítására számtalan félelmetes fotó is előkerült a szövegekben. A képi információ feldolgozása eltér a verbális információétól: a kép a szöveggel összevetve sokkal gyorsabban és erőteljesebben hat a befogadóra, különösen az érzelmeire (vö. Grabe & Bucy 2009: 6). Az érzelmeire ható, emocionalizált képek a manipuláció egyik indikátoraként foghatók fel (Brodnig 2017). A nem egyértelműen hiteles képek – például a túlságosan ijesztő tudósítások illusztrációi – esetén a képkeresés szolgáltatás (például a Google Image Search) segíthet eldönteni, mennyire megbízható a vizuális információ. A cikkekhez illesztett, valamely képszerkesztő programmal manipulált képek ugyancsak gyanúsak lehetnek.

A tudományos szövegek további jellemzője a szakkifejezések és a definíciók használata, amelyek eredeti szerepe az, hogy az adott szakterület művelői lehetőleg félreértések nélkül megértsék egymást. A

„...terminusok hordozzák azt a speciális tudást, amellyel a szakemberek rendelkeznek, a laikusok viszont nem (feltétlenül), és amely tudásnak köszönhetően a szakember olyan domináns pozícióba kerülhet a laikussal szemben, amely könnyebbé teheti számára a másik befolyásolását” (Falyuna 2017: 96).

Éppen ezért lehet a „zavaros, nem definiált” szakkifejezések, a „tudományból átvett, de más értelemben alkalmazott fogalmak” (Hargitai 2012: 8) alkalmazása meggyőző az áltudományos diskurzusban. A terminusok hozzájárulnak a tudományos stílus imitációjához is.

A (szám)adatokra támaszkodó érvelés a tudományos bizonyítás egyik alapvető eszköze, amelynek megbízhatóságában ritkán kételkedünk. Ha az adatokhoz megfelelő kiindulópontból és a célokhoz illeszkedő módszerekkel jutunk, akkor ténylegesen valid, erős érvelési alpnak tekinthetők. Ugyanakkor érdemes kritikusan tekinteni mind az előállításukra, mind a felhasználásukra, értelmezésükre. Lehetnek ugyanis hibásak, nem megfelelő értelmezéssel ellátva félrevezetőek, amikor

„...a matematikai adat pontosságával és hitelességével akarunk világosnak, egyértelműnek és elfogadhatónak feltüntetni egy homályos állítást, és erősnek láttatni egy gyenge érvelést. A számadatok világosságát, egyértelműségét, megbízhatóságát, matematikai kikezdetlenségét használjuk fel a premissza elfogadtatásához és a konklúzió alátámasztásához” (Margitay 2014: 340; vö. részletesen Margitay 2014: 323–363).

A parazitákkal ijesztgető szövegek teljes mértékben ellenőrizhetetlen statisztikai adatokat használnak (erre utal, hogy a különböző szövegváltozatokban ugyanabban a kontextusban, sőt akár ugyanabban a mondatban eltérő számadatok szerepelnek). E szövegek terjedésének hatásmechanizmusát a félelemre alapozáson kívül az emberi kíváncsiság, illetve a segítőkészség (a tartalmak megosztásával segíteni más embereknek az egészségügyi problémájuk okának feltárásában) is támogatja.

4. Kihívások és megoldási lehetőségek

Az áltudományos tartalmak oktatási feldolgozása során elsődleges feladat a kritikus gondolkodás elsajátításában a tudatosítás azzal kapcsolatban, hogy a tények és a vélemények eltérnek egymástól (vö. Grever 2018). A médiatudatosság (*media literacy*) – tágan értelmezett, nemcsak a diákokra vonatkozó, hanem az intézményes oktatásból kikerült korosztályokat is érintő – fejlesztésébe a médiaeszközök, médiatartalmak megismerésén túl az algoritmusok működésének, a trollok tevékenységének, továbbá az áltudományos tartalmak érvelési mechanizmusainak ismeretének is bele kell tartoznia.

Számos olyan hazai és nemzetközi jó gyakorlat van, amely a hiteltelen tartalmak témájának tanórai vagy azon kívüli tárgyalásakor alkalmazható.⁵

Saját oktatói portfólióink több, íráskészség-fejlesztő és kommunikációs készségeket fejlesztő kurzust tartalmaz. Ezen alkalmakkor lehetőségünk volt különböző korosztályokkal foglalkozni az áltudományos tartalmak elemzésével, illetve a kritikai készségek fejlesztésével. Oktatási tapasztalataink, korábbi és itt közölt kutatási eredményeink alapján összeállítottunk egy kérdéslistát (lásd az 1. táblázatot), amely az áltudományos tartalmak feltárásához és elemzéséhez szolgál segítséget, oktatóknak és diáknak egyaránt.

1. táblázat

Kérdéslista az áltudományos tartalmak feltárásához

Az elsődleges forrás hitelessége	<ul style="list-style-type: none"> • Azonosítható, ismert a cikk szerzője? • Van az oldalnak impresszuma? Ellenőrizhető, hogy ki felel a tartalomért? • Az oldal nem kamuoldal, nem viccoldal? • Hiteles az url? Nem utánoz valamely ismert oldalt? • Aktuális a cikk?
A másodlagos, hivatkozott forrás(ok) hitelessége	<ul style="list-style-type: none"> • Hivatkozik a szöveg a felhasznált forrásokra? • Léteznek és relevánsak a hivatkozott források? • Valóban léteznek a hivatkozott szakértők, tekintélyek, intézmények – és a téma szempontjából releváns a rájuk történő hivatkozás?
Érvelés és bizonyítás	<ul style="list-style-type: none"> • Egységes, következetes (konzisztens, koherens) a szöveg érvelése? • Hitelesek és logikusak a szövegben előkerülő számadatok? • Előfordulnak a szövegben megtévesztésre alkalmas nyelvi elemek (például előfeltevések)? • Tartalmaz a szöveg további érvelési hibákat?
A szöveg nyelvezete, megfogalmazása	<ul style="list-style-type: none"> • Szenzációhajhász, bulvár, érzelmekre apellál a cikk címe, stílusa? • A cikk nem valamely idegen nyelvből átvett, manipulált szöveg? A szöveg nyelvi minősége enged arra következtetni, hogy esetleg automatikusan generált vagy rosszul fordított szövegről van szó? • A szövegben előkerülő terminusok valóban létező, az adott területen használt kifejezések? • A szövegben előkerülő terminusok jól érthetően vannak definiálva?
Képek, illusztrációk	<ul style="list-style-type: none"> • Hitelesek, megbízhatóak, valódiak a szövegben előkerülő képek? • Szokatlan a szöveg megformázása?
Kapcsolódó szövegek (kommentek)	<ul style="list-style-type: none"> • Hitelesek a cikkhez kapcsolódó kommentek? Vélhetően létező személyektől származnak? • Lehet a témában találni más hiteles forrást? Azokkal összevetve a vizsgált szöveg hiteles?
A szöveg szándéka	<ul style="list-style-type: none"> • Meg akar győzni a szöveg valaminek az igazságáról, el akar adni, népszerűsíteni valamely terméket, szolgáltatást, ideológiát?

*Forrás: a szerzők saját összeállítása a kutatási eredményeik alapján;
vö. Falyuna 2017, 2018a; Veszelszki 2017a*

„A befogadó akkor képes észrevenni vagy leleplezni a megtévesztést, ha annak kommunikációja eltér a megszokott mintáktól, ha a befogadó tisztában van az érintett témához tartozó információkkal, és jó kritikai-dekódoló képessége van” (Aczél 2017: 14–15). Az így értelmezett média- és információtudatossághoz kívánt hozzájárulni a tanulmányunk azáltal, hogy összegyűjtötte az áltudományosság legfőbb, szövegszinten feltárható, érveléstechnikai és nyelvészeti jellegzetességeit, ezeket három esettanulmányon keresztül szemléltette, végül pedig egy, az áltudományos tartalmak – önálló tájékozódás során vagy iskolai feldolgozással történő – feltárásához használható kérdésgyűjteményt közölt.

⁵ A legújabbban megjelent, az álhíreket és áltudományos tartalmakat rendszerint együtt kezelő lehetőségekből itt közlünk egy – teljességre nem törekvő – válogatást: UNESCO: *Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training* (<https://en.unesco.org/fightfakenews>); *Truth or Fiction* (<https://www.truthorfiction.com>); *Factitious* (<http://factitious.augamestudio.com/#/>); *First Draft News* (<https://firstdraftnews.org/>); *DJP: Digitális Jólét Program* (<https://digitalisjoletprogram.hu/>); *DIP: Digitális Immunerősítő Program* (<http://mydip.xyz/> és https://issuu.com/fecske.gabor/docs/dip_k_zik_nyv); *Bűvösölgy* (<http://buvosvolgy.hu/alhinek/>).

Irodalom

- Aczél Petra (2015): Médiaműveltség. In: Aczél Petra, Andok Mónika & Bokor Tamás: *Műveljük a médiát!* 133–177. o. Budapest: Wolters Kluwer.
- Aczél Petra (2017): Az álhír. Kommentár a jelenség értelmezéséhez. *Századvég*, 84. sz. 5–25. o.
- Aczél Petra & Veszelszki Ágnes (2018): Egy új tudománykommunikációs modell szükségességéről. A sciXcom-modell. *Jel-Kép*, 4. sz. 5–18. o.
- Ádám György (1995): A tudomány fejlődésének kényszerű kísérője: az áltudomány. *Természet Világa*, 126. évf. 7. sz. 307–309. o.
- Bakshy, Eytan, Solomon Messing & Lada A. Adamic (2015): Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, vol. 348, no. 6239, pp. 1130–1132, <http://education.biu.ac.il/files/education/shared/science-2015-bakshy-1130-2.pdf>.
- Berger, Jonah (2011): Arousal increases social transmission of information. *Psychological Science*, vol. 22, no. 7, pp. 891–893.
- Berthele, Raphael (2019): Policy recommendations for language learning: Linguists' contributions between scholarly debates and pseudoscience. *Journal of the European Second Language Association*, vol. 3, no. 1, pp. 1–11.
- Blancke, Stefaan & Johan De Smedt (2013): Evolved to be irrational? Evolutionary and cognitive foundations of pseudosciences. In: Massimo Pigliucci & Marteen Boudry (eds.): *The philosophy of pseudoscience*, pp. 361–379. Chicago: The University of Chicago Press.
- Blancke, Stefaan, Maarten Boudry & Massimo Pigliucci (2017): Why do irrational beliefs mimic science? The cultural evolution of pseudoscience. *Theoria*, vol. 83, no. 1, pp. 78–97.
- Blancke, Stefaan, Maarten Boudry & Johan Braeckman (2018): Whence pseudoscience? An epidemiological approach. *Monograph, Mètode Science Studies Journal*, no. 8, pp. 133–139.
- Boudry, Maarten & Johan Braeckman (2011): Immunizing strategies and epistemic defense mechanisms. *Philosophia*, vol. 39, no. 1, pp. 145–161.
- Boudry, Maarten & Johan Braeckman (2012): How convenient! The epistemic rationale of self-validating belief systems. *Philosophical Psychology*, vol. 25, no. 3, pp. 341–364.
- Boudry, Maarten, Stefaan Blancke & Massimo Pigliucci (2015): What makes weird beliefs thrive? The epidemiology of pseudoscience. *Philosophical Psychology*, vol. 28, no. 8, pp. 1177–1198.
- Boyer, Pascal & H. Clark Barrett (2005): Domain specificity and intuitive ontology. In: David M. Buss (ed.): *The handbook of evolutionary psychology*. pp. 96–118. Hoboken: Wiley.
- Brodnig, Ingrid (2017): *Lügen im Netz. Wie Fake News, Populisten und unkontrollierte Technik uns manipulieren*. Brandstätter Verlag.
- Broniatowski, David A., Amelia M. Jamison, Si Hua Qi, Lulwah Al Kulaib, Tao Chen, Adrian Benton, Sandra C. Quinn & Mark Dredze (2018): Weaponized Health Communication: Twitter Bots and Russian Trolls Amplify the Vaccine Debate. *Am J Public Health*, vol. 108, no. 10, pp. 1378–1384.
- Brown, Ashley D. & Jared R. Curhan (2013): The polarizing effect of arousal on negotiation. *Psychological Science*, vol. 24, no. 10, pp. 1928–1935.
- Casti, John L. (1990): *Verlust der Wahrheit. Streitfragen der Naturwissenschaften*. München: Droemer/Knaur.
- Drótos László (2013): Tudósok közösségi médiahasználata. *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 60. évf. 7. sz. 315–317. o., <https://tmt.omikk.bme.hu/tmt/article/viewFile/602/566>.
- Egyed László, Mécs Anna, Neumann Viktor & Palugyai István (2012): *A tudománykommunikáció nem hagyományos színterei*. Budapest: Eötvös Loránd Tudományegyetem.
- Falyuna Nóra (2017): Az áltudományos szövegek pragmatikai vizsgálata. Esettanulmány a lúgosító diéta példáján. *Századvég*, 84. sz. 85–107. o.

