

Tartalom

Propaganda

- Takács Róbert :
[Újságírói szerepfelfogások 1954 és 1956 között Magyarországon](#)7-24 [101.09 kB - HTML]

Politika

- Lampé Ágnes :
[Hazai "breaking news". Az MTV ostromának képei](#)29-39 [58.83 kB - HTML]

Digitália

- Hargitai Henrik ,
Tímári Sándor ,
Sütő László ,
Bálint Irén ,
Balla Éva ,
Biró József ,
Szombathy Csaba :
[Digitális földfelszíni rádió-műsorszórás: a T-DAB bevezetése és a digitalizáció hatása a hangzó tartalom-szolgáltatásra](#)43-69 [127.23 kB - HTML]

Térkép

- Balázs D. Attila :
[A határon túli magyar online médiumok tartalomfejlesztési trendváltásai](#)73-90 [94.91 kB - HTML]
- Zsigó Frank Thomas :
[A média szerepe a kanadai nemzeti tudat formálásában és a demokratikus lét erősítésében](#)93-109 [76.98 kB - HTML]

Bulvár

- Haulis Zoltán :
[A televíziós műsorformátumok természete a Friderikusz-show elemzése alapján](#)113-132 [111.59 kB - HTML]
- Abstracts in English137, 139
 - [A Médiakutató 2006. évi számainak tartalma](#)147, 149



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2006 tél

Propaganda

[Takács Róbert:](#)

Újságírói szerepfelfogások 1954 és 1956 között Magyarországon

Újságírói szerepfelfogások 1954 és 1956 között Magyarországon

1945 és 1948 között számos kommunista elkötelezettségű újságíró látott munkához, majd az egypárti diktatúra kiépítése további komoly változást hozott a szerkesztőségek összetételében: az 1940-es és az 1950-es évek fordulóján tömegesen kerültek a lapokhoz munkáskáderek, kiszorítva a „régiságírók” jelentős részét. Az újságírók arra kényszerültek, hogy elsősorban a sajtóirányítás szempontjainak igyekezzenek megfelelni, kommunista meggyőződésük mellett és sokszor saját - szakmai és 1953 után egyre inkább politikai - meglátásaik ellenére is. A kettő közti ellentét egyre nehezebben elviselhető feszültséget generált, amely 1956 októberét megelőzően két ízben is „robbant”. E tanulmány az 1954 ősze és az 1956 októbere közti újságírói vitákon keresztül mutatja be, hogy milyen, a legtöbbször politikailag motivált alternatív vélemények éltek az újságírók körében a sajtó szerepével, az „ideális” újságírással kapcsolatban.

1954 októberében és 1956 júniusában több szempontból is hasonló helyzet volt jellemző a magyar közéletre. A Magyar Dolgozók Pártjának (MDP) Központi Vezetősége 1954 októberének első napjaiban megerősítette Nagy Imre politikáját, és úgy tűnhetett, hogy egy hosszabb bizonytalan időszak zárul le. A központi lapok újságírói párttaggyűléseiken a „demokratikus centralizmus” szokásos gyakorlatán messze túlmutató hevességgel sorakoztak fel mellette. A legnagyobb visszhangja a *Szabad Nép* október 22-25. között megtartott taggyűlésének lett, de komoly vita alakult ki más szerkesztőségekben, így a *Népszava* október 20-i össz-szerkesztőségi és november 6-8-án rendezett párttaggyűlésén is. A *Szabad Nép* taggyűlésén készült jegyzőkönyv szinte „szamizdatként” járt körbe a kommunista értelmiség csoportjai közt (Aczél-Méray, 2006: 286), az ott elhangzottak más szerkesztőségekben is felbátorították a hozzászólókat,¹ akik hangot is adtak hasonló aggályaiknak, indulataiknak, gyakran nagyon hasonló megfogalmazásban. Így történhetett meg, hogy pár hónappal később a korábban természetes gyakorlat, a *Szabad Nép* követése immár vádba fordult, és káros jelenségként említették a *Szabad Nép* „túlzott tiszteletét”.²

Az 1955-ös rendteremtés után 1956 tavaszán-nyarán a Szovjetunió Kommunista Pártjának (SZKP) XX. kongresszusa kínált az 1954-eshez hasonló alkalmat. A személyi kultusz hruscsovi bírálata egy újabb irányváltás lehetőségét vetítette előre, ám a hazai pártvezetés „nem kapkodta el” a következmények levonását. Ebben a helyzetben került sor a Petőfi-kör június 27-i nevezetes sajtóvitájára, amelyen mintegy hétezer résztvevő hallgatta éjszakába nyúlóan a felszólalókat.

Közös vonás volt továbbá, hogy a felszólalók jelentős része - szinte egytől egyig kommunista újságíró - a reformfolyamat mellett foglalt állást. Ezen persze a szerkesztőségi káderanyagok ismeretében nincs mit csodálkoznunk: a *Magyar Nemzet* kivételével, amelynél a lap profiljának megfelelően a munkatársak mintegy fele pártonkívüliekből tevődött össze, a napilapoknál csal elvéve maradtak nem párttagok. A vezéralakok közül jó néhányan 1953 előtt az elkötelezett sztálinisták csoportjába tartoztak.

A pártot a párt ellen?

Mi is a kommunista újságíró kötelessége? Mi sem volt egyszerűbb, mint általánosságban megválaszolni ezt a kérdést: szenvedélyes írásaival a párt politikáját képviselni, mozgósítani a határozatok végrehajtására, küzdeni a szocializmus építésének akadályai ellen. 1954 őszi nyilvánvalóvá vált, hogy ennek az egyszerűnek tűnő elvnek a gyakorlatba való átültetése feloldhatatlan ellentmondásokkal jár. Először is azért, mert az elmélet a hogyanokra vajmi kevés útmutatást adott. A *pro domó*kban, az informális „információátadások” és a letelefonások során számtalan egyéni, aktuális szempont merült fel, és 1953 júniusa után még bonyolultabb lett az újságírók és a szerkesztők helyzete: a politikai vezetésen belüli ellentétek olyan bizonytalanságot teremtettek, amelyben az aktuális pártvonalhoz való igazodás sem volt könnyű feladvány. Ráadásul az „új szakasz politikája” a sajtómunka számára kedvezőbb lehetőséget biztosított, és magában hordozta a minőségi újságszerkesztés esélyét. Az MDP

októberi központi vezetőségi határozatából a Nagy Imre-vonal megerősödését, a reformok folytatását lehetett kiolvasni, és az újságírók számára is újfajta szerepet ígért. A miniszterelnök a *Szabad Népb*ben megjelent cikkében a politika alakításában való részvételt kínálta fel a párttagoknak:

„Nekünk ezt most tovább kell vinni, és el kell érni, hogy a párt egész tagsága egy nyelven beszéljen. Ehhez azonban meg kell változtatni a vezetés módszereit, és fel kell számolni a párttagok szerepéről kialakult bizonyos helytelen nézeteket. Érvényesíteni kell azt, hogy a párttagoknak nem csak a vezetés által kitűzött feladatok végrehajtása terén van igen fontos szerepük, hanem a párt politikájának kialakításában is...”³

A cikk nem említi meg külön az újságírókat, de a véleményformáló szerepre vágyó, cikkeivel – hihetjük: őszintén – segíteni és hatni akaró csoport könnyen magára vonatkoztathatta. Így ez az írás hivatkozási ponttá is vált a szerkesztőségekben tartott októberi vitákban. Az ebben foglaltakon a hozzászólók nem is léptek túl. Az egyetlen kivétel a *Szabad Népb* munkatársa, Kövesi Endre volt.

Kövesi nem volt a lapvezetés tagja, ugyanakkor szélesebb újságírói körökben is nagy tekintélyt szerzett magának egy építőipari vállalat igazgatójáról, Szlota Imréről készített leleplező riportjával, amelyben egy „helyi kiskirály” minisztériumi pártfogók által fedezett csalásait, sikkasztásait írta meg.⁴ Egy ilyen cikk nyilvánvalóan csak a párt engedélyével kerülhetett be a lapba, ugyanakkor Kövesi írása követendő példává vált az újságírók körében, ami azt mutatja, hogy a szakmai presztízsskálán a nagy hatású, szenzációt jelentő írások, az „oknyomozó újságírás” előkelő helyen állt. Ráadásul a „hivatalból” az üzemeket, a vidéket járó újságírók számtalan „Szlota-ügyről” tudtak.

Kövesi Endre a sajtó szerepéről a párt központi lapjának párttaggyűlésén úgy fogalmazott:

„Mi a sajtó szerepe? Minden poszton a társadalom érdekeit kell képviselni. Ezt ellenőrizni kell. Ilyen erő a párt. Egy bizonyos ponton azonban a párt és az állam csúcsai összefonódnak. Az állami szervektől független lelkiismerete lehet az államnak a sajtó. Az abszolút hatalmat mindenki felett ki kell terjeszteni, és ebben a sajtó óriási szerepet játszhat. Például a Szabad Népb független szervezet.”⁵

Írásban ezt a véleményét Kövesi valószínűleg nem vállalta volna, különösen azt, hogy az a napilap, amely a pártközpont egyik osztálya volt, független szervezet volna. Ezt tetézte egy másik kijelentésével, amely az MDP 1954 júniusában megrendezett III. kongresszusának legitimitását kérdőjelezte meg. Így álláspontját még azok is elutasították, akik egyébként erőteljes kritikát fogalmaztak meg a pártvezetéssel szemben. Elhatárolódásukat persze az is motiválta, hogy mindenképpen kerülni akarták: a reformpolitika mögött felsorakozók „lázasát” egy ilyen felszólalás diszkreditálja (Révész, 1999: 229–230).

A szokatlanul éles viták azonban más fórumokon is hoztak a Kövesiéhez hasonló kijelentéseket. Az Országos Testnevelési és Sport Bizottságnak (OTSB) az 1954-es labdarúgó-világbajnokságot követő rendteremtése⁶ által „felzaklatott” sportújságírók Magyar Újságírók Országos Szövetségében rendezett vitáján, az ügyben érintett kollégáik elleni fellépéssel kapcsolatban Máté György, a *Szabad Népb* munkatársa úgy fakadt ki, hogy azt

„...a bírálókat durva elfojtásának, a kormányprogrammal szembeni durva fellépésnek, a polgári sajtószabadsággal szembeni – már tudniillik a polgári értelemben vett sajtószabadsággal szembeni...”

fellépésnek tartja.⁷

Kövesi kijelentése a Rákosi Mátyás távollétében Farkas Mihály által vezetett PB-ülésen alkalmat adott arra, hogy a taggyűlésen elhangzottakat ekképp fordítsák el: „A szerkesztőbizottság a gyakorlatban olyan tendenciának is utat enged, hogy a Szabad Népbet valamiféle párttól független napilappá tegyék.”⁸

Az újságírók egy markáns csoportja ugyanakkor úgy fogalmazott meg a fentihez hasonló álláspontot, hogy próbált arra is ügyelni, ne lépje át a Rubicont, vagyis megmaradjon pártszerű keretek között. Ennek megfelelően megerősítették, hogy a sajtó nem független szervezet, elismerték a pártirányítás jogosultságát, sőt szükségességét, ugyanakkor olyan önállóságot, ítéletalkotási szabadságot követeltek, amely a „pártegység” és a „demokratikus centralizmus” érvényben lévő elvével és gyakorlatával éles ellentmondásban állt:

„Megalkuvás nélkül kell harcolni a párt politikájáért. Egyvalami nem jöhet: hogy a párttagság tudomásul vegye, ha el akarják téríteni a júniusi politikától. A párt platformján mi állunk, nem az ellenállók.” (Novobáczky Sándor)

„A Központi Vezetőség lapjában nem jelenhet meg egyetlen sor sem, amely ellentétes a párt politikájával. De lehetnek olyan cikkek, riportok, glosszák, hírfjek, ahol a Szerkesztő Bizottság álláspontja és a Szabad Népb pártirányítását intéző felső szervek nézetei között különbség van.”⁹ (Fehér Lajos)

A fenti követelések nem tagadják a kommunista sajtófelfogás azon tételét, hogy az újságírás a párt politikájának kiszolgálója, ám felcserélik a vonatkoztatási pontokat, és a politikaformáló igénnyel fellépő újságírót teszik meg etalonnak a párt(vezetés) esetleges – és a tapasztalatok alapján nem valószínűtlen – fordulataival szemben. Hasonló szellemben nyilatkozott Méray Tibor is, amikor kijelentette, hogy a „párt mi vagyunk, mi párttagok és pártvezetők”, elutasítva, hogy a pártot – a párttagok háta mögött – a Központi Vezetőség (KV) határozatával ellentétes szellemben irányítsák.

Ez az elképzelés tehát lényegét tekintve nem különbözik a Kövesi által megfogalmazottaktól, hiszen középpontjában az áll, hogy a hatalmat a sajtónak ellenőriznie kell, csupán világosan kifejti, hogy az ellenőrzés

szinormértéke a KV októberi határozata, vagyis az új szakasz politikája.

Őszinteség mindenekfelett és a „túllicitálás”

A viták során az egyik központi kérdés volt, hogy miként is kell az újságírónak a valósághoz viszonyulnia. Az alábbi idézetekkel akár azt is megpróbálhatnánk igazolni, hogy az objektivitásra törekvő lapkészítésnek komoly táborra volt. A valóságghú ábrázolásmódnak azonban itt nem a tárgyilagosság, hanem az őszinteség volt a jelszava.

„Nem egyszer azon gondolkodunk, hogy elég pozitív-e ahhoz, hogy egy negatív írást, vagy elég negatív-e ahhoz, hogy egy pozitív írást adjak le. Ez nem jó. Az életet kell megírni, ahogy van.” (Dobozi Imre)

„Le kell szoknunk a problémamentes szemléletről, a kilúgozott, kihérelt frázisokról: át kell térni arra, hogy azt írjuk, amit látunk és gondolunk, aminek előfeltétele, hogy merjünk látni és gondolkodni.”¹⁰ (Kende Péter)

Az ilyen jellegű hozzászólások nem csupán a *Szabad Nép* munkatársaitól hangzottak el. A Lapkiadó Vállalat pártszervezetében – amelyhez a *Magyar Nemzet*, valamint a *Béke és Szabadság* című hetilap is tartozott – szintén voltak, akik szükségesnek tartották a sajtó és ezáltal a párt hitelének visszaállítását:

„A proletariátus pártjának a lehetőségekhez mért maximális őszinteséggel és nyíltsággal kell mindenről számot adni. A dolgozóknak joguk van ahhoz, hogy mindenről tudjanak. Ezt elvárják tőlünk, és ha hajszálnyira eltérünk ettől az elvtől, meginog bennük a hit [...] Ma nem úgy hallgatják a párt szavát, mint amire építeni lehet, hanem mint ami mögött rejlik valami. Nem azt figyelik, mit mondunk, hanem hogy mit nem mondunk el [...] A szépítés nélküli igazság igenis hasznos, akkor is, ha még oly fájdalmas is kimondani [...] Ahhoz, hogy visszaszerezzük a hitelünket, a sajtónak a legfontosabb dolgokat kell tükrözni [...] a legkisebb torzítás veszélyezteti a hitelt és a harci erőt...”¹¹

A szenvedélyes hangulatban tett kijelentéseket nem érthetjük meg az előzmények nélkül. A rendszer az újságírók kötelességévé tette, hogy „témáikat az életből merítsék”, aminek két lényeges következménye volt: egyrészt az, hogy a termelési anyagok uralták a lapszámokat, másrészt a gyár-, üzem- és tsz-látogatások hozzátartoztak az újságírói munkához. A *Szabad Nép* munkatársai körében úgy őrződött meg, hogy Kuczka Péter és Sarkadi Imre 1953. őszi nyírségi beszámolóit jelentették az első kijózanító tapasztalatokat. (Tardos, 1994: 6–7). Az ott – és máshol – látottak nemegyszer kiáltó ellentétben álltak annak a propagandagépezetnek az állításaival, amelynek az újságírók az egyik legfontosabb, de mindenképpen leginkább látható láncszemei voltak.

1954-ben az olvasók már nemcsak egymás közti beszélgetéseiken illették keresetlen szavakkal a sajtót. Friss élménye volt a *Szabad Nép* taggyűlése résztvevőinek az a szeptember végén készült összeállítás, amelyből kiderült, hogy az olvasók nem tartják őszintének a lapot, felróják a kényes kérdések megkerülését, hogy mellőzi a tényleges bírálatot, ergo nem becsüli saját olvasóit. „Hogy vitázzak én a pártonkívüli társaimmal, ha reggelenként a Szabad Nép »kozmetikázott« információit dugják az orrom alá, és én is tudom, hogy nekik van igazuk...” – hangzott el a kérdés a pártagitátorok részéről. „Nem lenne-e már itt annak az ideje, hogy a kommunista sajtó legerősebb fegyverét, az igazság megírását alkalmazzák?” – vetette papírra sokak helyett egy névtelen levélíró.¹² Ráadásul az újságírókat nyomasztotta korábbi sajtóbeli szerepük, valamint az, hogy a pártirányítás továbbra is akadályozta próbálkozásait, ami csak növelte tehetetlenségérzésüket. Különösen élesen vetődött ez fel az olyan aktuális kérdések kapcsán, mint a vontatottan haladó, szegyenlősen végrehajtott rehabilitáció, a racionalizálás, a legutóbbi békekölcson-jegyzés vagy a választási jelölőgyűléseken elkövetett csalások.¹³ Ebből a szempontból különösen fontos, hogy a „lázadozó” újságírók megszavazták a taggyűlésre készített határozattervezet módosítását: így végül a *Szabad Népnél* elkövetett hibákért az elsődleges felelősnek – a hamis önkritikát nem vállalva – nem a szerkesztőbizottságot nevezték meg, hanem a lap pártirányítását:

„Olyanért ne gyakoroljunk önkritikát, amiért nem vagyunk felelősek! [...] Ki kell mondani, a *Szabad Nép* hibáiért elsősorban a pártirányítás a felelős! Hogy mi jelenik meg a lapban és mi nem, azt nem a szerkesztőbizottság, hanem felülről irányítják [...] Látni kell [...], hogy a párttagság nagyrészt érzékelte a hibákat, jelzéseket is küldött.”

– jelentette ki Kornai János. Felvetéséhez a háromnapos taggyűlés végén többen szóban is csatlakoztak, majd 76 igen szavazattal, 22 ellenében, hat tartózkodás mellett elfogadták azt.

A valóság megírásának követelése tehát nem egy semleges, mértéktartó, sokoldalú tájékoztatást elsődleges értéként kezelő alapállásból fakadt, hanem egyrészt morális felindulásból, némileg ugyanazzal a heves attitűddel, amellyel többségük korábban a sztálini politikát képviselte, másrészt a reformpolitika melletti elkötelezett kiállásból. Ebben a gondolkodásban a tények megírása elsődlegesen nem az olvasók tájékoztatását szolgálta, hanem a korábbi sajtó és politikai „bűnök”, hibák jóvátételét, a megújulást.¹⁴

Voltak azonban, akik nem tartották járhatónak az „őszinteség-kurzust”. A későbbi főszerkesztő-helyettes, Rényi Péter cinikus megjegyzése nem volt minden alapot nélkülöző: „Nem arról van szó: járjuk az országot és írjuk meg az igazat: Kövesi elvtárs is beláthatja, ez két nap alatt csődbe visz.”¹⁵

A fentiekhez kapcsolódik az az élénk vita, amely a *Népszava* taggyűlésén robbant ki a sajtószabadság kérdése körül. A súlyos személyi ellentétektől terhelt szerkesztőségben az Agitációs és Propaganda Osztály képviselője korbácsolta fel a hangulatot, aki – miután kijelentette, hogy „lehetetlen állapot mást írni, mint amit az újságírók látnak”, és leteremtette a jelenlévőket – így fogalmazott:

„Feltétlenül tájékoztatni kell érdekes, de sokszor kényes kérdésekről az olvasót. Ez azonban nem jelentheti azt, hogy olyan kérdésekről is beszéljünk, amivel népi demokráciánknak, pártunknak többet ártunk, mint használunk.”¹⁶

Sirokmány Lajos kijelentésére reagálva többen is felrötták neki, hogy rossz érzéseket kelt az újságírókban, ha „elvben azt mondjuk, lehet beszélni, de a gyakorlatban bizonyos tiltó gát van”. Ha Gerő Ernő és Farkas Mihály bírálata nem a nyilvánosságra való, „akkor hova?” – tette fel a provokatív kérdést Baktai Ervin.¹⁷

A *Népszava* szerkesztőségének vezetői határozottan szembehelyezkedtek e felvetésekkel. Hozzászólásaikból a fegyelmezett pártkatona mentalitása érződik ki, ugyanis a „cél szentesíti az eszközt” elvét képviselték:

„A teljes őszinteség követelése anarchiát jelent [...] Vannak állami titkaink stb. Lehetnek kérdések, amelyeknek az ideje nem érkezett el. Például idő előtt a jugoszláv kérdésben nem célszerű nyilatkozni. Nem bizalmatlanságot jelent, ha még a párt valamiről nem akar nyilatkozni.” (Oroszi István)

„Ha azt mondjuk, hogy mindent alá kell rendelni a munkásosztály hatalma kérdésének, akkor megérthetjük, hogy bizonyos kérdésekről nem lehet akkor rögtön írni. Mert ártanánk vele a párt politikájának. Minden attól függ: szolgálja-e az írás a munkásosztály hatalmát.” (Fonó György)¹⁸

Az újságírók többsége tehát készen állt a hibák feltárására, és őszintén hihette, hogy írásaival, leleplezéseivel szolgálja „a népnek a párttól elválaszthatatlan ügyét”. A sajtó munkatársainak „októberi lelkesedése” nagyon is valós volt, és emiatt sem tekinthetjük csupán a megszokott propagandafrázéológiának Darvas Józsefnek az írók és újságírók körében terjedő „kispolgári szellem” ellen való novemberi kirohanását. A Rákosi-féle pártvezetés tulajdonképpen az ő cikkével indította meg a támadást a zszurnalisztákkal szemben:

„Egyes polgári-értelmiségi körökben (még, ha azok kommunista párttagok is) hovatovább azzal mérik a bátorságot, hogy ki milyen következetességgel deríti ki és mondja el az elmúlt tíz esztendő legkülönbözőbb intézkedéseiről, hogy rossz volt, hibás volt [...] Az is hiba, ha nem szólunk, nem teszünk az ellen, ami már valóban csak turkálás, sőt rágcsálás! Igazat mondani = rosszat mondani; igazat írni = hibákról írni; ilyenféle gondolkodással, s részben gyakorlattal találkozik az ember, lépten-nyomon. Még jószándékú, becsületes embereknél is sokszor.”¹⁹

A *Szabad Nép* szerkesztőbizottsága által leszavazott (!) belső vezércikk alap gondolata lényegében megegyezik az őszinteség, a valóság megmutatásának szándékával fellépők ellen felszólalókéval. A cikk mondanivalója, miszerint a fő veszély immár (újra) a jobboldali veszély, nem csupán a pártvezetésen belüli újabb fordulatot vetítette előre, hanem a sajtón belüli rendteremtés szándékát is jelezte.

Tehetség vagy szorgalom?

Az újságírói mesterségről folytatott vita harmadik lényeges kérdése a *Népszava* szerkesztőségében merült fel. Az „összecsapás” látszólag a körül a kérdés körül folyt, hogy az újságíráshoz kellene-e speciális képességek, avagy teljes egészében tanulható mesterség. A szerkesztőség párttitkára felrótta az egyik munkatársnak, Gyertyán Ervinnek azt a megjegyzését, miszerint „az újságírásra születni kell”:

„Ha ezt elfogadjuk, oda jutunk: azoknak van joga újságot írni, akinek kora ifjúságától megvolt a lehetősége tanulni, írni. Előnnnyel azokkal szemben, akiknek csak a felszabadulás után. Ergo: munkásokból nem válhatnak jó újságírók.” (Somorjai József)²⁰

Az érintett válaszában igyekezett kiigazítani a csúsztatást, mivel ő nem osztályhelyzetről, hanem attól független tehetségről beszélt:

„Az elmúlt évek gyakorlata, megkérdeztek valakit, akar-e újságíró lenni. Azt mondta, nem, nincs tehetségem [...] erre azt felelték: de legyél, mert ide állít a párt. Ezért kell most újra hozzáfogni a magyar sajtó felépítéséhez.” (Gyertyán Ervin)²¹

Gyertyán mellett foglalt állást több újságíró is:

„Az apámnak volt módja tanulni, mérnök, de újságíró sosem vált volna belőle. Nem úgy van, hogy egy kommunista mindenre képes, tanulással bárhova eljuthat. A hasonló merev elgondolások nyilvánultak meg a racionalizálásnál, és ezért kellett olyanoknak is kikerülniük, akiknek itt a helye a szerkesztőségben.” (Rajki András)

„Van, hogy 3 évet is várunk egy elvtárs fejlődésére – sokkal többet ártunk neki is, mintha egy év alatt megmondanánk, nincs rátermettsége.” (Rejtő László)²²

A felszólalásokból egyértelmű, hogy a vita részben a lapnál folyó káderpolitikáról szólt, amely azonban megegyezett a pártnak általában is érvényesülő személyzeti politikájával. Ez 1948 után alapvetően átrendezte a szerkesztőségek összetételét, amint az Agitációs és Propaganda Osztály 1956-os felmérésének összegzése mutatja, az újságírók legjelentősebb csoportja az 1940-es és az 1950-es évek fordulóján került a sajtó területére.²³ A napilapok esetében a munkatársak több mint fele tartozott ebbe a kategóriába; döntő hányadukat – tehetségtől függetlenül – a munkáskáderek csoportjába sorolták. Az ideológiai megalapozottságú döntés egyik eredménye az lett, hogy a szerkesztőségekben az önálló újságírói munka végzésére alkalmatlan munkatársak egy olyan kritikus tömeget értek el, amely a vidéki lapoknál a lapelőállításban is komoly nehézségeket okozott, míg a központi

napilapok esetében inkább a szerkesztőségen belüli feszültségeket táplálta.²⁴

A munkáskáderek – vagy más megfogalmazásban a „szakemberek és nem szakemberek”²⁵ – kérdését a sajtóban is végrehajtott racionalizálások felerősítették. A napilapoknál az újságírói létszámot 1954 során 20–25 százalékkal építették le – az egyedüli kivétel a *Magyar Nemzet* volt, amely hasonló mértékű létszámemelést könyvelhetett el, miután hivatalosan a Hazafias Népfrent lapjává alakult.²⁶ A *Népszavánál* többen is vitatták a főszerkesztő, Oroszi István értékelését, amely szerint pozitív és problémamentes volt a racionalizálás lebonyolítása. Jelezték, hogy az elbocsátásoknál megsértették a szakmaiság elvét, és nem gondoskodtak a szerkesztőségből kikerülőkről. A kollegialitás további megnyilvánulása volt a labdarúgó-világbajnokság után elküldött sportújságírók melletti kiállítás.

A képesség-tanulhatóság vitájában elhangzott olyan vélekedés, hogy szerencsésebb inkább hajlamról beszélni, mint született képességekről, de volt, aki arra vállalkozott, hogy rendet tegyen a „süketek párbeszédében”. Baló László szerint ugyanis a valós problémát elfedi a tehetség, a hajlam és a születés fogalmainak összezavarása; a lényeg, hogy mindenkinek lehetősége legyen saját késztetéseinek megfelelő irányban fejleszteni képességeit – ami ezen túl van, az a személyi ellentétek megnyilvánulása.²⁷

Itt Oroszi István felelős szerkesztőre gondolhatunk, aki maga is munkáskáderként került a lap élére. A személyzeti politika bírálója így közvetve a vele, illetve „diktatórikus” vezetői módszereivel²⁸ kapcsolatos ellenszenvüknek is hangot adtak. Ennek ellenére mégis lényeges jelenség, hogy a szakmai öntudat, a szakmához szükséges készségek követelménye megfogalmazódott a vitában.

Az újságírásról a lapokban

A fenti viták a maguk nyíltságában természetesen nem kerülhettek a lapokba, ugyanakkor 1954 nyarán és őszén jelentek meg olyan cikkek, amelyekben a szerzők az újságíró hivatásról elmélkedtek. Az *Irodalmi Újságban* még nyár közepén Demeter Imre közölt publicisztikai írást az újságírás megbecsüléséről. Ebben ismertette az újságíró-szerepről alkotott felfogását. Az alábbi, Adytól vett idézet az októberben is központi kérdéssé váló problémához, az igazság képviseléséhez kapcsolódott, csakúgy, mint az őszinteség fontosságát kiemelő zárógondolata:

(Miért küzd az újságíró?) „»A jobb életért, a becsületesebb világért, az előretörésért, a világosságért és a fantomok legfantomabbjáért, legbolondabbjáért és legszebbjéért: az igazságért.« [...] Mindezt a nyilvánosság előtt elmondani nem falmelléki panaszkodás, hanem kötelező őszinteség, melyet joggal vár tőlünk is a párt, a nép, melynek nevében a tollat forgatjuk.”²⁹

Demeter azonban megmaradt a kommunista sajtófelfogás keretein belül: más helyütt a lapokat a „nép nevelésében, irányításában” nélkülözhetetlen eszközöknek nevezte, és „minden hibájával együtt szabad újságírodalomként” beszélt az 1948 utáni időszakról is. Csak az elvek és a gyakorlat ellentétét, az újságírás lebecsüléséből származó „bürokratizmust” bírálta, azaz nem távolodott el a sajtó működésének lenini elvétől.

Lenin-idézetekkel amúgy is sok mindent alá lehetett támasztani, így például az olvasók informálásának fontosságát – ahogy ezt Vásárhelyi Miklós is tette. Cikke írásakor a szerző a Tájékoztatási Hivatal alelnöki tisztét is betöltötte, ami a leírtaknak hivatalos jelleget kölcsönzött:

„Lebegjen előttünk Lenin tanítása: »Az állam akkor erős, ha a tömegek mindent tudnak, mindenről véleményt tudnak alkotni és mindent tudatosan tesznek.« Nincs nagyszerűbb feladat író és újságíró számára, mint ennek a tanításnak a megvalósításáért küzdeni.”³⁰

A nyíltságot, az őszinteséget – amely a vitákban rendre háttérbe szorította az olvasók tájékoztatásának szintén artikulált jelentőségét – Vásárhelyi is a párt érdekében követelte:

„Hivatásunk legfőbb követelménye, hogy bátran, tudásunk legjavával szolgáljuk pártunk és kormányunk politikáját, azokat az intézkedéseket, amelyek egész népi demokráciánk érdekeit, fejlődését szolgálják. Ismertessük meg ezt a politikát a legszélesebb néprétegekkel, hirdessük helyességét, harcoljunk megvalósításáért.”³¹

Az októberi taggyűléseket követően a *Szabad Nép* közölte felelős szerkesztője debreceni, a helyi napilap évfordulós ünnepségén elmondott beszédének kivonatát. Ebben Horváth Márton – bár írásán érződik a taggyűlés radikalizmusa, különösen az őszinteség és a bírálat fontosságának hangsúlyozásakor – szintén kiállt a kommunista újságírói alapállás mellett:

„Már-már odáig fajult ez a helyzet, hogy az újságok és a tömegek kétféle nyelvet beszéltek, és újságjaink hitele, meggyőző ereje a mélypontra süllyedt [...] A kommunista újságírás ne altatószer, hanem fegyver legyen [...] Nemcsak az ellenséget kell gyűlölni, hanem saját hibáinkat is, mert azok az ellenséget segítik. Lehetetlen nem írni a nehézségekről, nem írni a hibákról, nem kritizálni, amikor a dolgozó tömegeket kínozzák a nehézségek, és nem utolsósorban azt várja a sajtótól, hogy megmutassa a nehézségek leküzdésének útját. Az a sajtó, amely nem bírál, elveszti a hitelét.”³²

Horváth Márton ezenkívül a sajtó fokozottabb szerepvállalását szorgalmazza a közéleti, ideológiai viták levezénylésében. Vagyis a sajtóról mint a társadalmi akarat kifejezésének lehetséges fórumáról beszélt, ami teljesen összhangban állt mind Nagy Imre októberi cikkével, mind a taggyűlésen elhangzottakkal, ugyanakkor teljes ellentétben állt a sajtóirányítás (addigi) gyakorlatával és a rendszer egészével, amelyben a felülről lefelé történő információáramlás, az újságokban pedig a feladat kijelölés és a határozatok végrehajtása volt megszokott.

Az ellentámadás rendteremtés

A „túllicitálók” ellen íródott Darvas-cikk jelezte, hogy megindult az ellentámadás Nagy Imre politikája ellen. A „fő veszély” a „jobboldali elhajlás” lett, és a PB a szerkesztőségekben történeteket idesorolt. November 24-én a PB elé idézték a *Szabad Nép* szerkesztőbizottságának tagjait, ahol Farkas Mihály, Hegedűs András, Ács Lajos és Kovács István vezetésével kérték számon a taggyűlésen elhangzottakat.

A vitában a korábbi álláspontjuk, így az októberi határozat (szelleme) mellett kitartó újságírók (Novobáczky Sándor, Fekete Gyula, Fehér Lajos, Méray Tibor) döntően politikai álláspontjuk helyességét igyekeztek alátámasztani. Az őket ért vádak – sarkítva a taggyűlés jegyzőkönyvében olvasható kijelentéseket – elsősorban az újságírók önállósodási törekvéseit vették célba, és a kommunista sajtófelfogás merev, 1953 előtti értelmezéséhez tértek vissza.