- Falyuna Nóra (2018a): Az (ál)tudományos ismeretek és az internet. *Jel-Kép*, 4. sz. 35–50. o.
- Falyuna Nóra (2018b): Nyelvi manipuláció az interneten In: Gabos Erika (szerk.): *A média hatása a gyermekekre és fiatalokra IX.*, 69–75. o. Budapest: Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület.
- Falyuna Nóra (m. a.): *Az online világ hatása a(z ál)tudományos tartalmakra: Esettanulmány a laposföld-hívők online közösségének diskurzusairól.* Kézirat.
- Fehér Katalin (2016): *Digitalizáció és új média. Trendek, stratégiák, illusztrációk.* Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Fehér Katalin & Király Olívia (2017): Álhíresülés – a hamis hírek dinamikája a médiában. *Századvég*, 84. sz. 39–49. o.
- Flaherty, Dennis K. (2011): The vaccine-autism connection: a public health crisis caused by unethical medical practices and fraudulent science. *The Annals of Pharmacotherapy*, vol. 45, no. 10, pp. 1302–1304.
- Fóris Ágota (2008): *Kutatásról nyelvészeknek. Bevezetés a tudományos kutatás módszertanába.* Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Gelfert, Axel (2018): Fake News: A Definition. *Informal Logic*, vol. 38, no. 1, pp. 84–117.
- Goertzel, Ted (1994): Belief in Conspiracy Theories. *Political Psychology*, vol. 15, no. 4, pp. 731–742.
- Grabe, Maria Elizabeth & Erik Page Bucy (2009): *Image Bite Politics. News and the visual framing of elections.* Oxford University Press.
- Grever, Maria (2018): *Alternative Facts, Truth and History Education: an Introduction.* Paper, conference: Critical Thinking in the Age of Emojis. Does History Education Play a Role for Media Literacy? Organized by EUROCLIO in cooperation with the Dutch Institute for Sound and Vision, VGN and theE-story Project partners. Hilversum, 2 February 2018.
- Hargitai Zsófia Ágota (2012): *Áltudományos állítások és módszerek kémiai és biológiai elemzése.* Szakdolgozat. Budapest: ELTE Kémia Intézet.
- Jun, Youjung, Rachel Menga & Gita Venkataramani Johar (2017): Perceived social presence reduces fact-checking. *PNAS*, vol. 114, no. 23, pp. 5976–5981., <http://www.pnas.org/content/early/2017/05/16/1700175114.full>.
- Keresztes Gábor (2013): Az innováció fogalmának történeti áttekintése. *Gazdaság & Társadalom. Journal of Economy & Society*, 4. sz. 81–95. o.
- Kuna Ágnes (2019): *Nyelv, meggyőzés, gyógyítás. A meggyőzés nyelvi mintázatai a 16–17. századi orvosi receptben.* Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Leman, Patrick J. & Marco Cinnirella (2013): Beliefs in conspiracy theories and the need for cognitive closure. *Frontiers in Psychology*, vol. 4, art. 378.
- Margitay Tihamér (2014): *Az érvelés mestersége.* Budapest: Typotex.
- Pariser, Eli (2011): *The filter bubble: What the Internet is hiding from you.* New York: Penguin Press.
- Petersen, Michael Bang, Ann Giessing & Jesper Nielsen (2015): Physiological responses and partisan bias: Beyond self-reported measures of party identification. *PLoS ONE*, vol. 10, no. 5.
- Pigliucci, Massimo & Marteen Boudry, eds. (2013): *Philosophy of Pseudoscience.* Chicago: University of Chicago Press.
- Pigliucci, Massimo (2010): *Nonsense on Stilts. How to Tell Science from Bunk.* Chicago: University of Chicago Press.
- Popper, Karl Raimund (2002): *The Logic of Scientific Discovery.* Psychology Press.
- Sokal, Alan D. (2006): Pseudoscience and Postmodernism: Antagonists or Fellow-Travelers? In: Garrett G. Fagan (ed.): *Archaeological Fantasies: How Pseudoarchaeology Misrepresents the Past and Misleads the Public*, pp. 286–361. London & New York: Routledge.
- Sperber, Dan (1996): *Explaining culture. A naturalistic approach.* Oxford: Blackwell.
- Sperber, Dan, Fabrice Clement, Christophe Heintz, Olivier Mascaro, Hugo Mercier, Gloria Origgi & Deirdre Wilson (2010): Epistemic vigilance. *Mind & Language*, vol. 25, no. 4, pp. 359–393.
- Szvetelszky Zsuzsanna (2017): Közösségi kételyek. *Századvég*, 84. sz. 27–37. o.

- Tanács János (2016): *Az összeesküvés-elméletek fogságában*. Kézirat.
- Thorson, Emily (2016): Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*, vol. 33, no. 3, pp. 460–480.
- Uscinski, Joseph E. & Joseph M. Parent (2014): *American Conspiracy Theories*. Oxford: Oxford University Press.
- Veszelszki Ágnes (2017a): Az álhírek extra- és intralingvális jellemzői. *Századvég*, 84. sz. 51–82. o.
- Veszelszki Ágnes (2017b): *Digilect. The impact of infomunication technology on language*. Berlin & Boston: Walter De Gruyter.
- Veszelszki Ágnes (2017c): *Netnyelvészet. Bevezetés az internet nyelvhasználatába*. Budapest: L'Harmattan Kiadó.
- Veszelszki Ágnes (2017d): Fake news, post-truth society: az igazság odaát van? In: Biró A. Zoltán & Bodó Julianna (szerk.): *Internet az iskolában, internet a családban. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra*, 1–45. o. Csíkszereda: Státus Kiadó.
- Viķe-Freiberga, Vaira, Herta Däubler-Gmelin, Ben Hammersley, Pessoa Maduro & Luís Miguel Póaires (2013): A free and pluralistic media to sustain European democracy. The Report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism. *Charter of Fundamental Rights of the European Union*, Article 11.2. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>.
- Vraga, Emily K. & Leticia Bode (2017): I do not believe you: how providing a source corrects health misperceptions across social media platforms. *Information, Communication & Society*, vol. 21, no. 10, pp. 1–17.
- Wakefield, Andrew J., Simon H. Murch, Andrew Anthony, John C. Linnell, D. M. Casson, Mohsin Malik, Mark Berelowitz, Amar Paul Dhillon, Mike Andrew Thomson, Peter K. P. Harvey, Alan R. Valentine, Susan E. Davies & John Angus Walker-Smith (1998): Ileal-lymphoid-nodular hyperplasia, non-specific colitis, and pervasive developmental disorder in children. *The Lancet*, vol. 351, no. 9103, pp. 637–41 (visszavont, már nem elérhető tanulmány, PMID 20137807).
- WHO (2019): *Ten threats to global health in 2019*. World Health Organization. <https://www.who.int/emergencies/ten-threats-to-global-health-in-2019> (utolsó letöltés: 2019. 06. 16.)
- Zuiderveen Borgesius, Frederik J., Damian Trilling, Judith Möller, Balázs Bodó, Claes H. de Vreese & Natali Helberger (2016): Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, vol. 5, no. 1.

Abstract in English

Using linguistic-argumentative tools to disclose pseudo-scientific contents

Pseudo-scientific contents can spread quickly and widely in the ever-changing information and media environment, which makes scientific analysis on identifying these contents particularly valuable. This paper presents the linguistic-argumentative characteristics of pseudo-scientific contents spreading on the internet via three case studies (flat earth theory, anti-vaccination movement and parasitic infections), and offers some analytical tools to identify pseudo-scientific and unreliable information. It concludes with a list of critical questions based on the relevant literature and the authors' own teaching practices. The aim of this paper is to show that the analysis of the linguistic-argumentative characteristics of pseudo-scientific contents as a means of evaluating information credibility can contribute to the development of critical interpretative skills and communicational-pedagogical methodologies.

Keywords: argumentation techniques, critical skills, deception, digital communication, fake news, media awareness, pseudoscience, science communication, social media, terminology

Dr. Veszelszki Ágnes PhD, nyelvész, közgazdász, újmédia-kutató. A Budapesti Corvinus Egyetem Magatartástudományi és Kommunikációelméleti Intézetének egyetemi docense. Oktat a Corvinus mellett az ELTE-n, a Budapesti Metropolitan Egyetemen, a Mathias Corvinus Collegiumban és a Szent Ignác Jezsuita Szakkollégiumban. A *Filológia.hu* című MTA-folyóirat szerkesztője. Kutatási területei: a digitális kommunikáció megújuló formái; a marketing és a nyelvészet kapcsolódási lehetőségei; újabban a tudománykommunikáció. Ez utóbbi témában kutatócsoportot is vezet, TudCom néven. Öt önálló vagy társszerzős könyv szerzője, 15 könyv szerkesztője, száznál is több tanulmánya jelent meg angol, német és magyar nyelven. Legutóbbi könyvei: *Digilect. The Impact of Infocommunication Technology on Language* (De Gruyter Saur, 2017); *Netnyelvészet. Bevezetés az internet nyelvhasználatába* (L'Harmattan, 2017). Honlapja: www.veszelszki.hu.

Falyuna Nóra nyelvész, terminológus. Az MTA Csillagászati és Földtudományi Kutatóközpont Konkoly-Thege Miklós Csillagászati Intézet interdiszciplináris kutatásvezetője, illetve a Budapesti Corvinus Egyetemen működő TudCom tudománykommunikációs kutatócsoport egyik alapító tagja és kutatója. Disszertációját az ELTE Alkalmazott Nyelvészeti Doktori Programjában írja. Fontosabb kutatási területei és témái: digitális kommunikáció; áltudományosság és álhírek; tudománykommunikáció; befolyásolás, manipuláció, megtévesztés és pletyka. Kutatói tevékenysége mellett oktat, illetve képzés- és tudományszervezéssel is foglalkozik.

Szemes Botond

A magyar új hullám mediális közege és cselekvőhálózata

A lepukkant hangzás esztétikája

Mint minden kulturális-társadalmi jelenség, úgy a magyar új hullám zenei közege is az 1980-as években összetett cselekvőhálózat mentén szerveződik, amelyben az emberi és a nem-emberi cselekvők egyaránt meghatározó szerepet játszanak. Amennyiben a nem-emberi cselekvők felől közelítünk ehhez a hálózathoz, akkor jobban kirajzolódhatnak azok a technikai, társadalmi, politikai és esztétikai összefüggések, amelyek a működését strukturálják. Az új hullám vizsgálatakor ezért a tanulmány az intézményeken és zenekarokon túl külön figyelembe részesíti a másolt kazetta médiumát és az általa létrehozott jelentéseket is. Hogyan rögzítették zenéjüket az egyes előadók, akiknek nem volt lehetőségük a hivatalos nyilvánosságban szerepelni? Hogyan hozza létre a hallgatóságot a kazetta mozgása? Mit jelent a gyenge hangzás esztétikája? Médiumtörténeti kutatásom a hordozók működésének vizsgálatán és mélyinterjúkon keresztül igyekszik feltárni azt a hálózatot, amely létrehozza az 1980-as évek új hullámának nevezett kulturális irányszatot.

Kulcsszavak: cselekvőhálózat, kazetta, médium, művelődési házak, hangrögzítés, szamizdat, autentikusság, új hullám, jel–zaj–arány, anyagiság

Bevezetés

E tanulmány egy jól körülhatárolható elméleti keretbe illeszkedik, és két, egymással szorosan összefüggő feltevésből indul ki. Az egyik az a médiaelméleti alaptétel, hogy egy médium sohasem ártatlan csatornaként közvetíti az információt, hanem a jelentést alakító és alkotó közegként értelmezhető. Innen nézve a médiumok mintegy programozzák, hogy milyen gyakorlatokat lehet velük végezni, és alakítják (létrehozzák) az azokban résztvevőket is. Ezen alapul a második feltevés: a *kultúrtechnikák* nem a szubjektumok által végzett tevékenységek, hanem olyan habitualizált gyakorlatok, amelyek felépítik ezeket a szubjektumokat (és az objektumokat is) (Vismann 2017: 60–61, Maye 2017: 127).