„Azzal a rendkívül durva hibával találkozunk, hogy az igazságot valami mindenek fölötti igazságnak képzelik és abból kiindulva minden, amit tettünk az elmúlt 10 év alatt, azt hamis színben próbálják meg feltüntetni [...] A munkások, a nép igazát tárjuk fel, ami a párt igazától elválaszthatatlan [...] A Szerkesztőbizottság a gyakorlatban olyan tendenciának is utat enged, hogy a *Szabad Népet* valamiféle párttól független napilappá tegyék.” (Hegedűs András)

„Egyes szerkesztő bizottsági tagok nem akarják elfogadni, hogy ők a választott pártszervek által kinevezett apparátus, hogy ők e választott pártszervek szócsövei [...] A párttal szemben, a Központi Vezetőséggel szemben a *Szabad Nép* Szerkesztőbizottsága nem csinálhat politikát, nem képezhet centrumot.” (Ács Lajos)

„A párt politikája az egyedül helyes őszinteség. A párt igazságával ellentétes igazság és a párt őszinteségével ellentétes őszinteség nem igazság és nem őszinteség.” (Farkas Mihály)

A „fejmosás” után nem maradt el a rendteremtés – amely először a *Szabad Nép* szerkesztőségét érte el. Decemberben a Titkárság már több munkatárs eltávolításáról határozott,³³¹ a szerkesztőségi taggyűléseken szintén a jobboldali veszély elleni harcot állították a középpontba. A Lapkiadó Vállalat pártszervezetének titkára például lényegében a novemberi PB-ülésen elhangzott sajtóértelmezést ismételte meg, miszerint „a sajtó a párt éles fegyvere, amelynek segítségével a párt agitál, szervez, hirdeti a marxizmus-leninizmus eszméit [...] és [a párt] politikáját megvalósítja”. Mindezt a sajtószabadságnak a kommunista modellre jellemző értelmezésével egészítette ki:

„Nálunk nincs sajtószabadsága a néptől elforduló irodalomnak, de nincs korlátja a népet kiszolgáló irodalom szabadságának. Ez tulajdonképpen a sajtószabadság osztálytartalmának konkrét meghatározása. A kispolgári burzsoá ideológiát, dekadenciát, cinizmust még akkor sem engedhetjük lapjainkban propagálni és terjeszteni, ha azt egyik vagy másik újságíró vagy író a legjobb szándékkal is teszi [...] Érdemes ezeket felidézni azok számára, akik a mindenre való tekintet nélküli sajtószabadságot követelik.” (Földes György)³⁴

Jellemző az újságírók hangulatára, hogy – ha ezt az értelmezést nem tagadták is – a júniusi politika mellett, a baloldali „elhajlásokkal” szemben többen felemelték a hangjukat, amiért aztán a márciusi határozatot követően kellett önkritikát gyakorolniuk.³⁵ Ezt követte az elbocsátások fő hulláma, amely a központi lapok mindegyikét érintette. Ebben a légkörben az alternatív felfogások elsősorban az elbocsátottak iránti szolidaritásban nyilvánulhattak meg:

„Most egyes elbocsátott újságírók szentté avatása történik. Helyes volna, ha megmondják időben, hogy miért küldték el őket, akkor ez elkerülhető. De az helytelen, hogy akit elküldenek, szentté magasztosodjon”³⁶

– jelentette ki Pongrácz Zsuzsa a Lapkiadó Vállalat párttaggyűlésén. Emellett az újságírók nyíltan inkább csak olyan aggodalmaiknak adtak hangot, hogy a sajtó „újra elszürkül, a versenyjelentések százalékszámai foglalják el a helyet a színes, érdekes írások elől”.

A szerkesztőségi személycserék következtében a lapvezetőségekben a Rákosi-vonal képviselői kerültek túlsúlyba, míg annak – szerkesztőségekben maradt – ellenzői a nyílt egyetértés kinyilvánításának elhárításával jelezhették fenntartásaikat.³⁷

A Petőfi-kör sajtóvitája

Az SZKP februárban tartott XX. kongresszusa sem jelentett egy csapásra változást a magyar politikai életben. A Hruscsov Sztálin-kritikája által gerjesztett mozgásokat ugyanis a rákosista vezetés igyekezett keretek között tartani.

A *Magyar Nemzet* márciusi taggyűlése ugyanakkor mutatja, hogy a szerkesztőségekben újra forrtak az indulatok. Felmerült az 1954–1955 során adminisztratív úton eltávolított újságírók ügyének felülvizsgálata, a „valóság”, az „igazság” bemutatásának problémaköre és ezzel kapcsolatosan a felelősség kérdése.³⁸

A Petőfi-kör június 27-i sajtóvitájának idején már óriási feszítőerőt jelentett a Rákosi-féle vezetés XX. kongresszus utáni kétértelmű, halogató politikája. A Néphadsereg Központi Tiszti Házában megtartott rendezvényen az 1954-es viták valamennyi újságírással kapcsolatos lényeges kérdése terítékre került. A sajtóvitán sokan felvetették a

felelősség kérdését, amely egyaránt jelentett önvizsgálatot, okkeresést és a felelősök keresését. Előbbiek között Losonczy Géza egy sokszínű, önállóbb, de a pártirányítást nem tagadó sajtó működését kérte számon. A pluralizmus megszüntetését egy bizonyos szintig, a „burzsoá laptulajdonlás” felszámolásáig vívmánynak nevezte, így a törést az egypártrendszer kiépítésének időszakára, 1949-re tette. A sajtó uniformizálását – több felszólalóhoz hasonlóan, így a jelen lévő „baloldaliak” (Nógrádi Sándor, Mocsár Gábor) által is bírált – személyi kultusszal magyarázta, és súlyos hibának tekintette a háború előtti gazdag lapstruktúra megnyirbálását. Új napilap és olyan új hetilapok alapítását sürgette, amelyeknek elsődleges funkciójuk a „közügyek megvitatása” lett volna. (Hegedűs – Rainer, 1991: 167–170)

Bár a párt irányító szerepét a többi felszólaló is elismerte – a *Szabad Nép* 1954-es taggyűléséhez hasonlóan – a felszólalók többsége szerint a hibákért a sajtóirányítást, illetve a pártvezetést terhelte a fő felelősség. Méray Tibor, aki több jelenlévőhöz, felszólalóhoz hasonlóan az előző két évben elbocsátottak (vagy áthelyezettek) közé tartozott, az újságírók magatartásában kereste arra a választ, hol tértek le a helyes útról:

„22 éves voltam akkor, amikor a *Szabad Nép* szerkesztőségébe kerültem... Fialok voltunk, tele hittel, lelkesedéssel, sok hibával és gyengeséggel is, de lobogó szenvedéllyel, hogy a pártot szolgáljuk... Láttunk valamit az életben, és arra gondoltunk, hogy ezt megírjuk, és akkor azt mondták nekünk: jó... de talán ezt a részletét ne írjuk meg... Aztán egy másik ilyen esetben azt mondták, hogy magasabb szempontból jobb, ha ezt aláhúzzuk, vagy amazzt elhanyagoljuk... Mi... sohasem akartunk hazudni, mi mindig meg voltunk győződve arról, hogy az az igazság, amiről írunk, ha nem is a naturalista igazság, de valami magasabb értelemben vett igazság.” (Hegedűs – Rainer, 1991: 141)

A vitán a felelősöket is megnevezték. A sajtópolitika irányítói közül Horváth Mártont és Révai Józsefet említették: előbbinek túlzott hajlékonyságát, utóbbinak túlzott merevségét vetették a szemére.³⁹ A Rákosi-féle politika reprezentánsai közül a *Magyar Nemzet* élén a Boldizsár Ivánt váltó Komor Imrét, illetve a *Szabad Népnél* „rendteremtésre” vállalkozó Mocsár Gábort és Matusek Tivadart érte bírálat (lásd Hegedűs & Rainer, 1991: 148, 152). Az utóbbit nem csupán politikai szerepvállalásáért, hanem újságírói gyengeségeiért, ami azt is mutatja, hogy a szakmai hozzáértés továbbra is fontos szempont maradt. Nemes György meg is fogalmazta, hogy egy újságírónak milyen képességekkel kell rendelkeznie. Ezek: egyrészt rátermettség, készség, „újságírói szem”; másrészt kulturáltság, műveltség, olvasottság; harmadrészt ideológiai felkészültség, marxista-leninista szemlélet. Amint fogalmazott:

„Újságírónak vagy szerkesztővé válik-e valaki azzal, hogy újságírónak vagy szerkesztővé nevezte ki vagy a párt, vagy a minisztérium? [...] fel kell vetnem az úgynevezett Matusek-kérdést, ami kicsit szimbólum is az újságírók körében [...] ő képviseli, és nem csak ő, azt a kinevezett szerkesztő típust, aki az imént említett három ismervéből legalább eggyel, de esetleg kettővel sem rendelkezik [...] azt újságírók nem hajlandók újságírónak tekinteni” (in Hegedűs & Rainer, 1991: 135).

Az 1956-os bírálatok két ponton mindenképpen túlléptek az 1954-es vitákon. Az egyik a sajtószabadság értelmezése volt, amely kapcsán két felszólaló is (Tardos Tibor, Méray Tibor) – a jelenlévők tapsorkánja közepette – az 1848-as vívmányokat kérte számon:

„Milyen egyszerűen történt száznyolc évvel ezelőtt a magyar sajtószabadság kiküzdése [...] A Petőfi-szobrok évek óta kérdően ránk tekintenek – szigorúan, gyűlölettel. Nekem úgy rémlik, hogy épp a sajtó szabadságát kéri számon tőlünk.”

„Az igazság ott szárnyal szabadon, ahol szabadság van, és ha azt akarjuk, hogy a sajtó az igazságot írja, akkor a márciusi fiatalok első követelésével kell itt a Petőfi-körben kiállnunk, azzal, amit a népi demokratikus alkotmányunk is biztosít: szabad sajtót követelünk. Mindjárt, hogy ne legyen félreértés, nem a párttól független, hanem a pártért küzdő szabad sajtó [...] szabadságát. Nem a nép ellenségeinek, hanem a népnek szabadságát. A dogmatizmustól, az önkényeskedéstől, a hazugságtól és a tehetetlenségtől megszabadított sajtót!” (in Hegedűs & Rainer, 1991: 80–81, 150–151).

Az egyik felszólaló sem a „burzsoá sajtószabadságot” kívánta, nem az elveket kárhoztatta, de tagadta az 1955-tel visszatérő gyakorlatot. Ideájuk a következő jelszavakkal írható körül: őszinteség, a tájékoztatók tájékoztatása, nagyobb önállóság, szakítás az utasítató, beavatkozó sajtóirányítással, a sajtóbírálat lehetőségének biztosítása. 1954-gyel ellentétben azonban a sajtóvitán nem kérdezt rá senki, hogy hová vezetne a „szabadjára engedett” sajtó.

Szintén már 1954-ben felmerült a rehabilitáció kérdése, ám 1956-ban már a Rajk-ügy és az 1954–55 során eltávolított kollégák visszafogadása, kárpótlása került a középpontba. Nemes György terjedelmes listát olvasott fel azokról az újságírókról, akiknek a sajtóból való eltűnését a rákosista vezetés számlája írta, három csoportba sorolva őket: (1) haladó, antifasiszta újságírók; (2) a *Szabad Nép* munkatársai 1954-ig; (3) a *Szabad Nép* és más központi lapok munkatársai 1954 után.

A rehabilitáció követelését a párt káderpolitikájának, az újságírás „lebecsülésének” bírálatával kapcsolták össze egyes felszólalók, mint Csátár Imre:

„Így alakult ki egy meggyőződés, hogy bárki lehet újságíró, képességek nélkül is. Egyes szerkesztőségek ennek következtében gyűjtőhelyévé váltak olyan elvtársaknak, [...] akiket egyes helyeken nem lehetett használni. Valami szörnyű kép alakult ki egyesekben az újságírókról magukról. Nem pártmunkásoknak, a párt katonáinak tekintették őket, hanem a burzsoá újságíróból meg rossz brosúráirókból összekevert valaminek, akit le kell nézni, akitől azonban félni is kell” (in Hegedűs & Rainer, 1991: 70).

A Petőfi-köri sajtóvita után

A június 27-i vita után három nappal megszületett a Központi Vezetőség elítélő határozata, amely a Dolgozó Ifjúság Szövetsége Petőfi-körét ellenséges, jobboldali támadások színterének nyilvánította, ahol egyes felszólalók „lényegében a párt és a munkásosztály vezetését tagadó, ellenforradalmi programot adtak”. A történetekért a sajtót, az első helyen a *Szabad Népet* tették felelőssé, azzal az indoklással, hogy „túlzó, dicsérő híradásokat adott” a Petőfi-kör rendezvényeiről.

Nehéz elképzelni, hogy a felelősségre vonást különös eréllyel követelő két *Szabad Népet*-vezetőt (Matusek Tivadart és Bethlen Oszkárt) nem motiválta az őket ért „sérelemek” megtorlása. Ezenfelül helyzetük is meglehetősen kényelmetlen, sőt megalázó lehetett lapjuknál, ahol Bethlen szerint a munkatársak 80 százaléka egyetértett a Petőfi-körben történetekkel. Ráadásul Bethlen teljes mellszélességgel kiállt a korábban elbocsátottak visszavétele ellen, pedig az a vita egyik legsúlyosabb követelése volt.

A pártvezetésen belüli repedésekről árulkodott, hogy a *Rádiót* vezető Benke Valéria és a sajtóvitán is felszólaló Vas Zoltán jelezte: a határozatot csak pártfegyelem okán szavazzák meg. A határozatot szövegezők álláspontját – és sajtófelfogását – viszont Tausz János belkereskedelmi miniszterhelyettes fogalmazta meg: „A pártnak van hivatalos lapja, kutya kötelessége követni a márciusi határozat vonalát.”⁴⁰

A Bethlen által igazolt 80 százalékos arány aligha volt túlzó, és a Petőfi-körben elhangzottaknak más napilapoknál is sok hívük lehetett, amit az mutat például, hogy a *Népszava* annyira gyors volt, hogy tudósítása még azelőtt nyomtatásba került, mielőtt letilthatták volna; így egyedül itt jelent meg tartalmi összefoglaló a sajtóvitáról.⁴¹ Az ígért folytatás azonban már elmaradt – az ezt követő hetekben a résztvevők megbélyegzése zajlott a lapokban.

Rákosi leváltása, illetve a KV júliusi határozata után újra a változásokat pártoló állásfoglalások láttak napvilágot. Földeák János a sajtóirányítás diktálta engedelmesség és a saját tapasztalatai, valamint az azokkal ellentétes párthatározatok közti – a korábbi években átélte – hányódásait vetette papírra.⁴² Szeptember közepén már a sajtószabadság Petőfi-körben használt értelmezését is megismerhették az olvasók. A rehabilitált újságíró, Horváth Zoltán írása a *Népszavában* jelent meg:

„A sajtó szabadsága szocializmust építő országunkban mérhetetlen jelentőségű – és fokozott felelősséget is ró az újságírókra. De nem téveszthetjük össze: a sajtószabadság nem öncél, hanem eszköz és fegyver az építés akadályaival szemben [...] Sajtónk túl sokáig nem érezte a szabadság friss levegőjét. Gyakran nem szólhatott akkor, amikor erkölcsi és hivatási kötelességének érezte volna. A szabadabb légkör első mozzanataival ezeket vezette, vezeti le.”⁴³

Augusztustól élénk vitafórummá vált a Magyar Újságírók Országos Szövetsége (MÚOSZ) 1955-ben alapított lapja, a *Magyar Sajtó*, amelyben a korábban eltávolított újságírók is helyet kaptak. Egyikük, Novobáczky Sándor meg is jegyezte: elérkezett az ideje annak, hogy az eddig a nyilvánosságtól elzárt, szóbeli vitákat a sajtóba vigyék.⁴⁴ Bizottság alakult a nemrég még párthatározattal elítélt a Petőfi-köri sajtóvita egyik legfőbb követelésének, az adminisztratív intézkedések által sújtott újságírók rehabilitálásának lebonyolítására.

Az újságírók lapjában két elméleti kérdésben alakult ki komoly vita: a sajtószabadság értelmezéséről és a pártirányítás módjáról. Az utóbbi kérdésben azokat a korábbi követeléseket fogalmazták meg, amelyek lazább, elvibb pártirányítást tartottak helyesnek, vagyis a korábbi módszerek felülvizsgálatát:

„A telefon utasítások, a pro domo-kon keresztüli parancsolgatás, a méltatlan és megalázó dróton rángatás helyett a pártirányítást a szerkesztő bizottságokban lévő leninista kommunista és a Népköztársasághoz hű pártonkívüli újságírók kezébe kell letenni. Meg kell szüntetni a bürokratikus centralizmus utolsó nyomait is a sajtóirányításban, s önálló teret adni a szerkesztő bizottságoknak és a szerkesztőségeknek a politikai élet szocialista szellemű befolyásolására.”⁴⁵

Gárdos Miklós is a szerkesztők önállóságát és felelősségét állította a középpontba, de felhívta a figyelmet annak veszélyére, hogy a „telefonvonal innenső végén ülő szerkesztő” fülében még ott csengenek azok az utasítások, amelyeket korábban jó tanácsok helyett kapott.⁴⁶ Azt senki sem javasolta, hogy a pártközpont sajtóirányító funkcióját meg kell szüntetni, inkább meg akarták tisztítani a „bürokratikus-dogmatikus” vonásoktól. Ám megfogalmazták, hogy a nem pártlapok esetében lazítani kell a kötelelékeket, és csak az várható el tőlük, hogy azokat a párt összpolitikájával összhangban szerkesszék,⁴⁷ valamint az, hogy a pártközpont szerepét csökkenteni kellene: szerepe inkább a tájékoztatás legyen, míg a felügyeleti szerepet az újságírók választott szervei, elsősorban a MÚOSZ pártszervezete lássa el.⁴⁸

A sajtószabadság vitájában a hozzászólók felvetései messzebbre mutattak. Novobáczky vitaindítója lényegében párhuzamba állítható Déry Tibornak a sajtóvitán tett azon kijelentésével, miszerint a problémákat nem lehet pusztán személycserékkel orvosolni, hanem a szocializmus egész rendszerének újragondolására van szükség. (Déryt a sajtóvita után kizárták a pártból.) Novobáczky Déryhez hasonlóan azt javasolta, hogy gondolják végig, mit jelent a sajtószabadság fogalma a szocialista viszonyok között. Lenin egyik, sajtószabadságról szóló eszmefuttatása alapján azt állította: a szocialista viszonyok közt a sajtószabadság megvalósulásának a nyomdák és a papírgyárak köztulajdonba vétele csupán szükséges, de nem elégséges feltétele – és 1949 után pontosan ennek félreértése és felcserélése történt. A megoldást abban látta, hogy biztosítsák a dolgozók bármely csoportjának a papírhoz, a nyomdához, a szabad lapalapításhoz való egyenlő hozzáférést.⁴⁹

A koncepció szakítást jelentett nemcsak a „sajtó a népé, tehát a sajtó szabad” felfogásával, de azokkal az

elképzelésekkel is, amelyek a sajtószabadság „helyreállítását” különböző mértékű liberalizálással, decentralizálással képzelték el. Annak ellenére volt ez így, hogy a szocializmust tagadó nézetek szabadságát Novobáczky sem ismerte el: legalább akkora veszélynek tartotta annak lehetőségét, hogy bárki visszaél a szocialista rendszer nyújtotta sajtószabadsággal, mint a sajtószabadság eredendő korlátozását. Losonczy Géza válaszában már a hatalommal szembeni garanciák kérdését vetette fel implicit módon, visszakanyarodva ezzel ahhoz a szerepértelmezéshez, amelyet a *Szabad Nép* 1954. októberi taggyűlésén fejtettek ki kollégái:

„Olyan sajtóviszonyokat kell teremteni [...], hogy a népi demokratikus rendszer keretein belül a kommunista és a demokratikus sajtó szabadsága alapelvnek számítson [...] Hogy ha [...] ismét törvénytelenésekre, a szocialista építés demokratikus, lenini elveinek megsértésére, alapvető külpolitikai tévedésre, vagy más, ehhez hasonló jelentőségű visszaélésekre kerülne sor, a sajtó ne legyen kénytelen hallgatni, és ne legyen kénytelen elhomályosítani a nép tisztánlátását, hanem teljesíthesse törvénnyel védett kötelességét: fellépessen és harcolhasson minden olyasmi ellen, ami káros a nép, a párt, a szocializmus szempontjából.”⁵⁰

Összegzés

Az 1954 és 1956 közötti vitákon nem születtek markánsan új újságírói szerepfelfogások. A felszólalók, résztvevők a szocializmus mellett elkötelezett, döntően párttag újságírók voltak. A sajtó pártirányítását, az újságírás lenini téziseit szinte senki sem kérdőjelezte meg. Az alapvető ellentétet nem az elvek gerjesztették, hanem a hatalomgyakorlás módja. A központi szerkesztőségek munkatársainak szembenállása politikai jellegű volt: Nagy Imre politikája mellett álltak ki, amely magában foglalta egy másfajta, önállóbb, kritikusabb, politizálóbb, a közvéleményt kifejezve mozgósító, egyben sokszínűbb, informatívabb sajtó képét. Ezek a követelések a szemükben nem a rendszer kereteinek áttörését jelentették, a pártvezetéssel szemben a pártvonalat megvédő sajtó gondolata is ebből a kiállásból fakadt.

Még a Petőfi-kör lázas vitájában sem hangzott el egyetlen szó sem az 1948 előtti sajtópluralizmus vagy a világnézeti sokszínűség mellett. Az egypárti sajtó megteremtését vívmánynak, a marxista-leninista gondolkodást a hivatás alapjának tekintették. Viszont – a túlságosan elkötelezettek kivéve – a represszív sajtóirányítást valami emberségesebb, a nyílt vitákat és tájékoztatást nem akadályozó módszerrel szerették volna felváltani. A vitázók eltérő módon képzelték el, miként lehetne ezt megvalósítani: a Petőfi-körben a gyors áttörés pártján állók voltak hangosabbak, bár többen szóltak – részben óvatosságból, részben a változásokat fékezendő – amellet, hogy a XX. kongresszus nyomán megindult lassú, de általuk érzékelhető javulás ütemét kell tartani. A júliusi KV-határozat utáni viták néhány résztvevője a szocializmus keretein belül maradó, de egyfajta plurális struktúrát képzelt el.

Irodalom

Aczél Tamás & Méray Tibor (2006) *Tisztító vihar: adalékok egy korszak történetéhez*. Budapest: Noran Kiadó.

Kő András & Nagy J. Lambert: Felszabadult hang. A Feleki-ügy: egy bosszúhadjárat korrajza. *Magyar Nemzet*, 2004. szeptember 25.

Révész Sándor (1999) *Egyetlen élet: Gimes Miklós története*. Budapest: 1956-os Intézete & Sík Kiadó.

Tardos Tibor (1994) *A tengervíz sós*. Budapest: Ab Ovo Kiadó.

Hegedűs B. András & Rainer M. János, szerk. (1991) *A Petőfi-kör vitái. Partizántalálkozó – Sajtóvita*. Budapest: 1956-os Intézet & Múzsák Kiadó.

Virág Gyula (2006) A döntő előtt és után: az 1954-es labdarúgó-világbajnokság sajtóvisszhangja Magyarországon. *Múltunk*, 3. sz.

Lábjegyzetek

1

A Politikai Bizottság november 17-i ülésén tartott „fejmosást” a *Szabad Nép* szerkesztőbizottságának. Ezen az egyik súlyos vádként más szerkesztőségek „lázasának” gerjesztése is szerepelt: „Részben még az is igaz, hogy a *Szabad Nép* szervezte meg a különböző szerkesztőségekben és más értelmiségi körökben a helytelen platform alapján az eltérő helytelen hangulatot.” Magyar Országos Levéltár (MOL) MK-S 276. f. 53. cs., 205. ő.e.

2

Feljegyzés a *Népszava* szerkesztőségéről (1955. április). MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ő. e.

3

Nagy Imre: A Központi Vezetőség ülése után. *Szabad Nép*, 1954. október 20.

4

Kövesi Endre: A „nagyvonalú” Szlota és cinkosai. *Szabad Nép*, 1954. szeptember 30.

5

Jegyzőkönyv a *Szabad Nép* szerkesztősége pártszervezete 1954. október 22–23–25-i taggyűléséről. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 206. ő. e.

6

Az elvesztett vb-döntőt követő napokban Budapesten addig nem tapasztalt tömegmegmozdulásokra került sor. A vereségért az OTSB vezetése, amelynek alelnöke a szövetségi kapitány Sebes Gusztáv volt, a

sportújságírókat igyekezett – nem sikertelenül – egyik bűnbakként kikiáltani. A legerőteljesebb retorzió a *Népsport* szerkesztőségét érte, amelynek három munkatársát is elmozdították, köztük a főszerkesztőt, Feleki Lászlót. Lásd Virág (2006).

Idézi: Kő András – Nagy J. Lambert, *Magyar Nemzet*, 2004. szeptember 25.

Jegyzőkönyv a Politikai Bizottság 1954. november 17-i üléséről. MOL MK-S 276. f. 53. cs., 205. ő. e.

Jegyzőkönyv a Szabad Nép szerkesztősége pártszervezete 1954. október 22–23–25-i taggyűléséről. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 206. ő. e.

Uo.

Vészi Endre hozzászólása a Lapkiadó Vállalat MDP pártszervezetének 1954. október 6-i taggyűlésén. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 241. ő. e.

Feljegyzés a *Szabad Nép* munkáját bíráló levelekről. (1954. szeptember 29.) MOL MK-S 276. f. 89. cs. 206. ő. e.

Az októberi *Szabad Nép*-taggyűlésről, a fiatal kommunista munkatársak lelki vívódásairól értékes háttérinformációkat közöl (Aczél-Méray, 2006: 273–296).

A tájékoztatást számon kérő ritka példa volt Faragó Jenő hozzászólása: „...elveszett a lap újság jellege, frissessége. Amikor még volt Szegeden kisgazda meg parasztpárti lap, nagyon harcoltunk, hogy a Délmagyarország legyen a frissebb. Utána mindent felülről vártunk, a szempontokhoz ragaszkodás lett az első... Monopol helyzetben nem tartjuk olyan fontosnak az informálást.” Jegyzőkönyv a Szabad Nép szerkesztősége pártszervezete 1954. október 22–23–25-i taggyűléséről. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 206. ő. e.

Uo.

Jegyzőkönyv a Népszava alapszervezet 1954. november 6-i és 8-i taggyűléséről (1954. november 8.). MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ő. e.

Uo.

Uo.

Darvas József: A túllicitalásról... *Szabad Nép*, 1954. november 21.

Jegyzőkönyv a Népszava alapszervezet 1954. november 6-i és 8-i taggyűléséről (1954. november 8.). MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ő. e.

Uo.

Uo.

MOL MK-S 276. f. 89. cs. 195. ő. e.

Feljegyzés a Népszava káderhelyzetéről (1953. november 18.). MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ő. e., valamint a vidéki szerkesztőségek jelentései: MOL MK-S 276. f. 89. cs. 195. ő. e.

Feljegyzés a Népszava helyzetéről (1955. október 15.). MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ő. e.

Javaslat a szerkesztőségek létszámáról. MOL MK-S 276. f. 54. cs. 353. ő. e.

Jegyzőkönyv a Népszava alapszervezet 1954. november 6-i és 8-i taggyűléséről (1954. november 8.). MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ő. e.

A *Népszava* egy munkatársa például 1954 októberében névtelen levélben emelt szót a terrorizált munkatársak érdekében a főszerkesztő ellen. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ő. e.

Demeter Imre: Az újságírás megbecsülése. *Irodalmi Újság*, 1954. július 31.

Vásárhelyi Miklós: Az őszinte szó erejéről. *Irodalmi Újság*, 1954. szeptember 18.

Uo.

Horváth Márton: Sajtónk feladatairól. *Szabad Nép*, 1954. november 17.

Elsőként Kende Péter, Szilvási Lajos és Kövesi Endre ügyében döntöttek. Jegyzőkönyv a Titkárság 1954. december 13-i üléséről. MOL MK-S 276. f. 54. cs. 346. ő. e.

- 35 Jegyzőkönyv a Lapkiadó Vállalat MDP üzemi alapszerve 1955. január 26-i taggyűléséről. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 241. ó. e.
- 36 Jegyzőkönyv a Lapkiadó Vállalat MDP üzemi alapszerve 1955. május 27-i taggyűléséről. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 241. ó. e.
- 37 Uo.
- 38 Feljegyzés a Népszava szerkesztőségéről (1955. május). MOL MK-S 276. f. 89. cs. 208. ó. e., illetve Határozat a Szabad Nép szerkesztőségi pártszervezete 1955. március 29-i taggyűléséről. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 206. ó. e.
- 39 Jegyzőkönyv a *Magyar Nemzet* pártszervezetének március 27-28-i taggyűléséről. MOL MK-S 276. f. 89. cs. 209. ó. e.
- 40 Nagy Péter, Déry Tibor és Méray Tibor részéről (Hegedűs & Rainer, 1991: 76, 100, 144).
- 41 Jegyzőkönyv a Központi Vezetőség 1956. június 30-i üléséről. MOL MK-S 276. f. 52. cs. 34. ó. e.
- 42 Baktai Ervin: Vita a Petőfi-körben a sajtó és tájékoztatás kérdéseiről. *Népszava*, 1956. június 28.
- 43 Földeák János: Már szabadabban és bátrabban. *Népszava*, 1956. augusztus 5.
- 44 Horváth Zoltán: Sajtószabadság és szocialista demokrácia. *Népszava*, 1956. szeptember 16.
- 45 Novobáczky Sándor: Gondolatok a sajtószabadságról. *Magyar Sajtó*, 1956/8. 346.
- 46 Losonczy Géza: A sajtószabadságról. *Magyar Sajtó*, 1956/9. 392.
- 47 Gárdos Miklós: Sajtónk július után. *Magyar Sajtó*, 1956/10. 437.
- 48 Novobáczky Sándor: i. m. 349.
- 49 Máté György: Gondolatok a pártirányításról. *Magyar Sajtó*, 1956/9. 398-399.
- 50 Novobáczky Sándor i. m. 346-348.
- 51 Losonczy Géza i. m. 393.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

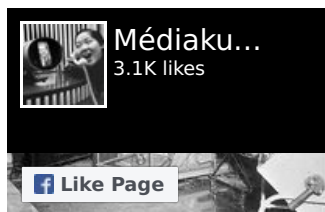
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2006 tél

Politika

[Lampé Ágnes:](#)

Hazai „breaking news”

Az MTV ostromának képei

Az MTV ostromának közvetítése televíziós és „nézői” szemszögből is előzmény nélküli. Dolgozatomban az országos közszolgálati és a két országos kereskedelmi csatorna hírigazgatójának véleménye alapján igyekeztem utánajárni, hogyan „reagáltak” a válsághelyzetre a televíziók. Milyen eszközökkel, milyen formában és szabályok szerint közvetítettek, illetve milyen tanulságai lehetnek egy *breaking news* szituációnak? Mikor és milyen keretek között indokolt az adás felfüggesztése és az élő tudósítás? Milyen gyorsan lehet és kell közvetíteni? A kérdések tisztázása rávilágíthat arra, lehet-e bármilyen különbség az eltérő tematikájú, működésű és finanszírozású televíziók „válságtudósítói funkciója” között.

Előzmények

Miután nyilvánosságra került Gyurcsány Ferenc miniszterelnök balatonőszödi beszédének hangfelvétele, szeptember 18-án este a Kossuth téren gyülekeztek az emberek. A tüntetők egy csoportja a Szabadság térre ment. Azt követelték, a *Magyar Televízió* (MTV) élő adásában olvassák be petíciójukat. Ezt a televízió vezetése nem engedélyezte. A tömeg erre átvonult a székházhoz, ahol órákon át farkasszemet nézett a rendőrökkel. Az emberek végül megostromolták a főbejáratot. Bejutottak a székházba, ahol jelentős károkat okoztak. Mivel csak a *hírTV* közvetítő kocsija volt jelen a Szabadság téren, a két nagy kereskedelmi csatorna – az *RTL Klub* és a *TV2* – is átvette a képeit. Az *MTV* saját felvételekből, szerkesztett összefoglalókkal dolgozott. Az esemény televíziók általi közvetítési módjáról, hangneméről és lebonyolításáról Vásárhelyi Mária írt éles hangú kritikát. Úgy vélte, a katasztrófák (augusztus 20. és szeptember 18.) médiareprezentációja rámutatott: a média mély szakmai válságban van. Cserbenhagyta a nézőket és totális csődöt mondott, saját felelősségét pedig még csak fel sem ismerte:

„A televíziós csatornák közül egyedül a Hír TV nyújtott folyamatos képi tájékoztatást. Ám az a mélyszéles szakmai és erkölcsi mélyrepülés, amelyről ezen az estén a Hír TV tanúbizonyságot tett, remélhetően örök időkre elrettentő példaként fog szolgálni a hazai médiatörténetben [...] Ám míg a Hír TV-ben javában zajlott a »forradalom«, a többi televíziós csatornán rezzenéstelenül folytatódott az előre eltervezett műsor. Így annak, aki mégis neszét vette, hogy valami nincs rendben a fővárosban, és további információra vágyott, nem maradt más választása, mint nézni a hírcsatorna »forradalomról« szóló tudósítását.”¹

Monori Áron a közvetítésről szóló elemzésében úgy vélte, a *hírTV*-s tudósító szakmailag és etikailag kifogásolható szóhasználatra, felelőtlen és elfogult helyzetértékelése alapjaiban tért el a valós szituációtól:

„A szeptember 18-ról 19-re virradó éjszakai Kossuth téri tüntetésből az MTV ostromába torkolló események Hír TV-s közvetítését alapvetően két folyamatosan visszatérő és persze szorosan összefüggő motívum határozta meg. Egyrészt az események forradalomként való megjelenítése, másfelől a rendőrséggel kapcsolatos negatív attitűd felkeltése, a rendőri brutalitásra való állandó utalás. Mindez annak fényében értékelhető, hogy minden demokratikus és komolyan vehető magyarországi politikai- és közszereplő egyetért abban, hogy az eseménysorozat nem forradalom volt, illetve hogy a rendőrség az MTV előtt igen visszafogottan lépett fel a tüntetőkkel és a vandálokkal szemben. A »forradalom-56-fiatalok« kifejezésekkel leírható nyelvhasználat, a rendőri brutalitást és könyörtelenséget emlegető fordulatokkal együtt, alkalmas volt a tévészékházat ostromló köztörvényes bűnözők melletti szimpátia felkeltésére is.”²

Horvát János a 2006. augusztus 20-i tragikus kimenetelű tűzijáték közvetítésével kapcsolatban pedig szintén a médiumok tehetetlenségét hangsúlyozta. Szerinte a televízióknak nincs se válsághelyzetben alkalmazható katasztrófatervük, sem a kivitelezéséhez elegendő szakemberük:

„Megtörténhet-e, hogy profi adók bénultan és gépiesen adják a sokéves filmeket, nem szakítják meg az adást, nem elérhetők, miközben stábjaik ott állomásoznak a helyszínen, mely időközben már nem egy vidám tűzijáték, hanem tömegkatasztrófa színhelye lett? Megtörténhet az, hogy ha mégis hírperiódusra ragadtatják magukat, akkor annak dadogás, összevisszaság és rémhírterjesztés a vége? Megtörtént. 2006. augusztus huszadikán Magyarországon.”³

Valóban ennyire rosszul vizsgáztak a televíziók? Valóban nem tudta a közvélemény, mi történik az ünnepen és a téren? Valóban csak egy forrásból lehetett értesülni az *MTV* ostromáról? Miért nem „változott” a közszolgálati televízió és a két országos kereskedelmi csatorna azonnal hírtévévé?