A gondolatmenet ezáltal szorosan kapcsolódik a Bruno Latour-féle cselekvő–hálózat-elmélethez (*Actor-Network Theory*, ANT) is. Az ANT a „társadalmi” és a „társast” (*social*) nem egy adott, más kulturális jelenségeket magyarázó stabil tényezőként, hanem egy folyamatosan újrarendeződő hálózatként képzei el (Latour 2005), amelyben az emberek és a nem-emberek egyenértékű cselekvő ágensekként jelennek meg (Latour 2002: 247–260). Aki énekelt már mikrofonba, tudja, hogy az nem egyszerűen a hangképző szervek meghosszabbítását és felerősítését jelenti, hanem az éneklő szubjektum és a mikrofon, illetve más eszközök kapcsolatuk során történő átalakulását is: nem ugyanúgy éneklünk és viselkedünk mikrofonnal, mint nélküle. A vizsgálat innentől kezdve tehát nem az eszközt saját céljai érdekében használó, független szubjektumra kérdez rá.¹ Témánknál maradva: a könnyűzene egésze lenne elképzelhetetlen a technológiák nagyfokú cselekvőképessége nélkül, ahogyan például a rockzene teljes hatásmechanizmusa és legfőbb esztétikai jellemzői is a kihangosítható és torzítható gitáron alapulnak (Jones 1992).

1 „Az emberi (*Menschsein*) és általában az embernek tulajdonított cselekvőképesség ebben a kapcsolatrendszerben nem eleve adott, hanem legelőször kultúrtechnikák segítségével alakul ki” (Siegert 2017).

De nemcsak újabb műfajok és a zenészszerp újabb lehetőségei jönnek létre az újabb médiumok következtében, hanem a zenéhez való hozzáférés technikai magát a hallgatóságot is alakítják. A hangrögzítők és az adathordozók elterjedésének komoly következménye például, hogy függetlenítették a zenélés pillanatától a zenehallgatás élményét (Bryne 2012: 75); a *walkman* megjelenése pedig megalkotta a modern, tömegben létező, a külvilág jeleit értelmező, de a zenehallgatás során magányos, személyes élményt megelő identitást (du Gay 1997: 8–40). Mindennapi tapasztalásunk lehet: a hordozható zenelejátszók és a fülhallgatók olyan intim viszonyt alakítanak ki egyes előadókkal, amely korábban csak koncerteken volt elképzelhető. Ezen a ponton a technológia és az érzelmek vagy az ízlés kölcsönhatása is láthatóvá válik: olyan zenét hallgatunk fülhallgatóval, amelyet szeretünk vagy amely iránt érdeklődünk – és gyakran azokat a zenét szeretjük, amelyeket valaha fülhallgatóval hallgattunk.

A kultúratudományi megközelítés tehát nem merülhet ki egy médium általános leírásában, hanem azt is vizsgálnia kell, hogy az egyes cselekvő-hálózatokban milyen kapcsolatba kerül más ágensekkel – legyenek ezek intézmények, eszközök, más médiumok vagy emberek. E dolgozat ilyen szemszögből kívánja vizsgálni az 1980-as évek magyar új hullámnak nevezett könnyűzenei-kulturális hálózatát. Azt igyekszik feltárni, hogy miként hozzák létre az amatőr rögzítő és továbbító eljárások az 1980-as évek új hullámának zenei közegét – azaz hogyan szerveződik ez a cselekvő-hálózat, milyen zenekarok létrejöttét teszi lehetővé, és ebben milyen esztétikai hatások és jelentések létesülhetnek.

A kutatás egyes humán szereplőkkel készített interjúkon és a rögzítőeljárások technikai vizsgálatán nyugszik. Mély-interjút készítettem Víg Mihállyal, a Balaton zenekar vezetőjével, Menyhárt Jenővel, az Európa Kiadó frontemberével és Kirschner Péterrel, aki sokáig mint rajongó, majd kisebb zenekarok (például a 2. Műsor), később az Európa Kiadó gitárosaként vett részt a zenei életben, illetve Grandpierre Attilával, a Vágtázó Halottkémek vezetőjével. Ezek a szóbeli, egyenként körülbelül 60 perces beszélgetések főként arra irányultak, hogy milyen módszerekkel és technikai eszközökkel lehetett egy, a hivatalos nyilvánosságban nem jelenlévő és még az internet előtt működő zenekar hanganyagait terjeszteni; valamint hogy mi jellemezte maguknak az előadóknak a zenehallgatását. További interjút készítettem Lehoczki Lászlóval, az Ikarusz Művelődési Ház egykori technikusával és Valent Erzsébettel, a művelődési ház programszervezőjével. Ezekon kívül az egyes előadók Facebook-eseményeire visszaigazoló közönség közül a már az 1980-as években is rajongókat kérdeztem, hogyan ismerkedtek meg az adott előadóval.² Ezeknek eredményeit a gondolatmenetbe illesztve idézem.

A zene rögzítése és terjedésének társadalmi-politikai következményei

A magnókazetta mint adathordozó a vizsgált közeg egészének szempontjából nagyon meghatározó médium. Mozgása, azaz a kazettával végzett kultúrtechnikák egy kezdetben leginkább fiatal művészekből és értelmiségiekből álló közösségeket szerveztek újra, terjesztettek ki és hoztak létre. Miközben fontos szem előtt tartanunk, hogy a kazetták előállítására és másolására más kulturális csoportok által is gyakorolt tevékenység, jelen esetben ennek kizárólagossága egy alternatív nyilvánosságot eredményezett, komoly esztétikai következményekkel járt, és lényegileg befolyásolta az így létrehozott alkotásokat.

Hiszen maguk az egyes zenészek is ezeknek a mozgásoknak a révén jutottak el fontos inspirációt jelentő külföldi mintákhoz, azaz ők maguk is egy olyan információs hálózat részei, amelyet később majd a hallgatóságuk alkot újra. Víg Mihály visszaemlékezése szerint a Fiala Művészek Klubjában az 1970-es évek végén

„...volt egy angol fickó, aki minden lemezt elküldött két héten belül a haverjainak (például Molnár Gergőnek, Najmányinak), amit aztán szalagos magnóval vettünk át. Ez egy szűk kör volt, és annak a 15–20 embernek megvolt a David Bowie, Bryan Eno, Roxy Music, Devo,

² Elsősorban az Európa Kiadó koncerteseményeire visszaigazoltak közül került ki az a 12 fő, aki részletesen válaszolt arra, hogyan ismerkedett meg a zenekarral, milyen közegben hallgatta zenéjüket, milyen jelentést tulajdonít(ott) annak, illetve hogyan alakultak a fogyasztási szokásai a rendszerváltást követően. A kiválasztás további szempontja volt, hogy ne csak budapesti válaszadókra támaszkodjon a kutatás, így 7 budapesti és 5 vidéki válaszadóval interjúztam, akik 20 és 30 év közötti fiatalok voltak az 1980-as években.

Lou Reed. A hetvenes évek zenéi, amiket akkoriban a rádió aztán tényleg nem játszott. ... Bizonyos értelemben sokkal naprakészebb voltam, mint mondjuk ma vagyok. ... Nekem volt egy szalagos magnóm, és egész nap azt hallgattam. Sokkal több zenét, mint ma például.”

Azaz nem egy bevett, általános mintázat, hanem ismeretség és technikai lehetőség szerint, egyéni módon jutott hozzá bizonyos zenekarokhoz, ezáltal tartozhatott egy közösséghez valaki. Menyhárt Jenő például a Molnár Gergely (az új hullám egyik elődzenekara, a Spions vezetője) a *Mozgó Világban* megjelent cikke és a Ganz Mávag Művelődési Házban tartott előadása révén ismerkedett meg a punk szellemiségével.

„És ezzel kapcsolatban megismerkedtem emberekkel, és hozzám kerültek ilyen kazetták, például a Sex Pistols és más punkzenekaroké. Így egyszerre kaptam egy kontextust, és hallottam magukat a számokat is.”

Természetesen az analóg rögzítélfeljárások sem a „valóság” leképezését jelentik, még ha annak fizikai nyomait is hordozzák (Schröter 2012) – jelen esetben is erősen befolyásolta a kazetták minősége, hogy milyen hangzást tulajdonítanak a referenciaként működő külföldi mintáknak a hazai hallgatók. Az említett zenekarok hatása a magyar új hullámra pedig számottevő, elég, ha Menyhárt Jenő énekstílusát hasonlítjuk össze David Byrne-ével, a Talking Heads frontemberével.

Fontos mozzanat az Új Hullám hálózatos működésében, hogy az alkotók úgy terjesztették saját zenéjüket, ahogyan ezeket a külföldi előadókat is hallgatták: a másolt kazetták által szervezett, személyes kapcsolatokon alapuló, alternatív nyilvánosság esetlegességében. Kisebb zenekaroknak a legtöbbször rajongók által felvett, még a kor megítélése szerint is rossz minőségű felvételei keringtek, míg nagyobb, nevesebb zenekarok – amellet, hogy adatközlőim leginkább koncertfelvételekre hivatkoznak az ő esetükben is – komolyabb apparátussal tudtak albumokat rögzíteni kvázi stúdiókörülmények között. Meglehet: hírnevük is ezeken a technikai feltételeken alapult. Ezek leginkább nem kazettás, hanem szalagos, bizonyos esetekben többsávos magnókkal történő felvételeket jelentettek.

Ez az egyéni lehetőségek és nem hivatalos megvalósulások legkülönbözőbb válfajait eredményezte. Az Európa Kiadó első két albuma például a baráti körhöz tartozó Balázs Béla Stúdió pályázatára benyújtott zenés filmpályázat alapján készülhetett el. Az előre kitervelt trükk szerint a stúdió – mielőtt döntést hozna a pályázatról – a hanganyagok rögzítését kérte a zenekartól az Ikarusz Művelődési Házban, amire biztosították az anyagi forrást is. Majd a felvételt meghallgatva elutasította a projektet – így a film a tervnek megfelelően nem született meg, de a hozzá tartozó zene (a *Love '82* és a *Jó lesz '84* anyaga) viszonylag jobb minőségben, magnókazettára másolva terjedhetett. Ugyanígy a filmrendező szakon tanuló Müller Péter zenekara, a Sziámi is tudott filmzeneként rögzíteni anyagokat többsávos, szalagos magnók segítségével.

Ezzel párhuzamosan több rajongó valóban filmekben keresztül ismerte meg az együtteseket. Az egyik adatközlő Bódy Gábor filmrendező *A kutya éji dala* című, utolsó nagyjátékfilmjéből ismerte meg az A. E. Bizottság és a Vágtázó Halottkémek együttest, amely utóbbi külföldi ismertségét és karrierjét nagyban segítették a rendező által az Ikarusz Művelődési Házban készített felvételek. Ez a nemzetközi (nyugati!) ismertség tette lehetővé, hogy a zenekar első stúdióalbumát még a rendszerváltás előtt, 1988-ban Hollandiában tudja felvenni – majd fél évvel később Magyarországon is megjelentetni. További filmes megjelenésre fontos példa lehet Xantus János *Eszkimóasszony fázik* című népszerű filmje is, amely a benne zenélő és játszó Trabant zenekar ismertségét eredményezte.

A Trabant és a Balaton Lukin Gábor által kifejlesztett rögzítélfeljárása, a „ping-pongozás” megvilágító erejű a korszak mediális környezetére nézve. Ennek értelmében egy AKAI gyártmányú szalagos magnóra felvett dob és basszusgitar sávját egy másik magnóra és szalagra vettek át, mialatt a meglévő alapra újabb hangszerekkel, jellemzően ritmusgittárral, esetleg szintetizátorral játszottak rá. Ezt követően visszajátszották a felvételt az első magnóra egy újabb szalagra, miközben felénekeltek rá az éneksávokat is. Eközben természetesen folyamatosan romlott a hangzás, de „a két-három váltás utáni romlást még hallgathatónak ítélte a zenekar” – mondta Víg Mihály.