2006. szeptember 18-19.

Az *MTV* ostromakor a helyszínről élőben – eleinte egyedülként – Császár Attila, a *hírTV* tudósítója számolt be a történésekről:

„Azt kell mondanom, hogy amit a Kossuth téren Wittner Mária mondott, hogy forradalom van, az most valóra vált. Wittner Mária október 23-ra akarta az újabb rendszerváltozást, vagy az igazi rendszerváltozást, de úgy látszik, hogy a tömeg ezt nem bírta kivárni, és inkább a szabad sajtó, a média szabadságát követelve ezt a megoldást választotta, hogy nem a történelmi múltunkat is feltáró és annak minden emlékével és részletével rendelkező Parlamentet támadták meg, hanem a Magyar Televízió épületét” (23:13).

„Itt a háttérben azt mondják, hogy ölik a rendőröket, ezt nem tudom megerősíteni, nem látok oda, de az biztos, hogy ez, ez olyan, mint '56, amiről délelőtt vagy a nap folyamán már esett szó a demonstráción” (00:37).

„Azt a korábbi tüzet, ami az épület egyik, igazából nem használatos bejáratát érintette, azt úgy láttam az imént, azt eloltották. És most már egyre többen erősítik meg, hogy jönnek a rendőrök a Szabadság tér irányába. Én még nem látok senkit sem, de természetesen ez nem jelenti azt, hogy az információ, ez az értesülés ez ne lenne valós” (01:52).

„Kedves nézőink, mint az imént hallották, a kocka el van vetve, ez már forradalom, ezt Toroczkai László, a 64 vármegye elnöke mondta. Én a képet és a hangot visszaadom a stúdióknak, köszönöm szépen a figyelmüket, viszontlátásra” (03:32).⁴

Néhány mondat az *MTV* ostromakor készült, azóta elhíresült *hírTV*-s tudósításból, amely kiverte a biztosítékot a médiahatóságnál. Az ORTT a lehető legnagyobb, egymillió forintos bírságot szabta ki a *hírTV*-re.

„A Testület határozott álláspontja az, hogy az ilyen eseményekről való tudósításkor különösen nagy felelősség hárul a műsorszolgáltatóra, hiszen nem tárgyyszerű közvetítésével könnyen generálójává is válhat a nemkívánatos történéseknek. A Hír Televízió – a fent részletezett módon – ezt tette, a 2006. szeptember 18-iról 19-re virradó éjszaka műsorszolgáltatásával súlyosan megsértette az Rttv. 4. § (1) bekezdésében foglalt tényszerű és tárgyilagos tájékoztatás követelményét.”⁵

Meglepő lehetne, hogy a *hírTV* a tudósítást – pontosan ugyanerre a jogszabályra hivatkozva – éppen ellenkezőleg, profinak és szakmailag kifogástalannak minősítette.

„A HírTV ZRt. határozott álláspontja szerint, a Hír TV 2006. év szeptember hó 18. napi és szeptember hó 19. napi műsorszolgáltatási tevékenysége az Rttv. 4. § (1) bekezdésében foglalt sokoldalú, kiegyensúlyozott, tényszerű, időszerű és tárgyilagos tájékoztatás követelményének maradéktalanul eleget tett.”

Majd később:

„Nem vitás, hogy tudósítónk több esetben drámai hangú élő tudósításokat közölt, melyek nem nélkülözték a helyzet súlyosságát érzékeltető fogalmakat sem, úgy mint »csatátér«, »ostrom« vagy »háború« kifejezések. E kifejezések használata ugyanakkor sem abban a helyzetben, ott, a helyszínen, az adott pillanatban, sem az események későbbi értékelése során nem tekinthetőek túlzónak, félelmet keltőnek. A nézőkben ugyanis nem a tudósítónk szavai, hanem maguk az események kelthettek félelmet.”⁶

Ha nem a szavak, hanem az „események kelthettek félelmet”, ez újra ellentmond az ORTT vizsgálatából levont következtetéseknek:

„A Hír TV által közvetített képanyag pontos lenyomatként dokumentálta a Szabadság téren történeteket, az egyik helyszínen dolgozó riporter tudósításai azonban nehezítették a nézők számára való objektív értelmezés lehetőségét, hiszen beszámolója egyoldalú, a tárgyilagos tájékoztatás követelményét súlyosan sértő volt.”⁷

A *hírTV* képeit – a *BBC World*del, a *CNN International*lel és más csatornákkal együtt – a *TV2* és az *RTL Klub* is átvette. Az operatőr remek munkát végzett. A ORTT hét műsorszolgáltató szeptember 18-19-i programszerkesztési gyakorlatát vizsgálta meg. Megállapításuk szerint ezek közül csak a *hírTV*-é bírt médiajogi relevanciával.⁸ A gond tehát nem a képekkel, hanem a riporter helyzetértékelésével volt. Míg a tudósítást a médiahatóság

elfogadhatatlannak, az elvileg objektív tájékoztatásra szakosodott hírcsatorna szakmailag kifogástalannak minősítette. Naiv a kérdés, hogyan lehet ennyire másképp látni ugyanazt?

Nincs tapasztalat

Az MTV ostromának közvetítése eddig egyedülálló és tapasztalatok nélküli az itthoni televíziózás történetében. A veszélyes helyzetek olyan kihívás elé állították a híradók készítőit, amelyekre – szerencsére – nem voltak felkészülve. Mindez nem mentség az esetleges mulasztásokra vagy félreértelmezésekre. A vizuális, a verbális és a technikai megoldások ezért is alapvető fontosságúak. De médiaelméleti szempontból talán még jelentősebb, hogy a helyzet rávilágított arra a kérdésre: a különböző jellegű, tematikájú és finanszírozású televíziók „breaking-news funkciója” eltérő-e, és ha igen, miben. A néző most ugyanazt várja a közszolgálati, a kereskedelmi és a hírcsatornától. Jól teszi-e vagy a hírekre pozicionált adókra kellene kapcsolnia, ha részletes, teljes körű és azonnali tájékoztatást akar? A politika időközben igyekszik kihasználni a helyzetet, és pártbélyegeket ragaszt a csatornákra. A megkérdozett televíziók igazgatói mégis állítják, részükről szó sincs médiaháborúról.

A *hírTV* vezetése megkeresésünkre elzárkózott a tájékoztatástól. Először azzal az indokkal, hogy az ORTT állásfoglalásáig nem kívánnak nyilatkozni. A médiahatóság közvetítéssel kapcsolatos hivatalos közleménye után pedig azért nem, mert meg kívánják várni a Fővárosi Bíróság jogerős bírósági döntését.⁹

Nem kell hírtévéné válni

Mint ismeretes, a szeptember 18-i eseményekről az *RTL Klub* és a *TV2* a *hírTV*-től átvett élő képekkel tudósított.

„A kereskedelmi televíziók szerepvállalásával komoly értelmezési probléma van. Az MTV ostroma egy nem várt belpolitikai válság nyomán alakult ki. Mivel nálunk ilyen helyzet eddig nem volt, nem vagyunk rá felkészülve, nincs gyakorlatunk sem. De ez a kérdés elvi részé”

– mondja Kotroczó Róbert, az *RTL Klub* hírigazgatója. A szakember szerint a sajtó indokolatlanul várja el, hogy szükség esetén az *MTV* helyett hírtelevíziószerűen tudósítsanak. Míg a médiakritikusok és a politikusok a kereskedelmi tévéket máskor „alpári” adóként minősítik, válsághelyzetben azt akarják, kvázi hírcsatornaként működjenek.

„Pedig szerintem ekkor sem kell hírtévéné válnunk és olyan funkciókat átvennünk, amelyeknek semmi közük a kereskedelmi televíziózáshoz. Egy hírcsatorna kicsi, mozgékony csapatokból áll, amelyek szükség esetén gyorsan, bárholnan képesek akár órákig, folyamatos élő bejelentkezéseket adni. A mi feladatunk nem ez, hanem hogy objektíven összefoglaljuk a nap eseményeit, akár többször egy este folyamán. Breakingnews-helyzetben pedig a lehető leggyorsabban hírt adjunk a nézőinknek. (Ez a műsoron megjelenő futófelirattal vagy az adást megszakító rövid hírösszefoglalóval is lehetséges.) Ezt meg is tettük, egy órával a többiek előtt már volt képünk. A forrást nem titkoltuk, végig kiírtuk, honnan származik. A média akkor lenne válságban, ha a néző kizárólag egyetlen forrásból értesült volna arról, mi történik a téren”

– teszi hozzá Kotroczó Róbert.

A kivitelezés nehézségeit kívülről nehéz megérteni és mérlegelni. A közönségnek nem dolga, hogy a technikai bonyodalmakkal, logisztikai egyeztetésekkel foglalkozzon. Nem kell átélnie a feldühödött tömeg fenyegetéseit, erőszakosságát. Viszont azonnal tudni akarja, ha valami szokatlan történik. Teljesen jogosan. A kérdés az, kitől mit várjon.

„Nem vagyunk hírtelevízió, nem erre vagyunk berendezkedve. De nem is dolgozunk, hogy hírtévéként működjünk. Nekünk egész más a feladatunk, teljesen másképp dolgozunk. Persze egy kereskedelmi televíziónál is van riadólánc, de nem olyan, mint egy hírcsatornánál. Ott állandó készenlét van, ha történik valami, azonnal tudnak indulni. Ráadásul soha ilyen korábban nem volt. Arról pedig szó sincs, hogy az MTV ostromának közvetítése a magyar média szakmai válságáról tanúskodna. A tudósítás és a híradás szempontjából megtettünk mindent, amit lehetett. A reakcióidőben voltak különbségek, de ez minden”

– mondja Pánczél Andrea, a *TV2* hírigazgatója.

Éles helyzetben

A technikai lebonyolítás más lapra tartozik – állítják egyöntetűen a megkérdozett csatorna vezetői.

„Valamennyi televízió a Kossuth téren várakozott, a *hírTV* autója már korábban az MTV székháznál volt. Így olyan helyzeti előnyhöz jutottak, amit nem lehetett behozni. Egy műholdas közvetítő kocsit veszélyes lett volna beküldeni a feldühödött tömegbe”

– jegyzi meg Kotroczó Róbert. A szakember szerint az, aki nem hivatásszerűen televíziózik, nem tudja elképzelni, éles helyzetben mit jelent megszervezni, hogy az operatőrök tudjanak rögzíteni, hogy a telefonok fel legyenek töltve, hogy a kazetták bejussanak a székházba. De nyilvánvalóan az a legfontosabb, hogy informálják a nézőt.

„Ehhez a legjobb képeket kell megszerezni és a lehető leghamarabb a helyszínre kell küldeni a legfelkészültebb munkatársakat. Mi ezt tettük. Hamar létrejött a kapcsolat a *hírTV*-vel, lett képünk. Riadólánc alapján mozgósítottunk. A helyszínen szakavatott riporterek dolgoztak. Kruzslicz Dávid, aki

korábban rendőrségi és politikai riporter volt, azonnal észrevette, hogy az MTV ostromlói között sok footballhuligán is volt. Ezt tőlünk tudták meg a nézők először. A tudósítónak feltűnt ugyanis, hogy a vandálok a rendőrök sípcsontjára dobálják a köveket, ahol nem védi őket a pajzs. Ez a meccsek körüli botrányokból ismert technika”

- teszi hozzá Kotroczó Róbert. Az igazgató állítja, az eredmény akkor sem lett volna más, ha végig saját képeket használnak. „A jövőre nézve inkább technikai fejlesztés jön szóba. Be kell szereznünk egy vezeték nélküli kamerát, amelynek képeit azonnal adásba lehet adni” - jegyzi meg Kotroczó Róbert.

A TV2 forgatókönyve és problémái is hasonlóak voltak.

„Ahogy minden televízió, mi is a Kossuth téren felkészülve vártunk. Később a közvetítő kocsival már nem lehetett behajtani a tömegbe. Mivel más világvárostól, például Londontól eltérően nálunk az utcán sehol nincsenek optikaikábel-csatlakozó pontok, technikailag nem lehetett megoldani az élő közvetítést. De négy stáb folyamatosan forgatott és bejelentkezett. Előbb hírTV-s, később már saját képeket is használtunk. Elértük a pártokat, az illetékes hatóságokat, megtaláltuk a fontos riportalanyokat. Másképp nem lehetett megoldani a közvetítést. Tanulságok technikai oldalról vonhatók le. Be kell szereznünk egy kábel nélküli kamerát, amit meg is teszünk”

- meséli Pánczél Andrea.

Félreértés övezi az MTV válságtudósításait - véli Kert Attila, az MTV hírigazgatója. A szakember szerint nem érdemes és nem is lehet párhuzamot vonni vagy hasonlóságot keresni a szeptember 18. és az augusztus 20-i események között. Ráadásul mindkét eset a kivételes helyzetek között is kivételes. A köztvévő ugyanis nemcsak közvetítője, hanem részese és áldozata volt az eseményeknek. Ezért nem működött úgy, ahogy egyébként rendkívüli szituációban tenné.

„Október 23-án az MTV viszont már olyan módon közvetített, ahogy egy közszolgálati televízióknak breakingnews-helyzetben kell. A másik két esetet ezzel nem lehet összehasonlítani. Augusztus 20-án a viharban a technika annyira megsérült, hogy az élő közvetítés lehetetlenné vált. Szeptember 18-án pedig nem volt mód arra, hogy részletesebben tájékoztassunk. Közvetítő kocsink a Kossuth téren volt, amit a feldühödött tömegem keresztül lehetetlen volt áthozni a Szabadság térre. Többen szakszerű véleményt tudnak mondani arról, hogyan kellett volna tudósítanunk az épületből. De nem kívánom nekik, hogy valaha is olyan helyzetbe kerüljenek, amelyben megértik, miért döntöttünk úgy, ahogy. Aki nem volt itt, nem tudja elképzelni a füstöt, a könnygázt, az ablakon berepülő maroknyi köveket. Közben a félelmet és a se ki-se be állapotot. Így nem lehet mindenre kiterjedő, tárgyilagos beszámolót adni”

- meséli Kert Attila.

Az MTV vezetése úgy döntött, szerkesztett és vágott anyagokkal, saját képekkel, de különkiadások formájában tájékoztat. 22 óra 45 perckor Baló György „Az Esté”-ben bement, tüntetők érkeztek a térre, majd folytatta az adást. 23 óra 10 perckor az „Este Extra” összefoglalta az addigi történéseket, és helyszíni tudósítást adott. Éjfélkor a késő esti „Híradó” élő képekkel és tudósításokkal jelentkezett. 00 óra 55 perckor Rudi Zoltán elnök nyilatkozatot adott ki a többi médiumnak és az MTI-nek, majd a „Híradó” rendkívüli adásában maga foglalta össze a helyzetet. 00 óra 53 perckor exkluzív felvételek jelentek meg a háborús állapotokról. 3 óra 12 perckor a „Híradó” egyik szerkesztője nyilatkozott a BBC-nek. 5 óra 54 perckor újraindította adását a Magyar Televízió.¹⁰

Élőben vagy vágva?