A felvételekhez való személyes hozzájárás pedig ugyanígy fizikai, nagyon is tárgyi-anyagi élményt jelentett, hiszen nem az ismeretlen helyről érkező, anyagtalan rádióhullámokon vagy az internetes megosztóoldalakon terjedt az információ. Személyesen kellett megszerezni egy példányt olyasvalakitől, aki már része a „beavatottak” körének,

és saját másolatot kellett készíteni – vagy elmenni az Ikarusz Művelődési Házba, ahol hozott kazettára átmásolták a keverőpultból felvett szalagos magnó felvételét. Ez a személyes bevonódás, a fizikai cselekvések kultúrtechnikái alapvetően határozták meg az 1980-as évek underground kultúrájának működését és jellegét. Mindez pedig egy olyan egyedi élményt jelentett, amely a bennfentesség és a titokhoz való hozzáférés érzetét nyújtotta. Az effajta *autentikusság* minden elkülönülő kulturális csoport lényegi alkotóeleme, ami jelen esetben a színhagyomány útján és a magnókazetták mozgása révén terjedő információ felől írható le. Egyik adatközlőm megfogalmazásában: „Tudtam, hogy ez *más*, ez nem populáris zene, mondanivalója van, és *nem szól mindenkihez*.” E kapcsán a kezdetben rajongó, majd fontos zenekarokban játszó Kirschner Péter köztes pozíciója is fontos lehet:

„Az emberek identitásának része mind befogadói, mind előadói oldalról volt ez az ellenzéki-ség, társadalmilag, művészileg, politikailag is. És ilyen értelemben a kaland része volt, hogy nehéz hozzájutni a zenéhez. Akinak lemeze jelent meg, az könnyen kerülhetett az áruló kategóriába... Például amikor az Európa Kiadó első lemeze kijött, akkor azt sokan fanyalognva fogadták, hogy »megjelent egy lemeze, már nem is az igazi.«”

Egészen sajátos módokon terjedtek a tizenegy évig betiltott Vágtázó Halottkémek felvételei is. A zenekar már első, házibuliszerű próbáját is egy magnóra rögzítette, s ennek másolatai hamar keringeni kezdtek először Budapesten, majd országszerte. Megjelentek továbbá a főváros utcáin olyan feliratok, mint például a „Tiszta örület! VHK!”, illetve maguk a zenekar tagjai is, akik a Váci utcán sétálva kihangosítva játszották le finoman szólva sem makulátlan hangzású zenéjüket. A személyes élmény és a lejátszás bátorsága hamar nagyon különös aurát teremtett a zenekar körül. „Az emberek évekig azt gondolták, hogy ez nem is zene” – nyilatkozta Grandpierre Attila.

Az autentikusság érzetét tovább erősítette, hogy minden egyes átmásolt felvétel egyedi példányt hozott létre, hiszen minden átvételkor változott a hanganyag minősége és az adathordozó szalag fizikai szerkezete. Aki egy felvételt birtokolt, az annak tudatában tette, hogy ez a verzió csak nála található meg: a kazetta gyűjteni érdemes, egyedi tárggyá válik. A populáris kultúra rajongóinak működése lényegében a hagyományos filológiai tevékenységek, kultúrtechnikák megfelelője (Steinfeld, 2004: 8-9), ami jelen esetben hatványozottan igaz, hiszen ezek közé tartoznak olyan, a korszak rajongóira is erősen jellemző gyakorlatok, mint:

- a variációk birtoklása;
- a szorosán nem az előállított produktumhoz köthető ereklyék megőrzése (egy adatközlő szavaival: „Még a plakátokat is gyűjtöttem abban az időben, olyan vicces zenekarnevek voltak, és szerettem a grafikájukat is”);
- a műfaji kategorizáció (Kirschner Pétert idézve: „Annak idején mi először New Wave-nek hívtuk, meg punknak. Aztán ... szerintem undergroundnak hívtuk aztán. Ez az alternatív, ez később lett”);
- az alapos idézettudás;
- a szerzők biográfiájának ismerete; valamint
- az elrejtett utalások és ismeretlen töredékek felfedezése, rendszerezése és archiválása.

Mindezek a technikák, amelyek legfontosabb ágensei a másolt kazetták voltak, tovább szervezik a kialakult közeget. A magyar viszonylatban ez a filologizáló tevékenység egyfajta archeológiai jelleget ölt, amennyiben nincs lehetőség teljes sorozatok vagy az eredeti példányok gyűjtésére, azaz a saját állományok sohasem törekedhetnek valamiféle teljességre, hanem különlegességek egyedi tárházaként működtek.

A „titokhoz való hozzáférésnek” persze tagadhatatlanul politikai jelentése is volt: a kazetták terjedése egyfajta szamizdatkultúrát eredményezett, amely ugyan nem egy államilag betiltott, de saját, az államtól sokban független nyilvánosságot hozott létre. Politikai jelentése nem is a zenekarok és számaik konkrét politikusságában ragadható meg: az utalás és a kettős beszéd unalmas egyszerűsége³ helyett inkább a csatornáinak és közegének ebben

3 Unalmas egyszerűségeen egy olyan homályos hasonlat- és metaforahálózatot értek, amelynek áthallásait nem a képek megformáltsága, hanem előadói pátosz eredményezi. Ebben az esetben a pontos jelentést felülírja a kettős beszéd lehetősége: mindenki tudja, hogy nagyjából mire kell gondolni az egyszerűnek tűnő képek (rózsa, zászló, fagyi) helyett; és erre a működésre az előadásmód vállalt heroikussága, pátosza erősít rá. Persze az effajta kifejezőmód felfedezhető az új hullám zenekarainál is, de esetükben a dal és a szöveg értékét és erejét nem (csak) ezek a tartalmak hozzák létre, hanem például a hangosítás nyersessége és a rögzítéstechnika esetlegessége is.

a függetlenségében és az előadók egyéni gesztusrendszerében jött létre valamilyen politikai jelentés. Beszédes lehet ebből a szempontból, hogy Víg Mihály az egyre többet átmásolt kazettákon az egyre érthetlenebb szöveg befogadását technikai szempontból a Szabad Európa Rádió adásaihoz és annak hallgatásához hasonlította.

Érdekes, hogy ebben a politikai és mediális közegben viszonylag rövid idő (akár egy-két év) alatt milyen rohamosan nőtt az egyes előadók ismertsége. Az újfajta nyilvánosság – amely a rendszerváltással egy időben, egy mediális rendszerváltás keretében szinte el is tűnt – meglepően hatékonyan működött: a színhagyomány és a felvételek keringése már nem csak Budapesten tette elérhetővé és hallgatottá az előadókat. A kulturális csoport kiszélesedett és országos méretűvé vált.

„Örülök a szerencsének, hogy ilyen környezetem volt. Akkoriban nehezen volt vidéken elérhető az ilyesmi. Megszerettem ezt a zenét, hamar megérintett ez a stílus. Az első élmények az Eurokontroll koncertről készültek, nem túl jó minőségű kazettához kötődtek”

– foglalta össze a helyzetet egyik interjúalanyom; míg egy másik arról számol be, hogy a dalok java részét már azelőtt kívülről tudta, hogy koncerten megismerte volna az Európa Kiadót. Több zenekar élménye, hogy egy vidéki városban első látogatásuk során a közönség – noha semmilyen nyilvánosságban nem szerepeltek – már ismerte számaikat.

Ennek a sokszori újrhallgatásnak és „számtanulásnak” az érzelmi töltetét szintén a hordozó materiális jellemzőjén keresztül fogalmazzák meg a legtöbben, és a kazettákat „rongyosra hallgató” technikáról beszélnek, amely kifejezés a kor kulturális és mediális környezetének leírásakor igen pontosnak tűnik.

A legtöbb rögzített anyag pedig koncertfelvételeket jelentett, ami tovább erősítette a hordozóval való foglalatosság személyes élményét. A számokon kívüli egyéb gesztusok, mindenekelőtt a felkonferálás művészete is megjelenik így a kazettákon – gondoljuk például Menyhárt Jenő elhíresült „hölgyeim és uraim” magázó megszólítására, vagy az URH 1985-ös emlékkoncertjére, amelynek elején Müller Péter Sziámi a „megszállott” szó két jelentésével játszva egyszerre nevezte idegbetegnek és külföldi erők uralta helynek Magyarországot és Európát. Továbbá maguk a hangosításra és a hangzásra való reflexiók is felkerülnek a hordozókra – az említett URH-felvételen a hangtechnikushoz, bizonyos Győzőhöz intézett kiszólások parodisztikus gyakorisága is a zenei élmény szerves részét képezi, ugyanis ez a felvétel számított „hivatalosnak” a rajongók körében.

Éppen ezért, mielőtt rátérnénk a hanghordozók társadalmi és politikai jelentései mellett arra kérdésre, hogy mit, milyen hangzást tesz lehetővé az átmásolt magnószalag, és ennek milyen esztétikai következményei lehetnek, fontos kitérnünk a közeg intézményi működésére is. Azaz pontosabban a koncerthelyszínek és a fontosabb központok működését kell feltárnunk a cselekvőhálózat árnyaltabb megértéséhez, hiszen az intézményi feltételezettség a mediális viszonyokkal együtt alkotja a kitteri értelemben vett lejegyzőrendszereket (Krämer, 2014: 167), jelen esetben pedig a művelődési házak alapvető szerepet töltöttek be a szintér kulturális működésében.

Művelődési házak és klubok

Az új hullám legfontosabb intézményi központjai egyes művelődési házak és kollégiumok klubjai voltak (az Ikarusz Művelődési Ház, a Ráday Klub, a Bercsényi Kollégium, a Kassák Klub stb.), ahol más művészek és művészeti ágak mellett a hivatalosan nem támogatott zenekarok is adhattak koncerteket. Ezek a helyek gyakran fizikailag is a periferián, azaz a város külsőbb kerületeiben voltak elérhetőek.

A művelődési házak kulturális működése az 1960-as és az 1970-es évekre nyúlik vissza, az akkori olvasóköri, ismeretterjesztő előadások és más produkciók által alkotott nyilvánosság idejére. A Ganz-Mávagban komoly színvonalú képzőművészeti- és filmklubok üzemeltek az 1970-es évek második felében, és

„...ugyanitt kapott rendszeres próba- és fellépési lehetőséget a [kulturális élet központi alakja] Najmányi László vezette Kovács István Stúdió is, mely ... a korszak egyik legígéretesebb alternatív színházi műhelye volt” (K. Horváth 2010: 126).

A közös kulturális hálózat ez esetben sem egy elszigetelt zenei közeget jelentett. Annak, hogy a független színházi kísérletek a zenekarokhoz képest kisebb hatástörténettel bírnak, médiatörténeti okai vannak: egyszerűen nincsen vagy alig van archivált anyag a társulatok működéséről, amelyeknek központi szerepe és hatása így egyre inkább kiesik a kulturális emlékezetből.

Konkréten a zenei új hullámmal kapcsolatban az egyik legnagyobb hatású rendezvény Molnár Gergelynek, a későbbi Spions⁴ zenekar alapítójának a Ganz-Mávagban tartott kortárs rocktörténeti előadássorozata volt: a Lou Reed-feldolgozásokkal kísért, főként New York-i artrock szellemiségét és esztétikáját bemutató estek alapvetően fontos szerepet játszanak az 1970-es évek rockzenéjének hazai recepciójában. Ezáltal ismét a kazettás felvételek által közvetített élményekről szóló előadások váltak a korszak referenciapontjává. Már említettem, milyen fontos inspirációt jelentett mindez Menyhárt Jenő esetében. És kapcsolatban állt például a későbbi Spionssal Müller Péter is, aki artistamozgásokat tanított be a zenekarnak – Molnár Gergely disszidálása után a Kontroll Csoport egy emlékeztet szervezett neki és zenekarának ajánlva, aminek következtében egészen a rendszerváltásig nem adhatott ki stúdiólemezt.

Az Ikarusz Művelődési Házban tartott, a hivatalostól eltérő művészeti produkciók szintén színházi gyökerekhez nyúlnak vissza: itt működött a jelentős, nagyon egyedi megszólalást kialakító H.U.R.K.A társulat is, amelynek kései előadásai után, vagy azok szünetében(!) már rövid koncerteket is szerveztek (például A.E. Bizottság) a dolgozók. A társulat feloszlását követően a művelődési ház a megürült teremben rendszeres próba- és koncertlehetőséget biztosított frissen alakuló új hullámos zenekaroknak, s a Kontroll Csoportot saját együtteseként fogadta el. A technikai felszerelés Nyugaton turnézott zenekarokon és a Fémipari Szakszervezeten keresztül épülhetett, ám sok esetben az itt dolgozó technikusok saját maguk építettek a berendezést, például az erősítőket. Mai szemmel meglepő az összefüggés: az Ikarusz viszonylag fejlett hangtechnikája az ott működő nyelvkurzusokhoz épített nyelvi laborból, azaz a különböző módon kapcsolható beszélők és hangfalak rendszeréből nőtte ki magát. A próbaterem egy 16 sávú keverőt is tartalmazott, sőt itt nyílt lehetőség demofelvételek készítésére is. Az említett Európa Kiadó-albumokat egy négy sávú szalagos magnó segítségével rögzítették a stúdiók körülbelül 32 sávjához képest, oly módon, hogy két sávra dobot, a másik kettőre pedig a gitárokat rögzítették sztereó hangzásban, majd az így létrehozott zenét egy kétsávú magnó egyik sávjára vették át, a másikra pedig az éneket. A zenék vágása fizikailag, a szalag vágása során történt, nem ritkán végzetes hibákkal. A felszerelést – Lehoczki László technikus szavaival – „nem lehet stúdióeszközöknek nevezni, csak erős jóindulattal”.

Ugyanitt komoly másolóüzem is működött, szintén a hivatalos keretektől független nyilvánosság részeként. A koncerteket keverőpultból szalagos magnóra rögzítve tárolták, és a behozott vagy postán feladott kazettákra másolták át a rajongóknak, viszonylag jó minőségben. Ezáltal a főként kazettamozgások és koncertek által rendeződő cselekvőhálózatok fontos központjává válhatott a művelődési ház. A koncertek rögzítése mellett lehetőség nyílt forgatásokra is, amelyekből készült felvételek fontos kordokumentumok – ezek közé tartoznak *A kutya éji dalának* 1982-es koncertfelvételei, köztük a VHK, a Bizottság és Méhes Marietta fellépése is.

A lepukkant hangzás esztétikája

Mire képes tehát egy magnószalag, mit tesz lehetővé mint hordozó? Mindenekelőtt használatának fontos jellemzője egy erős hangromlás/-módosulás. Az 1980-as évek elején használt szalagos magnó esetében még nincs optimalizálva, hogy milyen sebességgel tekerik a szalagot a különböző magnók, így átmásolásakor a hanganyag önkéntelen felgyorsítása vagy lelassítása gyakori jelenségnek számított. Lényeges újítást jelentettek a korszakban egyre népszerűbb, már optimalizált lejátszási sebességű és könnyen hordozható kazetták és kazettás magnók, ám ezek esetében is a szalag mágneses hordozórétege – amely a legtöbb és legolcsóbb esetben vasoxidot (Fe₂O₃) jelentett – már használat előtt is sűrűlódó zajt, úgynevezett sajátfrekvenciát tartalmaz, amely a lejátszások és átmásolások során tovább erősödik (Berressem 2016: 22–40). Azonban ebben az esetben a zaj nem mint kiküszöbölendő probléma vagy származékos

4 Beszédes, hogy az új hullám alapító zenekarának tekintett Spions fennállásának három koncertje közül kettő technikai problémák miatt félbeszakadt...

veszteség jelenik meg, amelytől a zene élvezetének érdekében el kellene tekintenünk. Éppen ellenkezőleg, az új hullám felvételei esetében *a zaj és az információ eggyé válik*. Míg *a zaj információértékkel bír* – gondoljunk a hangzás vadságára, nyersességére, politikai konnotációira, addig *az információ sokszor zajjá válik* – gondoljunk a rongyosra hallgatott kazettákat a Szabad Európa Rádióhoz hasonlóan hallgató rajongókra. Mindez különösen igaz egy olyan korban, amikor az információ értékét veszti („Egy hang/a rádióból/elhallgatja a lényegét” – Kontroll Csoport), azaz ahol az egyedüli hírértéket a hír hiányáról beszámoló üzenet hordozza („A hírnök jön, és integet/Hírek már rég nincsenek” – Európa Kiadó).⁵

Ez – a komoly információelméleti következmények mellett – az új hullám legfontosabb jellemzője, zenéjének és gesztusrendszerének lényegi összetevője is, amiben a punk műfaji hagyományának és jelentésrétegeinek továbbélését láthatjuk kiegészülve más cselekvőkkel: a magnókazettákkal, a művelődési házakkal, az egyetemi kollégiumokkal és egy sajátos kultúrpolitikával.

„Ennek a zenének, a mi zenénknek a sallangmentessége ... nagyon vonzott. Egészen más-hogy bánik a hatással mint céllal, mint eszközzel ez a zene, mint a hagyományos rockzene”

– fogalmazza meg Kirschner Péter. Menyhárt Jenő is a „lepukkant” hangzás és az amatőr felvételek esztétikai előnyét emeli ki a jobb minőségű stúdiófelvételekkel szemben:

„A 80-as években találták ki ezt a sávonkénti takjeles [metronóm], tulajdonképpen mozaik-szerű lemezkészítést, hogy zenészek beülnek egy stúdióba és egyesével játszanak. Ez egy nagyon steril, mérnöki, tiszta jelleget eredményezett – a hatvanas évek zenekari lendülete, testibb, összehúzottabb hangzása eltűnt. Hangparaméterek szempontjából nyilván tisztább zene jött létre, de kicsit mechanikusabb is. Ezek inkább így választódtak el: az ilyen stúdiólemezek minden mástól, amit hallottunk. Máshogy szóltak ugyanazok a dolgok élőben, mint lemezen.”

Majd hozzáteszi saját zenekara kapcsán, hogy:

„...ezért is volt jó, hogy a *Popzene* című lemez után fél évvel kiadtuk a Zichy-kastélyos felvételünket. Az egykazettás magnóval felvett koncertfelvétel volt, és annyira jól sikerült, hogy ki is adtuk. Azon lehetett hallani, hogy milyen az egész élőben – és milyen volt stúdióban. ... A mai napig sajnálom, hogy akkor egy olyan energia és nyersesség volt a zenekarban, amiben az egész ereje állt, és amihez képest [a *Popzene* stúdióban felvett anyaga] nagyon hallgatóbarát kis hangzás lett.”

A Vágtázó Halottképek nem csak zenei inspirációkból kialakított, ősi-mitikus hangzás- és gondolatvilága nyers, elemi hatásokon és egy közösségben való feloldódáson alapuló világnézetet jelentett. Mindez szintén a punk és a rockzene esztétikájában és az erősítő és rögzítőapparátusok „lepukkant” hangzásában talált kifejezésre. Grandperre Attila ordítószövegei és a túlvezérelt hangosítás mehökkentő nyersséggel tudott megszólalni; minden

„...gerjedt, összevissza recsegett-ropogott ... sőt használtunk olyan szalagos magnót, amit tudtunk visszhangosítani, de úgy, hogy úszott az egész. Tehát nem egy zeneakadémiai, tiszta hangzásra törekedtünk, inkább, hogy az az élmény, amit mi átélünk, jelenjen valahogy meg. Ami... hát szokatlan hangzásokat eredményezett.”

⁵ Ide sorolható a 2000-ben kiadott Sziámi-szöveg is, amelyben maga az alternatív megszólalás válik hírértékké: „Én vagyok a hírnök, Én vagyok a hír.”

Olyannyira, hogy akadt olyan jó szándékú hangosítójuk, aki koncert közben lekeverte a zenekart a pultban, mert nem tudta elképzelni, hogy ez a hangzás szándékolt is lehet. Ezekon az extrém eseteken kívül azonban a korszak előadói és hallgatói nem reflektáltak kifejezetten a hangzás rossz minőségére.⁶ Szintén Menyhárt Jenőt idézve: „Ez ma hangsúlyozódik ki, hogy rossz minőségű, akkor így hallgattunk zenét. Nem volt zavaró, sőt meg is szoktuk.” Vagy az egyik adatközlő szavaival: „Az a hangzás ahhoz a korhoz és ahhoz a zenekarhoz kötődött.”

A 20. század könnyűzenéjének fontos következménye, hogy felülíródik benne az európai művészet- és művelődéstörténet azon eljárása, amely a jelentést és a testi-érzéki effektusokat szétválasztva kezeli (Kittler 2015). Ennek megfelelően az új hullám esetében az egyben feljátszott nyers, testi-érzéki zeneszámok és a rögzítés anyagisága gyakran párosult ugyanilyen nyers és érzéki dalszövegekkel. Zajos hangzása és helyenként „megalázó, durva” szövegei pedig hasonló testi-érzéki cselekvésre ösztönzik a koncertek közönségét vagy az azokat felvételen hallgatókat... Az autentikusság köréhez tartozó, archiváló tevékenységet folytató hallgatók így testileg is bevonódnak a hangsúlyosan materiális úton terjedő, saját anyagiságát előtérbe állító zenék működésébe.

Végezetül látni kell a kazetták egy további, a befogadás élményét és a kulturális csoport alakulását is befolyásoló jellemzőjét is. Különböző előadók kerülhetnek ugyanis a másolás során a különböző kazettaoldalakra, így variálódó kombinációkban, egymás kontextusaként értelmezik egymást az egyes szereplők – jó példa erre az egyik adatközlő által is említett „Eurokontroll” kazetta, de akár olyan keverékek is, ahol mai szemmel nem feltétlenül az új hullámhoz kapcsolódó előadók is egy-egy másolatra kerülnek. Zenekarok időben egymástól távol, más klubokban elhangzott koncertjei kapcsolódnak tehát össze egy-egy hordozón. Ez egyrészt a kulturális csoporthoz tartozó zenekarok kijelölését és összetartozását eredményezi, másrészt jelentést alakító hatása is van, amennyiben az egyes előadók egymás viszonyában válnak értelmezhetővé. Mindez tovább erősíti a hivatalostól független és az eredeti kiadványokat nélkülöző vagy háttérbe szorító nyilvánosság egyediségét és esetlegességét – amit a hangzás minősége is közvetít.

Ennyiből is látható: bármely fontosabb cselekvőtől indulunk, mindig hasonló összefüggésekhez jutunk el. A mediális feltételek, a közösségi működések, valamint az egyes zenekarok esztétikai és eszmei jelentése szétszálazhatatlanul összecsúsznak tehát az előadók, a közönség, a koncerthelyszínek, a kazetták és a magnók főbb aktoiraiból álló cselekvő-hálózatban az 1980-as évek első felében. Módszertanilag kifizetődőnek bizonyul ennek feltérképezését nem-emberi cselekvőn keresztül elvégezni, hiszen azok nem egy előre értelmezett és behatárolt jelentésmezőt közvetítenek, hanem egyszerre hordozzák a jelenségek különböző politikai, társadalmi és esztétikai vetületeit. *Az ezáltal láthatóvá váló hálózat és az abban végzett gyakorlatok azok, amelyek kitermelik az egyes humán szereplőket és létrehozzák a magyar új hullámként jelölt kulturális irányzatot.* Ennek vizsgálata kettős tétellel bír. Egyfelől egy politikai és mediális értelemben is elmúlt korszak alaposabb megismerését, ezáltal a rendszerváltást követő könnyűzenei működés jobb megértését teszi lehetővé. Másfelől egy másfajta hálózatosságon, az online tartalmak terjedésén nyugvó kultúránk felől is fontos tanulságokkal szolgálhat.

6 Kifejezetten saját készítésű koncertfelvételek és nagyon sokszor átmásolt kazetták esetében sem említik, hogy zavaró lett volna a hangzás minősége.