A híradós szakemberek egyik legfontosabb „válságkérdése”. Nincs két ugyanolyan helyzet, egy rossz döntésnek komoly következményei lehetnek. A BBC, amely sok tekintetben etalonnak számít, zavargások és drámai szituációk esetére irányelveket dolgozott ki. Ezek közül az MTV-re vonatkozóan talán az egyik legfontosabb: „Abban az esetben, ha az események »erőszakos szintje« magas, akkor az anyagokat kisebb késéssel vagy megvágva kell műsorba szerkeszteni.”¹¹ Nehéz definiálni, mit jelent a kifejezés pontosan. Az erőszak szintjét a három megkérdezett televízió közül az MTV ítélte elég magasnak ahhoz, hogy ne adja élőben az eseményeket, nehogy ezzel tovább fokozza a helyzetet. Az MTV szeptember 22-i sajtóközleményében leszögezte:

„A folyamatos élő közvetítéssel kapcsolatban az MTV elnöke azt a döntést hozta, hogy olaj volna a tűzre - sajnos úgy szó szerint, mint átvitt értelemben -, ha a Magyar Televízió kameráin keresztül széles nyilvánosságot kapna az a vandalizmus, ami a székház előtt történik. Később pedig, a lángokban álló kapu és a munkatársaink testi épségének védelme miatt határozott úgy, hogy pusztán adásmegszakító híradásokkal jelentkezzen a közszolgálati televízió. A háromszáz tömeg habozás és gondolkodás nélkül - sajnos szintén szó szerint - felkoncolta volna, úgy a kiküldött közvetítő kocsit, mint a stábot.”¹²

Az első kérdés a híradós számára ilyenkor valóban mindig az, hogy azonnal hírt adjon-e, vagy késleltesse az információt. Hiszen az élő közvetítésen kívül más megoldás is elképzelhető.

„Nem kértünk képet a Hír TV-től, a szerkesztett összefoglalókhöz saját anyagainkat használtuk. A kereskedelmi tévék másképp mérlegelnek: az ilyen képek a képernyő elé tapasztják a nézőket. Ha nem adják élőben, milliókat bukhatnak. Ez teljesen más szemléletet és hozzáállást követel meg”

- mondja Kert Attila. Kérdés: ki hova teszi a mércét, amikor az erőszak szintjéről, így a közvetítés módjáról dönt.

„Leginkább nagytotálokkal dolgoztunk, halott embert és vért soha nem mutatunk. Az MTV ostromakor ilyet a hírTV-nél sem láttunk. Ha adtak volna, nem vettük volna át. Ha van rá mód, ilyen helyzetben élőben kell adni. Az élőkép felértékelődik, az események percről percre változnak. Egy-egy fontos pillanatot nem szabad elszalasztani. Ha megoldható, osztott képernyővel dolgozunk, így egyszerre több információt is át tudunk adni a nézőnek”

- meséli Pánczél Andrea.

Az RTL hírigazgatójának eszébe sem jutott, hogy ne élő képeket adjanak.

„Ha ablakokat törnek be és autókat gyújtanak fel, az nem ugyanaz, mint amikor erőszakos és véres cselekmények, gyilkosság vagy haláleset történik. Itt ilyesmiről nem volt szó. Amikor a vízágyúból a rendbontók kiszedték a rendőrt, az volt az egyetlen pillanat, amikor elszabadulhatott volna a pokol. Ekkor valóban felmerülhetett volna az élő adás megszakítása. De mivel nem estek neki a rendőrnek, megkönnyebbülten lehetett élőben mutatni az eseményeket”

- jegyzi meg Kotroczó Róbert.

Szakma

A BBC másik alapelve kimondja:

„Pártatlan és átfogó tájékoztatásra kell törekedni, ha a tudósítók nem képesek kontextusba helyezni az eseményeket, akkor ki kell egészíteni a beszámolókat, annak érdekében, hogy a teljes képet megjeleníthessük.”¹³

Talán ez az egyik legsúlyosabb vétség, ami miatt az ORTT elmarasztalta a hírTV-t. Hiszen a képek „adottak” voltak, a helyzetet a tudósító értelmezése torzította.

„A Hír TV riportere forradalomnak minősítette az eseményeket; többször »tüntetők kollégák«-ról, »változást akaró fiatalok«-ról beszélt. Az én ízlésem szerint ez nem az események pártatlan bemutatása, hanem megengedhetetlen érzelmi azonosulás. Jellemző, hogy két nap múlva az addig forradalmároknak nevezett embereket vandáloknak, randalírozóknak nevezték, pedig közben sem ők, sem a hírTV nem változott meg. Mégsem mondták, hogy elnéztük. Vagy, hogy elnézést...”

- véli Kert Attila.

A lényeg tehát a közvetítés hangneme, szóhasználata, tónusa, tárgyyszerűsége, hitelessége:

„Azzal semmi baj nincs, ha a televíziók a forrás feltüntetése mellett átveszik egymás képi anyagát. Ez a mindennapokban számtalanszor előfordul. Az előre nem várt esemény nem tervezhető. Ilyenkor egyik vagy másik tévének nagyobb szerencséje lehet abban, milyen közel tud kerülni az eseményekhez. Az MTV »ostromakor« egyébként nem adás-, hanem kameraképet kaptunk. Ami a hírszövegeinket illeti; az információkat több forrásból ellenőriztük, szükség esetén a szerkesztő és a műsorvezető is pontosított. Ők kezdettől fogva »vandalizmusként« és »pusztításként« értelmezték az eseményeket. Ez aznap este, az élő közvetítés alatt sem volt kétséges”

- mondja Kotroczó Róbert.

A riporterre vonatkozó szabályok a TV2-nél is szigorúak:

„A tudósító csak azt mondhatja el, amit maga körül lát. Ameddig nem biztos és nem erősítik meg, semmilyen pluszinformációt nem említhet. Pártatlannak, mértékadónak és visszafogottnak kell lennie. Az eseményeket kommentálnia és minősítenie semmilyen körülmények között nem szabad. Hisz az a legfontosabb, hogy ne keltsünk pánikot”

- mondja Pánczél Andrea.

Még egy BBC-s alapelv: „Azonnal vissza kell vonulni, ha a sajtó jelenléte fokozza a helyzetet.”¹⁴ Ez szeptember 18-án hatás-ellenhatás értelemben működött.

„Valóban sokszor előfordul, hogy ha észreveszik a riportert, a légkör megváltozik, és mindenki másképp kezd beszélni. De ez kettős mérce. A tömeget bősítheti, de akár le is csendesítheti, ha dokumentálják, amit tesz. Szeptember 18-án sokan kihasználták a helyzetet, hirtelen mindenkinek sajtóigazolványa volt. Aztán kővel dobálták meg a közvetítő kocsikat és a kollégáimat, csak azért, mert tévések voltak”

- meséli a TV2 hírigazgatója.

Szempontra a nézettség?

Míg „normál menetben” a kereskedelmi csatornák talán legfontosabb szempontja az, hogy a nézettségi versenyben előnyt szerezzenek, addig válsághelyzetben fordul a kocka. Az országos kereskedelmi televíziók vezetői állítják, ilyenkor nem ezért kell tudósítani. A közszolgálati csatorna viszont, amely egy átlagos hétköznapon a versenyben jóval hátrébb kerül, az ostrom után tudatta: „A nézők – a távkapcsolójukkal – a közszolgálati csatorna fontosságára, a

Magyar Televízió működésének szükségességére szavaznak.”¹⁵ Majd a különböző hírműsorok nézettségi adataival támasztották alá, az MTV ostromát követő napok hírversenyeiben ők győztek.¹⁶ Az RTL Klub hírigazgatója szerint a lényeg nem ez. Az számít, az elhangzott információk mennyire relevánsak, a műsor milyen mértékben tudta megtartani a tárgyilagosságát, hitelességét és hogyan tette egyedivé a közvetítést.

„A nézettség az MTV ostromakor nem volt elsődleges, a csatorna részéről sem elvárás. Egy belpolitikai válságról nem lehet úgy beszélni, hogy kereskedelmileg működött-e vagy sem. Jellemző, hogy míg a kereskedelmi tévéket a médiakritikusok a »lelketlenségük« miatt állandóan szapulják, addig ilyen helyzetben csak azzal foglalkoznak, melyik tévé nyerte az úgynevezett hírversenyt”

- teszi hozzá Kotroczó Róbert.

Hasonlóan vélekedik a TV2 igazgatója:

„A Tények közszolgálati műsor, ami nagy terhet ró a kereskedelmi csatornára, hiszen ezzel is nézettséget kell produkálnia. De az MTV ostromakor ez nem motivált, nem is lehetett szempont. A lényeg az volt, egy csatornától a közönség minden információt megkapjon”

- jegyzi meg Pánczél Andrea.

Összegzés

Az MTV ostroma alatt a tudósítók többsége először tapasztalta meg, milyen az „éles bevetés”. A helyzet pedig a különböző tematikájú televíziók eltérő „válságtudósítói” funkcióit is felvetette. A hírekre pozicionált és arra specializálódott hírcsatorna számára – elvileg – nem jelenthet nehézséget, hogy gyorsan, részletesen nyújtson tájékoztatást akár a legextrémebb helyszínekről is. Bár nem erre vannak berendezkedve, a gyors reagálás a kereskedelmi csatornáktól ugyanúgy elvárható. Az ostrom és első sokk után már az MTV is felkészültebben reagált. Az október 23-i rendezavarások közvetítése egyik televíziónál sem okozott fennakadást. Úgy tűnik, „edzettebbek”.

Lábjegyzetek

- 1 Vásárhelyi Mária: Katasztrófamaraton. <http://www.168ora.hu/cikk.php?id=6336> (utolsó letöltés 2006. október 12.).
- 2 Monori Áron: Ja, a Hírtévé? Bocsánat. <http://www.es.hu/pd/display.asp?channel=PUBLICISZTIKA0639&article=2006-1001-2104-09HRFU> (utolsó letöltés: 2006. november 2.).
- 3 Horvát János: Maradjanak velünk? <http://www.nol.hu/cikk/414676/> (utolsó letöltés 2006. október 30.).
- 4 2006. szept. 22. A nap idézete – Császár Attila az MTV ostromát közvetíti – Kommentár nélkül. <http://www.emasa.hu/cikk.php?id=1758> (utolsó letöltés: 2006. október 27.).
- 5 Az ORTT sajtóközleménye: „A 2006. szeptember 18-i zavargások médiaképének vizsgálata (Hír Televízió)”. http://www.ortt.hu/hirek.php?hir_id=150 (utolsó letöltés: 2006. október 24.).
- 6 Ibid.
- 7 Ibid.
- 8 Az ORTT elnökének közleménye. http://www.ortt.hu/hirek.php?hir_id=127 (utolsó letöltés: 2006. október 22.).
- 9 A hírTV az ORTT határozatával szemben keresetet nyújtott be a Fővárosi Bírósághoz.
- 10 Az MTV 2006. szeptember 19-én kiadott „MTV helyzetjelentés” című sajtóközleménye (kiemelés tőlem – L. Á.)
- 11 BBC Editorial Guidelines. Demonstrations, disturbances and riots. <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/edguide/war/demonstrationsd.shtml>. Magyarul hivatkozásként lásd az ORTT sajtóközleményét, ibid.
- 12 Részlet az MTV 2006. szeptember 22-én kiadott, MTV: „Mérlegen a károk és a helyreállítás – mérlegen a valóság” című sajtóközleményéből (kiemelés tőlem – L. Á.)
- 13 BBC Editorial Guidelines, ibid.
- 14 BBC Editorial Guidelines, ibid.
- 15 MTV-sajtóközlemény: 2006. szeptember 20. MTV: Tények.
- 16 MTV-sajtóközlemény: 2006. szeptember 20. MTV: Tények szerint: „A délelőtti és kora délutáni időszámban az m1 csatorna átlagos nézettsége – 3,5% – meghaladta a TV2-t (2,3%) és az RTL Klubot (1,2%). Ebben nagyon nagy szerepe volt a déli híradónak, amelynek átlagos nézettsége a 18 év felettiek körében 10,4 százalék volt,

azaz 818 239 fő követte figyelemmel az események alakulását az m1-en, ezzel 60 százalékos közönségarányt érve el. A 18-49 évesek körében a tévénézők 50,4 százaléka kapcsolt az m1 déli híradójára. A kora esti híradó szintén kimagasló nézettséget hozott a választókorúak körében: 339 ezer fő, részesedés 14,3 százalék. Az m1 műsorait tegnap este kimagaslóan sokan választották, a Híradó nézettsége a 18 éven felüliek körében 8,9% volt, ez a tévénézők 18,6%-át jelentette. A Híradó Extra közönségaránya már 23,6%, ekkor már a TV2-nél nézettebb volt az m1, 971 ezer néző választotta ezt a műsort” (kiemelés tőlem - L. Á.).



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>



2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

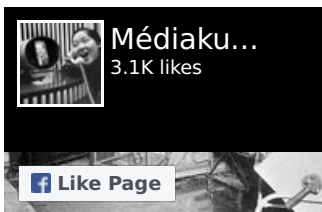
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2006 tél

Digitália

[Hargitai Henrik](#) - [Tímári Sándor](#) - [Sütő László](#) - [Bálint Irén](#) - [Balla Éva](#) - [Biró József](#) - [Szombathy Csaba](#):

Digitális földfelszíni rádió-műsorszórás: a T-DAB bevezetése és a digitalizáció hatása a hangzó tartalom-szolgáltatásra

Napjainkban a rádió még túlnyomórészt analóg rendszereken terjeszti tartalmát. A digitális átállás kapcsán létrehozott stratégiai tervek ugyan „digitális műsorszórás”-ról szólnak, de ezen általában csak a televíziót értik, komolyabb stratégia nem készül a rádiós műsorszórás, illetve műsorterjesztés digitalizálására. A rádiózás digitalizációja sokszor a televíziós átálláséhoz hasonló kérdéseket vet föl (például multiplexek), azonban számos más vonatkozásban egyedi, a rádiózás műfaji és hallgatói szokásbéli sajátosságaiból következő problémák és lehetőségek is jelentkeznek. A rádió esetében nem szükséges kikapcsolni az analóg adókat a digitális induláshoz - mint a tévé esetében -, így nincs technológiai indíttatású „szükség” a gyors döntéshozatalra. A digitális földfelszíni rádiós műsorszórásban szinte minden európai országban a közszolgálati rádió tölt be úttörő szerepet. A *Magyar Rádió* továbbfejlődésének előfeltétele, hogy - más nyugati országokhoz hasonlóan - több csatornával jelentkezhessen. Ez ma nem lehetséges: az analóg frekvenciák szűkösége aktuális problémaként jelentkezik olyannyira, hogy az OIRT-frekvenciák kikapcsolásával a *Rádió* részben „visszatér” a középhullámú sugárzásra. Így tehát a továbblépési út - az internet mint kiegészítő szolgáltatás mellett - a digitális műsorszórás lehet. Kérdés azonban, hogy mikor és mely technológiákkal: erre vonatkozóan kormányzati döntés szükséges.¹

Bevezetés

A legtöbb szabad médiapiacú országban kezd betelni a CCIR („nyugati”, 100 MHz-es) FM-sáv, nemcsak a nagyvárosokban, hanem vidéken is. Magyarországon különösen a délkeleti országrészben ilyen a helyzet, új országos lefedettségű frekvencia pedig már nem koordinálható. A legtöbb helyen új rádió csak egy régi megszűnésével jöhet létre. Nem szokatlan, hogy egy-egy helyi frekvenciára tíznél többen pályázzanak (ORTT, 2006a, 2006b). A pályázók köre a különféle telephelyekre hasonló: a nagyobb körzeteket besugározni kívánó rádiók felvásárolják a helyi, független állomásokat - vagy akár egy teljes hálózatot -, vagy előnyösebb helyzetük miatt jobb eséllyel kapják meg az új frekvenciákat, így tudnak körzeti hálózatokat létrehozni. A kereskedelmi, a nem nyereségérdekelte és a közszolgálati rádiók is új, országos lefedettségű frekvenciákat szeretnének. A helyzetet tovább élesíti az OIRT („keleti”, 60 MHz-es) URH-sáv kikapcsolása a műsorszórásból. A *Magyar Rádió* eddig itt folyó parlamenti és nemzetiségi adásait csak a hazai viszonyok között népszerűtlennek számító középhullámú adókkal tudják - részben - kiváltani. Magyarországon az analóg frekvenciák száma - leszámítva a vidéki kisközösségi/kistérségi mikroállomásokat - már jelentősen nem növelhető; országosan pedig - az FM²-sávban - egyáltalán nem. Ebben a helyzetben az éterben fogható rádiók piacának bővülése csak a digitális technológia bevezetésével képzelhető el, a kezdeti időkben az analóg adások fenntartásával - hasonlóan a műholdas analóg/digitális átálláshoz.