Irodalom

- Berressem, Hanjo (2016): Rezgések: magnetofonra venni az akusztikus tudattalant. *Prae*, 3. sz. 22–40. o.
- Bryne, David (2012): *How Music Works*. San Fransisco: McSweeney's.
- du Gay, Paul (1997): *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*. London: SAGE Publications.
- K. Horváth Zsolt (2010): A gyűlölet múzeuma. *Korall*, 39. sz. 126 o.
- Kittler, Friedrich (2015): Preparing the Arrival of Gods. In: Stephen Sale & Laura Salisbury (eds.): *Kittler Now*, pp. 95–115, Cambridge: Polity Press.
- Krämer, Sybille (2014): Friedrich Kittler – az időtengely-manipuláció kultúrtechnikái. *Prae*, 4. sz. 167. o.
- Latour, Bruno (2002), Morality and technology. The end of the means. *Theory, Culture & Society*, vol. 19, nos. 5–6, pp. 247–260.
- Latour, Bruno (1994), On Technical Mediation. *Common Knowledge*, vol. 3, pp. 29–64.
- Latour, Bruno (2005): *Reassembling the social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. New York: Oxford University Press.
- Maye, Harun (2010): Was ist eine Kulturtechnik? *Zeitschrift für Medien- und Kulturforschung*, vol. 1, pp. 121–137.
- Schröter, Jens (2012): Analóg/digitális. Referencialitás és intermedialitás. *Apertúra*, tavasz, <http://uj.apertura.hu/2012/tavasz/schroter-analogdigitalis/>.
- Siegert, Bernard (2017): Ajtók: a szimbolikus materialitásáról, ford. Urbán Bálint, *Tiszatáj Online*, <http://tizatajonline.hu/?p=102554>.
- Steinfeld, Thomas (2004): *Der leidenschaftliche Buchhalter*. München: Carl Hanser Verlag, pp. 8–9.
- Steve, Jones (1992): *Rock Formation: Music, Technology, and Mass Communication*. Newbury Park & London & New Delhi: SAGE Publications.
- Vismann, Cornelia (2017): Kultúrtechnikák és szuverenitás. *Tiszatáj*, 2. sz. 60–67. o.

Abstract in English

DIY Cassette Culture in State-Socialist Hungary

This paper discusses how certain features of a DIY media environment had facilitated the making of Hungarian new wave, punk, alternative and skin subcultures (mainly based on music) in the 1980s. How could be the music recorded, transformed and spread through the whole country and abroad, and how 'alter' music scenes could be organised without any television, radio, press or magazine coverage due to the neglect and prohibition of cultural and political governance? How does the tape cassette function as an actor in this network? What are the specialties of this environment? These issues are studied as part of a research trying to unfold the political, social and aesthetic aspects of the subculture based on the tape cassette on the basis of interviews with former band members and fans.

Keywords: noise, tape cassette, new wave, samizdat, recording, actor-network, medium

Szemes Botond (1994), az ELTE BTK Irodalomtudományi Doktori Iskolájának doktorandusza. A kortárs kultúra-tudományokhoz kapcsolódó kutatási témái közé tartozik a tudományos olvasás változása az általános digitalitás korában, valamint az 1945 utáni magyar próza. A prae.hu *Huszonegyedik* című tárcasorozatának alapító-szerkesztője.

Sipos Balázs

Pacifizmus, militarizmus, propaganda

Kádár Judit *Az Új Idők az első világháború alatt (1914–1918)* című könyvéről

Kádár Judit recenzeálandó könyve a XX. század első fele népszerű családi hetilapja, az *Új Idők* első világháborús éveit mutatja be. A kötet műfaját (alcíme szerint) „Képes történelmi-kulturális olvasókönyv”-ként határozta meg a szerző, aki a bevezetőben szintén „olvasókönyvnek” nevezi munkáját (19. o.). Ez a meghatározás egyrészt azt jelenti, hogy az *Új Idők* egymást követő számaikat ismerjük meg 1914 elejétől 1918 végéig, tehát a rendezővel a hetilap számai jelentik (és az egykorú szerkesztői szándék), Kádár Judit pedig nem gondolt ki másikat. Másrészt azt, hogy több olyan oldalpár is van a könyvben, ahol másfél oldalnyi idézetre-illusztrációra féloldalnyi magyarázó szöveg jut – másutt viszont ez az arány pontosan fordítva alakul. Azaz valóban nem monográfiáról van szó, és nem is „olvasókönyvről”, hanem vegyes műfajú kiadványról, amelyben a szerző nem egyszerűen „csak” kiválogatta a relevánsnak gondolt szövegrészleteket és képeket (festményeket és fotókat), hanem azokat mindig kontextusba helyezte, értelmezte. Az idézeteket ráadásul tárgyszavakkal látta el. E margóra tördelt tárgyszavak szerint is lehet tehát a kötetet (ha nem is könnyen) olvasni, amennyiben nem a kronologikus rendet kívánja valaki követni. Ez pedig azt jelenti, hogy a kronologikus rendhez képest Kádár Judit „mégis” felkínál egy saját (másik) olvasási-értelmezési lehetőséget. Sajnos ő ebben a munkájában nem élt azzal a lehetőséggel, hogy a tárgyszavak által kínált vonalat is kövesse és egy utószóban vagy záró tanulmányban, tematikus szempontból közelítve összefoglalja, ezen a módon miként is értelmezhető az *Új Idők* „szövegfolyama”. A kötethez készített informatív Bevezetés ezt nem pótolja, mivel az az *Új Idők* alapításáról, a szerkesztő Herczeg Ferencről, a hetilap jellegéről és a háborús propagandáról szól.

Az *Új Idők* a századforduló dualista Magyarországa, majd a Horthy-korszak egyik legnépszerűbb hetilapja volt, népszerűsége – a hetilapok közül – megjelenése nagyobbik részében csak a Színházi Élet című filmes, színházi és sztármagazinéhoz fogható. Jellegét tekintve, mutat rá Kádár Judit, „ismeretterjesztő-szórakoztató családi lapnak”, „általános érdekű magazinnak” (12. o.) tekinthető – és pontosan ezért problémás, hogy ugyanő másutt mégis „irodalmi-kulturális” (11. o.) kiadványnak, a Nyugat „riválisának” nevezi (250. o.), és így a Nyugathoz hasonlítja, „szépirodalmi lap”-nak tartja (173. o.), vagy azt írja, hogy „szépirodalmi irányultsága ellenére a lap minden száma teret biztosított ... ismeretterjesztő írásoknak” (70. o.).

Kádár Judit elemzése során szerencsére inkább „ismeretterjesztő-szórakoztató családi lapként”, „általános érdekű magazinként” elemzi az *Új Időket*, azaz bemutatja, milyen sokféle módon és milyen sokféle társadalmi, tudományos, kulturális, irodalmi jelenséggel foglalkozott. Ezt a döntését nemcsak a szerkesztő, Herczeg Ferenc memoárjában szereplő meghatározás támasztja alá, miszerint családi lapot alapított (Herczeg 1985: 286.), hanem az *Új Idők* téma- és rovatstruktúrája is (a kettő nem minden esetben fedi egymást): ugyanis egyebek között szépirodalmi szövegekről, festményekről, szobrokról, híres emberekről, híres emberek lakásáról (stb.) közölt fényképek, híres emberekkel készített interjúk, őket bemutató riportok, lelki és divattanácsadásról szóló tudományos-ismeretterjesztő cikkek a lapban. Világnézete se egynemű volt: a jobboldali (Bata 2019: 123) címke pontatlan, mert inkább a hibriditás jellemezte (Papp & Sipos 2017: 202–216).

Úgy vélem, Kádár Judit könyvének legérdekesebb és legfontosabb megállapítása ehhez, azaz az eszmei sokszínűség kérdéséhez kapcsolódik. A lap irodalmi szövegeinek és illusztrációinak elemzése révén azt mutatja be ugyanis a szerző-összeállító, hogy az *Új Idők* már az első világháború kitörése után nem sokkal közölt pacifista szövegeket, azaz nem nevezhető kizárólagosan háborúpártinak – még ha ilyen szövegek is megjelentek benne. (Itt fontos azt a Kádár Judit által is hangsúlyozott tényt megemlíteni, hogy Herczeg unokaöccse meghalt a háborúban, ami a szerkesztő életének leginkább traumatikus eseményének tűnik – Herczeg 1993: 37–38.) Tehát az *Új Idők* ebből a szempontból is hibrid médiatermék volt, amit úgy is leírhatunk, hogy a háborúhoz való viszonyát is belső pluralizmus. (Kádár megfogal-

mazásában „ambivalencia” – 18. o.) jellemezte. Például 1915-ben egyrészt az ellenséget bizonyos esetekben barbárként ábrázolta (146. o.), aminek funkciója az indulatok fenntartása lehetett, másrészt ugyanekkor közölt háborúellenes költeményeket is (165. o.). Ennek a „következetlenségnek” nem az volt az oka, hogy időközben a háború menetében fordulat állt volna be, hiszen mindkét közlés ugyanabban az évben, egymástól időben nem nagy távolságra történt.

A kötetet olvasva olykor úgy éreztem, mintha Kádár Judit túl óvatos lenne, amikor saját eredményeit értelmezné. Legalábbis én így értelmezem az olyan megjegyzéseit, minthogy Herczeg Ferenc „képtelen volt leplezni [saját] pacifizmusát” (uo.) vagy a következő kijelentés: „Herczeg *Az arany hegedűt az Új Időkből* olyannyira hiányzó, hazafias magyar háborús regénynek szánhatta, de pacifizmusát nem sikerült ellepleznie” (181. o.). Ezt vagy úgy tudom érteni, hogy Herczeg szerkesztőként háborúpárti akart lenni, íróként viszont pacifista volt, vagy úgy, hogy íróként háborúpárti akart lenni, de nem sikerült neki – és még szerkesztőként sem tudott háborúpárti szövegeket „szerezni”. A Kádár Judit által leírt jelenséget (ha valóban erről volt szó Herczeg esetében) valójában nem tudom értelmezni. Felmerülhet ugyanakkor annak a lehetősége, hogy meg kellene különböztetni egymástól a „hazafias” és a „háborúpártit”, és nem kellene feltételezni, hogy a hazafias (vagy nacionalista) automatikusan háborúpártit is jelent. Talán segít értelmezni a jelenséget, ha Herczeget következetes nacionalistának tartjuk, ám „következetlen” militaristának.

A Kádár Judit fenti leírása és értelmezési kísérlete kapcsán általam érezni vélt ellentmondást, feszültséget a szerző „óvatosságán” kívül azzal is meg tudom magamnak magyarázni, hogy olykor némi ellentét feszül a modellszintű elgondolás és a kutatási eredmény között. Ha például úgy gondoltuk, hogy mint minden kormánypárti időszak kiadvány, így az *Új Idők* is háborúpárti volt, és azt tapasztaljuk, hogy az nem teljesen igaz, akkor az általános feltevéssel nehéz megmagyarázni a konkrét esetet, mivel ez ellentmond annak.

E kissé suta gondolatmenetet két példával szeretném alátámasztani.

Először visszatérnék Herczeg pacifizmusának kérdéséhez. Kádár Judit két módon értelmezi azt, hogy a *háború alatt* magyar szerzők populáris (szórakoztató) regényeit folytatásokban közölte az *Új Idők*: egyszer azzal, hogy a szerkesztőség érzekelte a „kimerült lakosság elégedetlenségét”, és a figyelmét kívánta így elterelni (169. o.), másszor pedig azzal, hogy a „kormánypárti laptól elfogadhatatlan pacifizmus vádját” próbálták ilyen módon elkerülni (218. o.). A két, egymással ellentétes, de egymást nem feltétlenül kizáró magyarázat egyaránt a háborús propaganda vélt/valós igényei felől közelít a kérdéshez. Szerintem azonban inkább arról lehetett szó, hogy az *Új Idők* piaci alapon működött, és ennek megfelelően közölt *mindig, azaz békeidőben és a háború alatt is* rendszeresen a „magaskultúra” és a „tömegkultúra” közé pozícionálható, szórakoztató műveket. A háborús időszakból hivatkozott magyar szerzőkre is igaz, amit Kádár Judit a hetilapban békeidőben megjelentett külföldi szerzőkről írt: „...többnyire professzionális, de másodvonalbeli” szerzők voltak (13. o.).

Vagy egy másik példa: Kádár Judit konstatálja, hogy a világháború kitörése után elterjed a francia- és angolellelenség Magyarországon (ezt Vörös Boldizsár [2010] tanulmánya mutatja be legjobban, amelyre azonban Kádár nem hivatkozik). Könyvében egy helyütt pedig ezt írja:

„Ekkor [1917-ben] jöhetett divatba a többek közt gróf Károlyi Mihályné, Andrassy Katinka grófnő aranyhímzéses bíborbársony ruháját készítő titokzatos Madame Sidi műhelye is, amelynek már neve is mutatja, hogy az előző három év francia divat ellen irányított propagandája az arisztokráciára nem hatott, és talán nem is nekik szólt” (215. o.).

De a könyvben közölt eredeti felvétel képaláírása szerint (is) a készített bársonymente kurucos szabású, azaz nem a francia divatot követi. Ráadásul Madame Sidi (más forrásokban a Szidi névalak fordul elő) szalonja már a világháború előtt is a Kristóf tér 6. alatt működött, a tulajdonos pedig valójában Schwarcz Szidi (Szidónia) női szabó. Az érdekes ebben csupán az, hogy Schwarcz Szidi megtartotta a franciás márkanévét – de nincs szó az arisztokráciára „szemforgató” magatartásáról, a propaganda álságos mivoltáról. Ebben az esetben is azt vélem látni, hogy a szerző általában gondol valamit a társadalmi viszonyokról és a propagandáról, és a konkrét esetet ebből kiindulva próbálja magyarázni, viszont nem vizsgálja meg: vajon tényleg arról van-e szó, amit látni vél, és amit értelmezni szándékozik.

A magyarázatokkal kapcsolatos ilyesféle kérdések a kötet nagyobb részét, megállapításainak többségét és a munka egésze megítélését nem érintik. Kádár Judit új könyve ugyanis fontos és tanulságos munka. Egyrészt a középosztály első világháború alatti életének egy médiavállalathoz kötődő, de sok szempontú ábrázolásmódját tárgyalja, amely

tárgyalás egyebek között kiterjed a „teljesen hétköznapira”, az ízlésvilágra és a politikai beállítódásra is. Másrészt alaposan feltárja egy fontos hetilap működését, a militarizmushoz, a pacifizmushoz és a nacionalizmushoz való összetett viszonyát. (Kádár Judit *Az Új Idők az első világháború alatt (1914–1918): képes történelmi-kulturális olvasókönyv*, Országos Széchényi Könyvtár, Budapest, 2018, 320 oldal, 3990 forint.)

Irodalom

Bata Tímea (2019): „Falusi képeskönyv” – népies témájú fotográfiák az Új Időkben. *Korall*, 73. sz. 112–144. o.

Herczeg Ferenc (1985): *Herczeg Ferenc emlékezései*. Budapest: Szépirodalmi Kiadó.

Herczeg Ferenc (1993): *Herczeg Ferenc emlékezései: Hűvösvölgy*. Budapest, Szépirodalmi Kiadó.

Papp Barbara & Sipos Balázs (2017): *Modern, diplomás nő a Horthy-korban*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Vörös Boldizsár (2010): Nemzeti Park, Vilmos Császár út és a Hősök Söre: Háborús névadások Budapesten 1914–1918 között. *Médiakutató*, X. évf. 1. sz. 116–121. o.

Sipos Balázs médiatörténész, habilitált egyetemi docens az ELTE BTK Új- és Jelenkori Magyar Történelmi Tanszékén. Legutóbbi könyvei: *Média és demokrácia Magyarországon* (2010), *Modern, diplomás nő a Horthy-korban* (2017, Papp Barbarával) *Women and Politics: Nationality and Femininity in interwar Hungary* (2019). Legutóbbi szerkesztett kötete: *A női kommunikáció kultúrtörténete* (2019, Krász Lillával). Legutóbbi írása a *Médiakutató*-ban: „Bevezetés az internetes kommunikációba. Szűts Zoltán *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei* című könyvéről (2019. nyár).

Szlama Gabriella Zsófia

Hogyan kommunikálnak a nők?

Sipos Balázs és Krász Lilla *A női kommunikáció kultúrtörténete* című könyvéről

Az elmúlt években egyre gazdaságosabbá vált a nőikkel kapcsolatos szakirodalom, részben pótolva a történetírás eddigi hiányosságait, amely hiányosságokat Pető Andrea *A társadalmi nemek és a nők története* (2006) című munkájában vetett fel. Pető tanulmányában a történetírás tudománnyá válását a modern nemzetállamok kialakulásával teszi egy időre. Ez a politikátörténet elsősorban férfiközpontú volt, az általunk ismert munkák államférfiakat, uralkodókat és felfedezőket helyeztek előtérbe. A nőközpontú történetírás megjelenése a XIX. század második felére datálható, és egyfajta kettősség jellemzi: mi a szerepe a női egyenlőségért folytatott társadalmi harcban és hogyan alakíthatja át a történetírás egészét? Ebben a szellemenben született meg a közelmúltban számos munka, például Sipos Balázs és Papp Barbara könyve, a *Modern, diplomás nő a Horthy-korban*.

Szintén Sipos Balázs nevéhez kötődik az itt áttekintett munka, amely Krász Lillával közös szerkesztésükben *A női kommunikáció kultúrtörténete* címet viseli. A tanulmánykötet hiánypótló mind a kommunikációtudomány, mind a történettudomány területén, s mindkettő szakirodalmi anyagát gazdagítja. A kötet tizenhárom tanulmányból áll, amelyet az Eötvös Loránd Tudományegyetem, a Szlovák Tudományos Akadémia és a Bécsi Egyetem tudományos munkatársai, docensei, adjunktusai és tanárai írtak. Szerkesztése átgondolt és jól felépített. Az értekezések három témakör alá tagozódnak be: családi kommunikáció, levelezés; társadalmi kommunikáció és a nőiesség jelentésének formálása; társadalmi kommunikáció és a női aktorok. (Ez alól egyedül Krász Lilla „A nőörténet és a kommunikációtörténet historiográfiai perspektíváiról” című írása jelent kivételt, amely közvetlenül az „Előszót” követi.) A szövegek ettől függetlenül tetszőleges sorrendben olvashatók, önmagukban külön-külön is értelmezhetők. A szerzők munkái közel azonos hosszúságúak.

A publikációk sokszínűek: egyaránt található a kötetben mikrotörténeti munka és nagyobb, átfogóbb írás is. Jelen kritika terjedelmi követelményei nem teszik lehetővé az összes munka bírálatát, így csak néhányra térek ki a továbbiak során.

A „Családi kommunikáció, levelezés” című fejezet egyik legérdekesebb textusát Géra Eleonóra írta. A történész több más munkája is magánlevelek feldolgozására, értelmezésére épült, és ez alól a „Családi levelek, családi játszmák” sem kivétel. A szöveg a néhány éve levéltárba került Rédly–Hellebranth család nőtagjainak levelezését vizsgálja, s illeszti be a XX. század eleji Magyarország középosztálybeli helyzetébe. A család 1912-ben került nehéz helyzetbe, s a megváltozott anyagi körülmények miatt kényszerűen kettévált: a testvéreket és az unokatestvéreket Hellebranthék Amerikába költözése óceánnyi távolságra választotta el egymástól. Géra a családtagok közötti levelezést felhasználva rekonstruálja az egész família történetét, amelyet érdekes, ugyanakkor olvasmányos formában tár az olvasóközönség elé. Ilona, Berta és Baby üzenetváltásai és küldeményei intim bepillantást nyújtanak a család életébe, megmutatva a korszak középosztálybeli nőinek munkavállalási és magánéleti nehézségeit, elképzeléseit és vágyait. Az írás egy rövid, mindössze fél oldalas összefoglalóval zárul, amely a családon belüli női szerepkörökről szól, és amely hosszabb kifejtés esetén még inkább kontextusba helyezhette volna ezt az érdekes és színes írást.

A „Társadalmi kommunikáció és a nőiesség jelentéseinek formálása” című fejezet három művet foglal magában. Mátay Mónika a deviancia és a lázadás kérdéskörével, Varga Zsuzsanna a propaganda keresztüztüzebe került falusi nőikkel, Bartha Eszter pedig az 1970-es évek munkásnőivel foglalkozik. Valamennyi írás többféle szemszögből vizsgálja a XX. század nőit, beleértve az oktatás, a politika vagy éppen a szexualitás kérdését.

A kötet utolsó fejezetében („Társadalmi kommunikáció és női aktorok: tartalom-előállítás”) öt kutató dolgozza fel a különböző női szerepek kérdését. Ebben a passzusban ókori görög költő- és filozófusokról, modern kori művésznőkről és bábákról, társadalmi helyzetük kialakulásáról és elfogadottságáról olvashatunk. A fejezet egyik prominens írása

a szerkesztőhöz, Sipos Balázshoz köthető, aki a női újságírás megjelenését kutatja. Jól felépített szövege betekintést nyújt a magyarországi sajtó modernizálódásának folyamatába és az újságírói hivatás professzionalizálódásába. Sipos emellett felvázolja a női újságírás megjelenésének zordon körülményeit, el nem fogadottságuk stádiumát. Írását az „első öt” női újságíró életútjának és tevékenységének feldolgozásával színesíti: Szederkényi Anna, Stephani Elza, Kovács Lydia, Hollós Lipótné de Grobois Nandine és Zempléni P. Gyuláné története segít megérteni a korabeli női újságírók helyzetét.

A női kommunikáció kultúrtörténete című tanulmánykötet nagyszámú, főként levéltári forrást dolgoz fel. Legnagyobb érdeme az, hogy árnyaltabbá és komplexebbé teszi a női kommunikációról szóló ismereteinket. A kérdést több irányból is megközelítik a szerzők: a magánlevelezés és a hivatalos sajtóanyag mellett interjúkat is olvashatunk. A kötet egyaránt megjelentet mikrotörténeti írásokat és nagyobb, átfogóbb kérdéseket feszegető irományokat is – magyar és egyetemes témákban egyaránt. A témák a történelem egészére eloszlanak, egészen az ókortól napjainkig számos kérdéskört tárgyalnak (ez alól egyedül a középkor jelent kivételt). A tanulmányok szövegezése tudományos és precíz, nyelvezetük ugyanakkor könnyen érthető, olvasmányos. A kötet nem tartalmaz képi illusztrációkat, és bár ezek nélkül is érthető az egyes tanulmányok, néhány fotó és ábrázolás tovább színesíthette volna a művet. A könyvet elsősorban történészeknek és társadalomkutatóknak ajánljuk, ugyanakkor letehetetlen lehet azoknak is, akik nem tudományos pályát választották maguknak. (Sipos Balázs & Krász Lilla (szerk.): *A női kommunikáció kultúrtörténete*, Napvilág Kiadó, Budapest, 2019, 204 oldal, 2800 Ft)

Irodalom

Pető Andrea (2006): Társadalmi nemek és a nők története. In: Bódy Zsombor & Ö. Kovács Szilveszter (szerk.): *Bevezetés a társadalomtörténetbe. Hagyományok, irányzatok, módszerek*, 521–538. o. Budapest: Osiris Kiadó.

Szlama Gabriella Zsófia diplomáit az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karán szerezte előbb történelem alapszak, később művelődéstörténet mesterszakon. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának hallgatója. Érdeklődési köre a XIX–XX. századi divat története, kutatási témája a hazai emancipáció és a női nadrágviselet kapcsolata. Email: zsofi.szlama@gmail.com

Lips Adrián

A közép- és kelet-európai népszerű film kultúrtörténete

A Dorota Ostrowska–Francesco Pitassio–Varga Zsuzsanna szerkesztette *Popular Cinemas in East Central Europe: Film Cultures and Histories* című kötetéről

E kötet 2017-ben az I. B. Taurus Kiadó gondozásában jelent meg Londonban és New Yorkban. A szerkesztők közül Dorota Ostrowska egyetemi adjunktus a londoni Birkbeck Egyetem Film és Modern Média Tanszékén, Francesco Pitassio egyetemi docens az olasz Udine Egyetem Filmtudományi Tanszékén dolgozik, Varga Zsuzsanna pedig magyar nyelvet és kultúrát tanít a skót Glasgow Egyetemen. Vizsgálatuk fókuszát a filmek, azon belül is a második világháborútól a posztkommunista időszakig Közép- és Kelet-Európában született népszerű filmek jelentik.

A szerkesztők különösen fontosnak tartják, hogy a Közép- és Kelet-Európában készült népszerű film mint műfaj kialakulásában az 1930-as és az 1940-es években a nemzetépítés igénye mellett fontos szerepet játszott az amerikai, hollywoodi filmgyártás és gondolkodás is. Emellett érdemes kiemelni, hogy vélhetően az említett nemzetépítés sürgető szükségletének és az amerikai népszerű filmgyártás tapasztalatainak ötvözése vezethetett a szerzők által vizsgált egyedi, közép- és kelet-európai film létrejöttéhez. Ez az egyediség pedig arra utal – és ez a kötetben található írásokból is kiderül –, hogy a műfaj és alműfajai országokként és kultúráként különböző megoldások mentén jöttek létre vagy formálódtak tovább.