Az interneten megszokott választék, a személyre szabott rádiók és hangszolgáltatások, a *podcasting* használata a szakosodott rádiók irányába mozdítja el az európai rádiós piacot is. E rádiók szűk célközönséget céloznak meg, de ennek - beleértve a reklámozókat is - „minden igényét kielégítik”. Egy ilyen rádiós „látkép” létrehozását az éterben a jelenlegi analóg AM³/FM sávok nem teszik lehetővé. A ma rendelkezésre álló egyetlen technológia, amely a sajátos, kulturálisan sokszínű Európában képes egy ilyen, *műsorszórással megvalósuló* piac létrehozására, a földfelszíni digitális rádió. Jelenleg a digitális földfelszíni rádiós technológiák közül az (*Eureka*) *Terrestrial Digital Audio Broadcasting*⁴ (T-DAB, vagyis „földfelszíni digitális hangműsorszórás”) a legelterjedtebb. Ez az egyetlen, melyet kifejezetten a digitális rádiózás céljára, illetve az FM-adások kiváltására hoztak létre. Jelenleg ehhez áll rendelkezésre a (relatív) legszélesebb körű és legolcsóbb vevőkészülék-park, a digitális rádiórendszerek közül ezt használja a legtöbb ország (globálisan), erről halmozódott fel a legtöbb tapasztalat világszerte. Ahol az állam és a közszolgálati rádió elkötelezte magát mellette, a DAB-hoz hozzáférő hallgatók számára az eddigőtől eltérő,

sokszínűbb és több lehetőséget magában foglaló rádiózás élményét tette lehetővé – bár itt sem vette még át az FM szerepét.

A DAB úgynevezett multiplex alapon működik: egy multiplex-szolgáltató fűz (nyalából) össze több (6-10) rádióállomást, s az egész csomagot egyben sugározzák ki. A T-DAB-on ma Magyarország bármely részén öt multiplex adásai számára áll rendelkezésre frekvencia: ez a multiplexek felhasználásától függően bárhol körülbelül 30-50 rádióállomás vételét teszi lehetővé, amelyből nagyjából 18-30 a VHF III sávban, a többi az L-sávban, azaz mindkét esetben FM-sávon felüli, „új” frekvencián működhet.

A DAB (vagy más digitális rádiós rendszer) bevezetésének a lehető leghamarabb ki kell alakítani a szabályozásbéli előfeltételeit, vagyis lehetővé kell tenni, hogy megindulhasson a tartalomszolgáltatók számára az engedélyek kiadása. Ez akkor is előnyös lehet, ha a jövőben esetleg más, esetenként ma még csak kísérleti rendszereket (is) bevezetnek. A „digitális rádiócsend” tudatos fenntartása azzal jár, hogy sem a tartalomszolgáltatók, sem a hallgatók nem találkoznak az új technológiával, nem épül ki új adók hálózata, a készülégyártók távol tartják magukat a magyar piactól.

A DAB-adásokra ugyanakkor nincs sürgető társadalmi igény – az embereket és a médiumokat a digitális televízió megjelenése foglalkoztatja. A DAB-ról egyáltalán nem is hallanak. Az internetet is azok utasítják el, akik nem ismerik. Azok, akik a DAB-ot kipróbálták, egyértelműen mellette szavaznak, az AM/FM ellenében.⁵

A DAB vagy az ezzel kompatibilis, „multimédiásított” DMB⁶ (Korea); a DAB spektrumhatékonyabb, jelenleg fejlesztés alatt lévő új változata, a DABv2⁷; illetve a nem kompatibilis, alapvetően tévére (DVB-T, DVB-H, DSR, ISDB-T)⁸ vagy rádióra (DRM, IBOC)⁹ kifejlesztett technológiák készülékforgalmat, új reklámozókat, új típusú tartalom-előállítókat és -közvetítőket hoznának létre. Ezzel a ma már univerzálisan digitális adatfolyamokba a rádiós műsorszórásnak is minden eleme bekapcsolódhatna.

A frekvenciaszűkösség érvének eddig főképp (média)politikai okokból történt használata mára valósággá vált, a parlamenti és a nemzeti adások országos közvetítése aktuális gyakorlati probléma (megoldása egyelőre a középhullámra való visszalépés). A gazdasági érdekek mellett a demokráciát alapértéknek tekintő politika érdeke is a mainál nagyobb műsorszóró rádiópiaci sokszínűség lehetőségét megadó infrastruktúra és a valódi sokszínűséget biztosító szabályozás megteremtése. Ennek bevezetése azonban ma szerte a világon – így nálunk is – a döntéshozók kezében van.

A DAB-piacokon megszokott tematikus szolgáltatások hazánkban csak az interneten érhetőek el. Az internetezők száma viszont Magyarországon a harmadik legkisebb az Európai Unió (EU) belül (30,3% 2005-ben).¹⁰

A multiplex alapú digitális technológiával sugárzott rádióműsorok elkészítése, marketingje, technikai megoldása, szabályozása sok szempontból más szemléletet igényel, mint a mai gyakorlat. A műsorszórás és távközlés határainak elmosódása, a ma „rádió+RDS(+rádióújság)” és „televízió+teletext(+tévéújság)” tartalomcsomagokat felváltó, különféleképp kevert hangot, képet, mozgóképet, szöveges tartalmat hordozó digitális adatcsomagok attól függetlenül alakíthatják át a médiahasználatot, hogy pontosan milyen platformon kerülnek megvalósításra.

A DAB elterjedését a szakmában az „ördögi kör” néven említett összefüggés akadályozza: mivel nincs vonzó tartalomszolgáltatás és nincsenek hallgatók, nincsenek reklámozók és befektetők sem – mivel pedig nincsenek sem befektetők, sem vevőkészülékek (hallgatók), nincs tartalomszolgáltatás sem –, mivel nincs se program, se hallgató, a vevőkészülék-forgalmazók sem érdeklődnek a hazai piac iránt. A kör „felett” a szabályozás megteremtése áll, azaz alapvetően ez akadályozza meg a tartalomszolgáltatás elindítását, ami elindíthatná a hallgatók és befektetők aktivitását.¹¹

Magyarországon, akár csak máshol, politikai döntés és állami szerepvállalás szükséges a digitális rádiózás beindításához: döntés a szabályozásról (új médiatörvény), a választott technológiáról, az adóhálózat kiépítéséről, az FM további sorsáról.

A kormányzat digitális átállási stratégiájának vitaanyagát ezen írás leadásának időpontjában tette közzé az interneten (DÁS, 2006).

Jelen tanulmány alapvetően a T-DAB-ról szól, a leírtak többé-kevésbé valamennyi multiplex alapon működő digitális földfelszíni műsorszóró technológiára igazak.

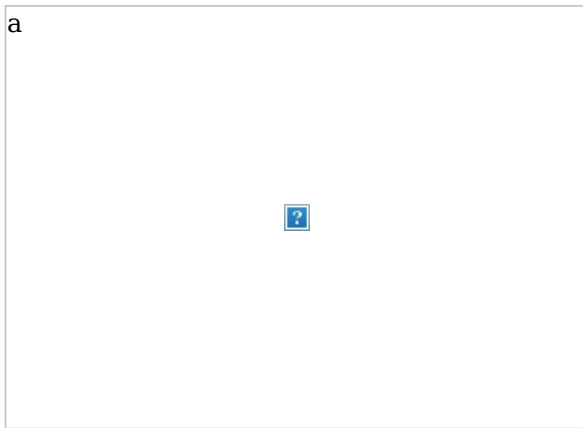
Történeti párhuzamok

Az FM-rádiózás – ellentétben a középhullámú és a DAB-rádióval – amerikai találmány. 1935-re Edwin Howard Armstrong dolgozta ki az FM-technológiát, amely „túl jónak” bizonyult: a Radio Corporation of America (RCA) elnöke, David Sarnoff attól tartott, hogy a gazdasági válságból épp kilábaló Amerikában egy ilyen új technológia bevezetése az AM-nél maradó konkurenciát juttatná előnyös helyzetbe,¹² ezért az új technológia elvetése mellett döntött. Az RCA helyette a tévéadások megindításába fektetett energiát. Így továbbra is használhatta a kiépített AM-hálózatát, az embereket pedig ezenfelül új készülékek, a tévék megvásárlására ösztönözte (Ala-Fossi, 2003). Armstrong közben a „saját szakállára” kampánykörutat kezdett az FM-rádiózás népszerűsítésére. A kezdeti időkben az FM-ről azt gondolták, hogy csak néhány kilométeres hatótávolságig jut el a jele, így csak „szigorúan helyi” állomások számára megfelelő (FCC, 1935: 29). A háború végéig körülbelül 50 adás indult el az 1940-ben kijelölt 42-50 MHz sávban. Ekkor mintegy félmillió, FM-adás vételére alkalmas készülék volt. 1945-ben a mediaszabályozásért felelős hatóság, a Federal Communications Commission (FCC) az FM-sávot áthelyezte a 88-

106 MHz-re, a korábit a tévé kapta meg. Ezt Armstrong – sokak szerint jogosan – Sarnoff lobbijával magyarázta: az új sávra mind a hallgatók, mind a rádiók csak jelentős befektetéssel állhattak át.¹³ Az FM évtizedekig csak vegetált. Az első években oktatási programok, hifirajongók klasszikus zenei állomásai és „háttérzenei”, részben automatizált műsorok voltak rajta hallhatók, többnyire reklámok nélkül. Ebben az időszakban a jelmondata és a vonzereje a kiváló hangminőség és a légköri zavaroktól és éjszaka is interferenciamentes vétel volt.

Közben a televízió megjelenésével a rádiók átálltak a formátumrádiózásra, elsőként a TOP 40-re. 1962-ben a túlsúfolt középhullámon átmenetileg „frekvenciamoratóriumot” vezettek be. Az FM-sáv első önálló arculatú, a fiatalok számára is vonzó állomástípusa a TOP 40 *mainstream* állomások ellenében létrejött *free-form FM* volt: az FM az alternatív rockkultúra felülete lett (Douglas, 1999). Sok középhullámú adó csak nappali sugárzásra kapott engedélyt.¹⁴ Ezek csak FM-en sugározhattak éjjel (FCC, 1965: 128). 1967-re érvénybe lépett az úgynevezett *nonduplication*-szabály: a nagyvárosokban a mindkét sávban sugárzó rádiókon az adás felének eltérőnek kellett lennie, azaz az FCC az új sáv minél hatékonyabb kihasználására ösztönzött. Ekkor, az 1960-as évek második felében indult el felfelé az FM népszerűsége, részben a külföldről behozott olcsó (japán és európai) tranzisztoros rádióknak köszönhetően, részben pedig a lassan kommercializálódó rockzenei rádiók népszerűsége miatt. Ám eddig jó 30 év telt el bevezetése óta.

Az Amerikai Egyesült Államokban már a kezdetektől az FM-sáv alsó negyede (88–92 MHz) a nem kereskedelmi adások számára van fenntartva (FCC, 1945: 20).¹⁵ A zenei állomások jó része végleg átállt tehát az FM-re. De az AM-sávot sem adták fel: itt a beszélgetős, a hír-, a nemzetiségi és a nosztalgia-rádiók találták meg helyüket.¹⁶ 2006 márciusában 8989 darab FM- és 4759 darab AM-állomás volt az éterben az USA-ban (FCC, 2006)



1. ábra: A rádióállomások száma az USA-ban¹⁷ (forrás: FCC és USCB, 1965–2006)

	Nyugat- és Észak-Európa	11 új közép-és kelet-európai EU-tagállam	USA
Ország	21	11	1
Lakosság, millió	380	109	257
Terület, ezer km ²	3141	1129	9809
Közszolgálati programok (országos, regionális)	92+362	39+74	1 (NPR)
AM-adók	430	140	0
	6830+min. 551		2552 („nem kereskedelmi”)
FM-adók	körzeti	926+186 körzeti	
Országos kereskedelmi rádiók	115	27	
Országos kereskedelmi rádiók FM-adók	2753	170	0
Kereskedelmi AM-adók	320	10	4794
Helyi/regionális FM-rádiók	4065	950	6207
			6207 (csak kereskedelmi)
Helyi/regionális rádiók FM-adói	16 150	1235	
Összesen AM-adóberendezés	717	150	4794
	38 387	3340	13 553
Összesen FM-adóberendezés			

1. táblázat: Európa és Amerika analóg adóhálózata (2002–03).¹⁸ (A nyers adatok forrása: European FM Handbook 2002–2003. Bo-Kristian Lindqvist (ed.) 2002 Ab FM Media Plaza, Liljendal; World Radio TV Handbook 2004. Sean Gilbert (ed). WRTH Publications, Oxford, 2004)

Európában URH-n új adóprofilú állami (közszolgálati) rádiók indultak, kezdetben a hifirajongók lelkesedésétől kísérve. A *Bartók Rádió* (illetve elődje) az FM-sáv születésével indult, azaz a *Bartók* is gyakorlatilag egy új technológiának köszönheti a létét.

Az FM történetének a fentiekben felsorolt néhány mozzanata sokban hasonlít a DAB-nál felmerülő kérdésekre, problémákra. Ma a hangminőségben már nem lehet jelentős javulás, a digitális technológia pedig számos alternatív felületet kínál hangtovábbításra azok számára, akik hozzáférnek. Ma még Nagy-Britannia is távol van attól, hogy a DAB-hallgatók száma akár csak megközelítse az FM-hallgatókét. 2006 közepén a brit felnőttek 15,3 százaléka élt olyan háztartásban, ahol volt DAB-vevőkészülék (RAJAR, 2006). Az Egyesült Államokban körülbelül tízmillió

előfizetőjük van a műholdas rádióknak. Egyelőre – amíg az FM-adók szólnak – a többségnek az FM választéka is elegendő. Nálunk pedig az éterben pillanatnyilag nincs választási lehetőség.

Hogyan működik a DAB?

Az Eureka 147 konzorcium által kifejlesztett DAB alkalmas földfelszíni, kábeles és műholdas terjesztésre (Vajda, 1998). A Nemzetközi Távközlési Unió (ITU) 1994-ben tette világszabvánnyá (Ala-Fossi, 2003). Működése alapvetően eltér az URH-sávban használt analóg FM-rendszerétől.

Az FM esetében egy adóberendezéssel egyetlen hangműsor + RDS jel továbbítható. A DAB-on több rádióadást egybefűzve sugároznak ki. Az audio jelfolyamokat egyetlen digitális jelsorozattá alakítják, amely valamennyi műsort tartalmazza. A folyamat neve multiplexálás (nyalábolás), a műsorok és adatok együttesét tartalmazó „csomag” a multiplex (*mux, ensemble, nyaláb*).

Egy nettó 1,53 MHz sávszélességű csatornában 1,5 Mbit/s hasznos bitsebességű adatfolyam (multiplex) továbbítható. Egy nyalábban az egyes programok 32–384 kbit/s bitsebességgel jelenhetnek meg. Az átviteli kapacitás tetszőlegesen osztható szét a kívánt számú és bitsebességű hang-, illetve adatfolyam – összefoglaló néven szolgálat – között. Jellemzően hat-hét jó minőségű sztereó vagy körülbelül kétszer ennyi mono hangműsor fér el egy multiplexben. Egy DAB-adóberendezés tehát nem egy, hanem mintegy hat-tíz élő rádióadást és adatokat továbbít egyidejűleg.

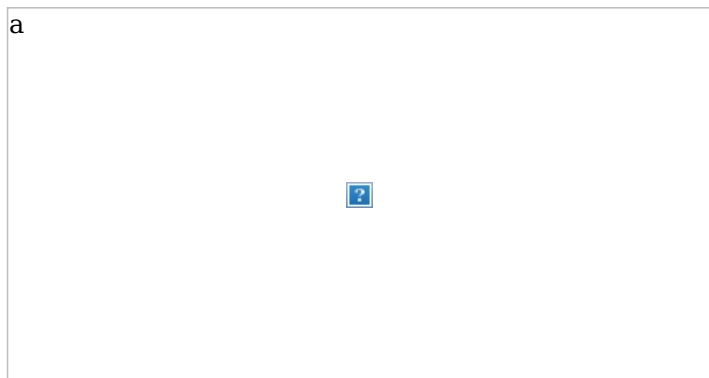
A hangot MPEG-1 vagy MPEG-2 audio layer II szerint kódolják, tömörítik.¹⁹ A nyaláb összetétele szabadon átkonfigurálható: lehetségesek időszakosan sugározó adások is.

Bármely szolgálat-összetevő kódolható, így a DAB előfizetési szolgáltatásokra is alkalmas.

Frekvenciagazdálkodás

A digitális átállás²⁰ általánosan a „digitális műsorszórás”-ra értendő, valójában azonban csak az analóg televíziós adók kikapcsolását kell jelentenie. A digitális televízió az analóg televízió által használt sávban sugároz, az újak elindulásához tehát ki kell kapcsolni a régi adókat. A DAB esetében az FM sorsa nem technikai, hanem politikai és gazdasági kérdés.

A T-DAB adásokra két, az FM-sávától eltérő frekvenciatartományt jelöltek ki: a 174–230 MHz-es VHF-III és az 1,5 GHz-es L-sávot. Az első T-DAB-adások indulásakor 1995-ben a CEPT²¹-tagországok értekezletén, Wiesbadenben fogadták el azt a frekvenciakiosztási tervet (WI95 megállapodás és terv), amely e két sávban biztosított egy-egy országos lefedést valamennyi CEPT-tagország számára. Már a DAB bevezetési fázisában világossá vált, hogy a legtöbb országban ez a készlet még a jelenlegi FM-adások kiváltására sem elegendő. Maastrichtban 2002-ben egy újabb országos lefedést biztosítottak az 1,5 GHz-es sávban. A 2006 májusában és júniusában rendezett Körzeti Rádió-távközlési Értekezleten elfogadott GE06-terv és -megállapodás újabb két, azaz összesen három országos T-DAB multiplex megvalósítására biztosít frekvenciát hazánkban a VHF-III sávban. Ez minimum 18 országos sztereó műsor kisugárzására ad itt lehetőséget. Az L-sávban további két országos lefedés (legalább 12 sztereó program) lehetséges (2. ábra).