Ivan Klimeš a cseh történelmi film és a történelmi tradíciók feléledését mutatja be az 1938-ban készült *The Merry Wives* című alkotás segítségével. Az Otakar Vávra rendezésében készült vígjáték Klimeš olvasatában a fenyegetettséget érző társadalmat (a Csehszlovákia és felbomlására való törekvések társadalmi lenyomatait) reprezentálja. Véleménye szerint nem meglepő, hogy a történetvezetést tekintve az alkotók a cseh történelmi mítoszok, emblematikus figurák és ősök ábrázolását választották. Varga Zsuzsanna az 1930-as és az 1940-es évek magyar sztárrendszerének kialakulását vizsgálja, külön kiemelve a férfisztárok (mint Jávor Pál és Kabos Gyula) kezdeti jelentős szerepét, egészen az új típusú női sztárok (mint Karády Katalin és Muráti Lili) megjelenéséig. Karády esetében mindössze a szereplésével elkészült húsz nagyjátékfilmre tesz utalást, noha az általa is idézett szakirodalomban (Király 1989) és a korábban általam recenzált kötetben (Gajdó et al. 2016) is részletezve van a színész nő teljes filmográfiája (húsz nagyjátékfilm és négy rövidfilm). Kutatói szempontból a téma vizsgálata és nemzetközi szintérbe való emelése több problémát is felvet, és David S. Frey (2014)¹ írását követően Varga a második releváns szerző, aki erre megoldási kísérletet tesz. Šárka Gmíterková Oldřich Nový csehszlovák férfiszínész sztárszerepének 1936-tól kezdődő kialakulására és 1955-ig tartó átforgalmazására hívja fel a figyelmet írásában. Szerinte imágójának létrehozásában, megkonstruálásában segítséget nyújtott a korabeli média. Emellett a színész egy olyan sajátos játékstílust alakított ki magának, amely a II. világháborút követően, az 1950-es évek közepéig a filmkészítők segítségével multimediális imágóvá alakult át. Gmíterková szerint az utolsó periódusban leginkább nosztalgikus perspektívában merült fel a kereslet az Oldřich Nový szereplésével készült filmek és az időközben átalakult imágó iránt. Az 1960-as éveket követően leginkább úgy tekintettek rá, mint idősödő ikonra, aki színészi játékával több későbbi generáció gondolkodását és játékstílusát

1 Frey írásában a Karády-jelenség különböző korszakokkénti identitás-konstrukciós elemeire hívja fel a figyelmet.

inspirálta. Varga Balázs írásában az 1940-es és az 1950-es évek magyar filmgyártását vizsgálja.² Kitér az 1930-as és az 1940-es évek sztárrendszerének megszűnésére, az 1940-es és az 1950-es évek „társadalmi problémákat” megjelenítő filmalkotásaira és az 1950-es évek nemzeti- és politikainarratíva-reprezentációira. Petr Szczepanik a csehszlovák paródiakánon szerepét elemzi az 1920-as évektől az 1980-as évek végéig, különös tekintettel az 1964-es *Lemonade Joe* című alkotásra. Szerinte a paródia műfaja a vizsgálati időszakban a műfajra nehezedő politikai nyomásgyakorlás miatt a „puha ellenállás” eszközévé vált. Paul Coates kutatási témája a II. világháború utáni lengyel filmgyártás. Írásában a különböző politikai háttértényezők figyelembe vételével kitér az alkotások adott időszakban szembeállítható szocialista és kritikai realizmusára. Dorota Ostrowska az államszocialista Lengyelországban 1945-től 1956-ig készült idegen nyelvű filmek szerepét vizsgálja. Tanulmányában kiemeli, hogy a különböző műfajok (a bűnügyi filmek, a komédia, a melodráma) újradefiniálási folyamaton mentek keresztül annak érdekében, hogy tökéletesen illeszkedjenek a szocialista világnézet kereteibe. Ezzel párhuzamosan a művészfilmek világában felelt a humanizmus igénye, és az ebben a szellemben készült alkotásokat ma a lengyel humanista filmiskola jelentős produkcióiként tartják számon. Mikołaj Kunicki az 1960-as években készült lengyel bűnügyi és westernalkotások³ szerepét elemzi. Kutatása ismertetésében felhívja a figyelmet a korszak televíziós iparának fellendülésére és a kelet–nyugat-konfliktus néhány sarokpontjára. Matilda Mroz az 1960-as és az 1970-es évek *epic film*jeit vizsgálja,⁴ amelyek kutatói álláspontja szerint az elemzett periódusban meglehetősen historizáltak és politikailag ideologizáltak tekinthetők. Pavel Skopal a *Three Wishes for Cinderella* című, 1978-as csehszlovák–kelet-német koprodukcióban készült nagyjátékfilmet állítja kutatói érdeklődésének középpontjába. Olvasatában *Cinderella* (vagyis *Hamupipőke*) transznacionális karakternek tekinthető, amelynek előképei lehetnek a szovjet *Zohuska* (1947), Disney *Cinderellája* (1950) és a csehszlovák *Popelka* (1969). Gelencsér Gábor az 1970-es és az 1980-as évek magyar szocialista bűnügyi filmjeivel foglalkozik tanulmányában. Kiemelt példája a *The Vulture (Dögkeselyű)* című, András Ferenc rendezésében 1982-ben létrejött filmalkotás. A film érdekessége az, hogy az adott korszakban jelenlévő szocialista szemlélettel ellentétben a történetvezetésben a bűn nem külföldről érkezik, hanem a társadalom szerves részeként jelenik meg. Francesco Pitassio az 1989-es időszakot követő legkiemelkedőbb cseh filmeket elemzi. Felhívja a figyelmet a korabeli alkotásokat övező jelentősebb nemzetközi érdeklődésre, amelyet az 1996-os *Kolja* című film Oscar-díja is megjelenít az átlagnéző és a témát kutatók számára. A film erejét a kutató szemszöge alapján az adja, hogy megjelenik benne a vélt vagy valós pánszláv-mítosz parodizálása (a verbális kommunikáció nehézsége a közös nyelvcsalád ellenére), a nemzeti zászlók egymás mellé helyezése, a feldolgozott urbánus legendák, és végül, de nem utolsósorban a szovjet/ orosz kultúra Európára gyakorolt hatása. Elżbieta Ostrowska a lengyel posztkommunista népszerű mozit vizsgálva és kiemelve néhány fontosabb műfaj történelmi, nemzeti és politikai vonatkozásait arra a megállapításra jut, hogy a lengyel melodráma és romantikus komédia esetében is fontos szerepet játszik a múltat a jelenel, a nemzeti nyelvet az idegen nyelvvel, az általánost az egyetemessel, a hagyományost a modernnel való összehasonlításának igénye. Clara Orban az 1980-as évek végétől készült jelentősebb magyar népszerű filmek családbarázolásait tekinti át;⁵ az egyes alkotásokban véleménye szerint tetten érhetőek a történelmi változások (a vasfüggöny lehullása) nyomai, karakterkészletükben a szereplők gyakran útkeresők, amely folyamat során baráti és családi kapcsolataik átalakulhatnak, módosulhatnak. Virginás Andrea az 1996-tól 2004-ig terjedő időszak magyar népszerű filmalkotásait (összesen tizenhatot⁶) vizsgálja a hollywoodi filmipar hatásainak függvényében. Kiemeli, hogy Budapest és a hollywoodi álmogyár kapcsolata az 1930-as és az 1940-es évekre vezethető vissza, aminek külön érdekessége, hogy az 1931 és az 1945 közötti időszakban 352 filmet forgattak, csak az 1943-as évben pedig 53-at. Az 1996-tól 2004-ig terjedő periódus

2 Mánás Miska, Gábor diák, Rákóczi hadnagya, Állami áruház, Liliomfi, 2x2 néha öt, Az aranyember, Fel a fejfel, Szegény gazdagok, Déryné, Hintónjáró szerelem, Ludas Matyi, Civil a pályán, Különös házasság, Szent Péter, Egy pikoló világos, Körhinta, Csendes otthon, Janika, Bakaruhában, A Noszty fiú esete a Tóth Marival, Gerolsteini kaland, Légy jó mindhalálig, Kölyök, Kiskrajcár, Dollárpapa, Mese a 12 találatról.

3 The Road West, The Law And The Fist, Agnieszka 46, The Artillery Sergeant Kalen, Wolves' Echoes.

4 Knights of the Teutonic Order/Black Cross, The Ashes, Colonel Wolodyjowski, The deluge.

5 Hol volt, hol nem volt, Tüszttörténet, Eldorádó, Sose halunk meg.

6 A miniszter félrelép, Valami Amerika 1, Szabadság, szerelem, Honfoglalás, Csinibaba, Magyar vándor, Sorstalanság, Csak szex és más semmi, Meseautó, Üvegtigris 2, SOS Szerelem, Made in Hungária, Valami Amerika 2, Üvegtigris 3, Coming Out, Megdönteni Hajnal Tímeát.

jellemző vezérműfajának az 1930-as és az 1940-es évekből indult, musical- és showbusiness-elemekkel vegyített *screwball comedy*t tekinti. Jan Hanzlík a Cseh Köztársaságban és Szlovákiában, az Európai Unió kontextusában megvalósult népszerű filmgyártást vizsgálja. Kvantitatív kutatásában kitér a cseh és a szlovák mozik 1993-tól 2014-ig terjedő időszakot érintő bevételeire, a 2009-től 2013-ig relevánsnak ítélt piaci eloszlásra Franciaország, Dánia, a Cseh Köztársaság, Lengyelország, Szlovákia és Magyarország között, és végül a 2006-tól 2013-ig tartó periódus top 10 legnagyobb nézői bevételt hozó cseh és szlovák filmalkotásaira.

A kötetben fellelhető 16 írás szerkezetét tekintve nem minden esetben egységes (érdemes lett volna összehangolni a tanulmányok felépítését, különös tekintettel a szövegekben található főcímek és alcímek azonos arányú felosztására). További kiemelt cél lehet egy későbbi kiadás során a jelen munkában publikált szakmai kutatások és vizsgált periódusok egymással, idővonal alapján történő összevetése, így eredményként egy még átfogóbb és egyértelműbb képet kaphatunk a vizsgálati tárgyul kijelölt témakörrel. Az olvasó kezében tartott kötet összességében szerkesztett tanulmányok segítségével érzékletesen és gazdag, interdiszciplináris perspektívák mentén mutatja be közel 80 év közép- és kelet-európai népszerű filmgyártását, a különböző műfajok kialakulását és átalakulását, a nemzeti és a népszerű kultúra kapcsolatát és műfajformáló elemeit, valamint a sztárrendszer kialakulását, megszűnését, majd a későbbiekben történő (üzletszerű) átkeretezésének igényét és annak megvalósulási formáit. (Dorota Ostrowska & Francesco Pitassio & Zsuzsanna Varga (szerk.): *Popular Cinemas in East Central Europe: Film Cultures and Histories*. London & New York: I. B. Tauris, 2017, 384 oldal, 115 USD)

Irodalom

Gajdó Tamás, Magyar Nóra & Péter Zsolt, szerk. (2016): *Ne kérdezd, ki voltam – Karády Katalin, a diva emlékére*. Budapest: Szépművészeti Könyvek Kiadó & OSZMI.

Frey, David S. (2014): Mata Hari or the body of the nation? Interpretations of Katalin Karády. *Hungarian Studies Review*, vol. XLI, no. 1–2, pp. 89–106.

Király Jenő (1989): *Karády mítosza és mágiája*. Budapest: Háttér Lap- és Könyvkiadó.

Lips Adrián kommunikáció- és médiatudomány alap- és mesterképzésen végzett a Károli Gáspár Református Egyetemen. Mesterszakos éve alatt a Karády Katalin imágója és emberi sorsa köré szerveződő médiareprezentációkat vizsgálta. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának doktorjelöltje. A Károli Gáspár Református Egyetem Benda Kálmán Bölcsészeti és Társadalomtudományi Szakkollégium nevelőtanára, emellett a KRE BTK Művészettudományi és Szabaddolcsészeti Intézet tudományos segédmunkatársa és a KRE BTK Szeleczky Zita Kutatócsoport projektvezető doktorjelöltje. Disszertációkutatásának egyik alapkérdése az, hogy miként befolyásolták az egyes történelmi események Karády Katalin és Szeleczky Zita imágóját és emberi sorsát az 1930-as és az 1940-es évektől az 1950-es évek végéig terjedő időszakban. Email: lips.adrian@gmail.com