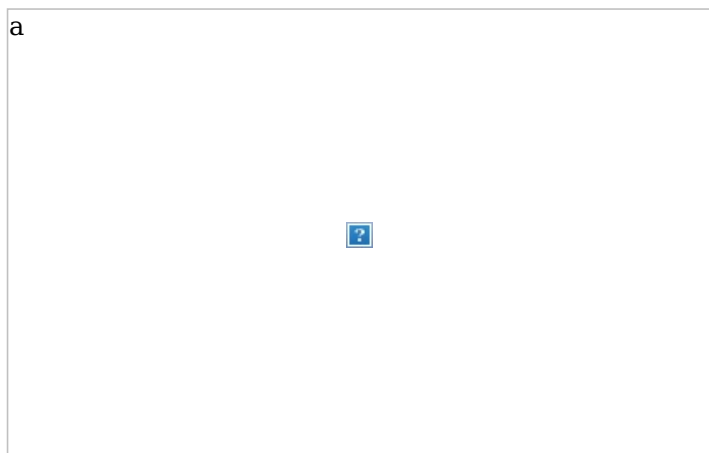
2. ábra: T-DAB-frekvenciák és -körzetek Magyarországon (forrás: NHH)

A GE06-megállapodás értelmében 2015. június 15-ig tart az úgynevezett analóg-digitális „átmeneti időszak”, amelyben védelmet élveznek a jelenleg működő analóg televíziós műsorszóró állomások. A VHF-sávi T-DAB-frekvenciák tehát 2015 után használhatók korlátozás nélkül. Az EU határozata alapján az EU-tagországokban 2012-ig be kell fejezni a televíziózás digitalizálását, így a digitális televíziózás fokozatos bevezetésével már várhatóan korábban felszabadulnak a T-DAB-ra fenntartott csatornák.

A budapesti kísérleti adás

Budapesten 1995. december 1-jén, a *Magyar Rádió* hivatalos indulásának 70. születésnapján indult a kísérleti DAB-adás, amely máig megszakítás nélkül, tesztjelleggel működik. Digitális adásokra vonatkozó médiatörvény nélkül csak kísérleti jelleggel üzemelhet, ami a gyakorlatban azt jelenti, hogy csak a közszolgálati adások továbbíthatók rajta. A kísérleti sugárzás a Kormányzati Frekvenciagazdálkodási Hivatal évente megújított engedélyével jelenleg a NATO harmonizált frekvenciasávjának részét képező, 13A blokkban történik Magyarországon. A kísérleti adás sugárzására kijelölt spektrum 2007. december 31-ig használható (FNFT, 2006).

A jelenlegi budapesti kísérleti rendszer szinkron egyfrekvenciás hálózatát (*SFN, Single Frequency Network*) a 3. ábra mutatja be. A két adóval elméletileg Budapest és körülbelül 30–40 km-es körzete fedhető le, de városon belül erősen függ a vétel a környezet beépítettségétől. A város jó ellátásához (kültéri és beltéri vétel) az adóhálózat bővítésére lenne szükség. Az ajánlott egyfrekvenciás hálózatmodell hét adóból álló hálózatot ír elő.



3. ábra: A budapesti DAB-rendszer felépítése 2006-ban (forrás: Antenna Hungária)

A „DAB Budapest” multiplex (2006. szeptember)

Frekvencia: 13A blokk (230,784 MHz)

Adók: Széchenyi-hegy 250 W; Száva utca 250 W

Adások: (valamennyi Magyar Rádió-program, a szám kbit/s bitsebességet jelöl) *Kossuth* (128 sztereó és 64 mono); *Petőfi* (224 sztereó); *Bartók* (224 és 192 sztereó); *Classic+*:²² (224 sztereó), azaz összesen hat önálló hangcsatorna.

Olcsóbb beruházás és üzemeltetés

Egy országos DAB-hálózat kiépítésének költségeit egyelőre csak becsülni lehet. A svájci kommunikációs hivatal, a Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) 2004 nyarán összeállított költségbebecslő tanulmánya (Brier, 2004) számításai alapján egy 20 adóból álló hálózat mintegy egymilliárd forintba kerülne. A feltételezett hazai 42 db DAB-telephelyet körülbelül kétmilliárd forintból lehetne felépíteni. Összehasonlításképpen: az ötödik országos FM-hálózat, a *Kossuth Rádió* hálózatának végleges kiépítése 44 telephelyből áll. A kiépítés első fázisában 25 állomás kezdte meg a működést, ennek beruházási költsége megközelítette az egymilliárd forintot. Ezzel szemben egy országos programra vonatkoztatva a teljes digitálishálózat-kiépítés költsége mintegy 333 millió forint lenne.

A beruházási költségeken kívül az üzemeltetési költségek is alacsonyabbak: egy DAB-hálózat áramfogyasztása harmadannyi lenne, mint egy FM-hálózaté, ráadásul nem egyetlen, hanem legalább hat műsor terjesztésére lenne lehetőség.

A DAB bevezetésének néhány kérdése

A T-DAB bevezetése alapvetően a szintén multiplex alapú digitális televíziós rendszer, a DVB-T-hez hasonló médiajogi kérdéseket vet fel. Az alábbiakban azokat a kérdéseket tárgyaljuk, amelyek a rádió esetében külön figyelmet érdemel(né)nek.

Vételkörzet-bővítés: A jelenlegi helyi kereskedelmi rádiók körülbelül 30 kilométeres vételkörzete sokak szerint kisebb, mint amekkorával nyereségesen lehet rádiót működtetni. A rádiók ezért *franchise*-rendszerű hálózatokba kapcsolódnak (Bajomi-Lázár, 2004), ami a helyi hangokat lassan kiirtja az éterből, országos szinten homogenizációt eredményezve. A VHF-III sávban a DAB kiválóan alkalmas új országos és körzeti adások sugárzása. A brit gyakorlatban általános, hogy a helyi vagy körzeti FM-adások a DAB-on országos vagy az analógnál jóval nagyobb vételkörzetben érhetőek el.

Országos vs. helyi és nem nyereségérdekelte rádiók: A legtöbb DAB-piacon nincsenek jelen helyi rádiók. Egy egyfrekvenciás hálózaton, azonos körzeten belül nem lehetséges helyi adás.²³ A DAB az általánosan használt VHF-III sávban alkalmasabb országos és körzeti adások sugárzására.

A helyi, kis vételkörzetű (például nagyvárosi) műsorokat a terjedési sajátosságok miatt a 1,5 GHz-es L-sávban célszerűbb sugározni.²⁴ Ezt a sávot ma kevesen használják. Itt azonban hátrányba kerülhetnek a helyi rádiók: a jelenleg kapható „olcsóbb” DAB-rádiók többsége nem fogja az L-sávot. Magyarország öt országos hálózatából kettő itt működhet, de – tekintve a három VHF-III sávi multiplex lehetőségét – valószínű, hogy még itt is volna hely a helyi adásokra. Nagy-Britanniában a helyi multiplexek is általában a VHF-sávban működnek.

A demokrácia szempontjából különösen fontosak a nem nyereségérdekelte közösségi, kistérségi és helyi rádiók, amelyek a DAB rádiós sztenderddé válása után – megfelelő szabályozás hiányában – veszélybe kerülhetnek: az eddigi saját fenntartású adó helyett a multiplexszolgáltatót kellhasználnia adástovábbításra, azaz kiszolgáltatót helyzetbe kerül, ha a multiplexszolgáltató kereskedelmi érdekei miatt nem veszi be a multiplexbe. Alternatív

megoldásként a kis, független, nonprofit rádiók a kiüresedő FM-sávot „foglalhatják el”, ám ez az azonos felületen való megjelenés és a pluszszolgáltatások lehetőségétől való megfosztást jelentené. Megoldást jelentene, ha a műsorokra külön, államilag támogatott, „nem nyereségérdekelt multiplex” működhetne.

Párhuzamos sugárzás: a törvény/hatóság támogassa vagy kezdetben ne támogassa meglévő FM-adások párhuzamos digitális sugárzását? Másképpen: kiemelten támogassa-e új (akár sokcsatornás) szolgáltatások megindítását, amelyek az FM-sávon nincsenek jelen? Vagy támogassa-e a meglévő országos vagy hálózatban működő, azaz több AM/FM-adón keresztül sugárzó rádiók digitális platformra „költözését” és - adott határidő után - az FM-adásaik megszüntetését annak érdekében, hogy az FM-sávon új, kifejezetten helyi jellegű, kis költséggel üzemeltető rádiók indulhassanak?

Sokcsatornás „must carry”: Egy sokcsatornás közszolgálati rádió esetén (mint amilyen a *Dán Rádió*) mely csatornák értendők bele a kötelezően továbbítandó műsorok közé? A kérdést megoldja, ha a közszolgálati rádió egy külön teljes multiplexhálózattal rendelkezik, amelyet ő oszt be.

Bitsebesség: Legyen-e kötelező (vagy ajánlott) minimális bitsebesség (*bitrate*)?²⁵ A tartalomszolgáltató érdeke az, hogy minél jobb minőségű legyen az adás, a multiplexszolgáltatóé pedig az, hogy minél több csatornát tudjon közvetíteni. Több csatornát lehet elhelyezni például monoadások továbbításával. A hordozható készülékeknél a „CD-minőség” általában nem szükséges feltétel, annál inkább az a sokszínű tartalom.

Szerzői jogi kérdések: Finnországban elképzelhető, hogy a közszolgálati YLE-nek a DVB-H-n történő párhuzamos sugárzásért plusz jogdíjat kell fizetnie: lehetséges, hogy emiatt elállnak attól, hogy ezen a digitális felületen is megjelenjenek programjaik (Ala-Fossi, 2006). A 2005 elején indult norvég kereskedelmi DAB+web hangoskönyv-rádió, a *Bokradioen* célja az irodalom és a DAB népszerűsítése volt. Egy évet működhetett: a norvég Írószövetséggel nem sikerült megegyeznie, így a szerzői jogi akadályok miatt abba kellett hagynia működését (Wohnort, 2006). Jogilag a DAB az FM-hez hasonlóan kezelt (amíg nem interaktív), de az új típusú, úgynevezett „nagyjogos” tartalmak megjelenése már okoz problémát.

A DAB hatása

A csatornák számának növekedésével nem lineárisan, de nő a rádióhallgatók száma, hiszen olyan tartalom jelenik meg a rádióban, amelyek korábban ott nem voltak jelen. A DRDB felmérése szerint a brit DAB-hallgatók 21 százalékkal hosszabb ideig hallgatják a rádiót, mint a rádiót az FM-sávon hallgatók (Dickens, 2005).

A magyar hirdetési piac körülbelül öt százaléka esik a rádiókra (MEME, 2006),²⁶ s ez az arány Nyugat-Európában is hasonló (MRSZ, 2006). A kisebb magyar piacon azonban kevesebb a tematikus rádióállomás, mint a nyugat-európai országokban, így a hazai rádiók kevésbé felelnek meg a szűkebb célközönséget megcélzó hirdetések elvárásainak (Baráth Pétert idézi Vrannai Katalin, in Bajomi-Lázár, 2004). Az új, automatizált tematikus csatornák programonként ugyan kevesebb hallgatót vonzanak majd, de ezek közönsége reklámozás szempontjából jobban megszólítható lesz. Eközben a nagyszámú zenei tematikus csatorna - a teljessé tehető automatizálás miatt - nem növeli számottevően a rádió költségeit. A tematikus csatornák révén bizonyos termékek, szolgáltatások rendkívül jó határfokkal juttathatók célba, hiszen az adott csatorna hallgatói hasonló érdeklődési körűek. A futó szöveges információk segítségével közvetlen ajánlatok is küldhetők.

Szakosodás vidéken: A vidéki városokban is megjelenhetnek a szakosodott csatornák. Ezzel a rádiós piac tovább aprózódna, de az eddig el nem ért hallgatókat is meg tudná szólítani. Az új rádiók szűk célközönségnek szólnának, egymás mellett és nem egymás ellenében élnének. Elindulhatnak az idősebbeknek, a fiatalabbaknak és egyéb, a mai médiából kimaradó rétegeknek szóló állomások is.

A tartalomhoz való hozzáférés kérdése. Az egy felületen megjelenő csatornák számának növekedésével a társadalom sokkal szélesebb rétegei szólalhatnak meg országos közönség előtt, mint amire a mai médiarendszer (György, 2005a) lehetőséget ad. Fontos a *mainstream* médiával azonos felület- az azonos esélyű vétel - hangsúlyozása, hiszen ma is elérhető számos helyi vagy kisközösségi sugárzó és számtalan internetes rádió, amely azonban csak szűk közönség számára hozzáférhető pénzügyi, technológiai vagy földrajzi akadályok miatt.²⁷

Az interneten közvetített rádióadások mobilis vagy kábeles távközlési szolgáltatásokon keresztüli elérésének előfeltétele a szolgáltatóval való szerződéskötés, azaz ezek önmagukban ugyan szabadon hozzáférhetők, a hallgatókhoz azonban egy „kapuőrön” keresztül jutnak el. Az internetes rádiókhoz az informatikai tudás hiánya, a tartalom elérésének komplikáltsága és/vagy a hozzáférés költségei miatt nem jutnak hozzá sokan még akkor sem, ha azok számukra elméletileg szabadon elérhetőek. Ez hazánkban ma a lakosság legalább kétharmadát jelenti. A DAB a mai rádiókhoz hasonlóan egyszerű kezelői felületű és ingyenes hozzáférésű, ami a távközlési/internetes technológiákkal összevetve nagy előnynek számít. A DAB ugyan nem kínálhat az internethez hasonlóan sokszínű tartalmat, de kínálhat a mainál gazdagabb, magas színvonalú adásokat, amelyek a szakosodott tartalmat is nagyobb közönségnek teszik elérhetővé, mint az internetes adások.

A hozzáférés fogalmának gyakorlati alapúnak kell lennie. Olyan reális élethelyzetekben, amikor az emberek rádiózni szoktak (reggel, házimunka közben, autóvezetéskor) nem életszerű, hogy a műsorokat interneten vagy mobiltelefonon (fülhallgatóval) hallgatnák. Ez esetekben a DAB kínál valódi digitális hozzáférést.²⁸ Egy brit felmérés szerint 3,5 millióan hallgattak már rádiót mobiltelefon-készüléken (ez a mobiltulajdonosok 9,7 százaléka), különösen a fiatalok, míg 1,9 millióan hallgattak letöltött *podcasting* (azaz rádió-) adásokat mp3-lejátszón (ez az mp3-lejátszó-tulajdonosok 14,8 százaléka) (RAJAR, 2006).

A digitális rádiózás feltehetően nem lesz egy felületre korlátozva, a DAB viszont ennek a rendszernek

elengedhetetlen részelehet, éppúgy, mint az internetet használó szolgáltatások.

A digitális szakadéknak semmiképp sem szabad tovább mélyülnie a digitális rádiózás bevezetésével: az átmenet éveiben erre különös figyelmet kell fordítani, akár készülékár-támogatási konstrukcióval (Sulinet-minta). A rádiózásban nem *set-top boxok*, hanem DAB-vevőkészülékek jelentik a digitális átállás alapját.

A hozzáférés kérdésének másik oldala a tartalomszolgáltatóknak a csatornához való hozzáférése. A szolgáltató oldalán lévő kapuőr – az internettől eltérően – a DAB-nál jelen van. A szabályozóhatóság feladata annak kidolgozása, hogy minél szélesebb kör használhassa (ne csak elméletileg, hanem reális költséggel) ezt az erőforrást – például a kisközösségi rádiók esetében.

A DAB vonzereje

Multimédia és interaktivitás: A DAB lehetőséget nyújt multimediális (mozgókép, állókép, futó szöveg stb.) tartalom megjelenítésére is a rádió kijelzőjén. Az alapvetően hanggal dolgozó médiumok (beleértve az internetes rádiókat is) csak igen korlátozottan élnek ezzel a lehetőséggel, és alig néhány szolgáltatásra van igény a hallgatók körében (Hargitai, 2005). Szöveges pluszinformáció már az FM-hez kapcsolódó RDS szolgáltatással is elérhető. Ezt a leginkább az autórádiókban használják, de általában csak állomásazonosításra. Lehetőség van például az épp játszott műsorszám adatainak megjelenítésére is. Ez az automatizált (ma még csak internetes) rádióknak már elválaszthatatlan része: itt arra vonatkozó információt, hogy épp mi szól, valójában csak ebből a szövegcsatornából kaphatnak a hallgatók. A multimediális tartalom tehát ez esetben a hangzó rádióműsor szerves része, olyannyira, hogy sok állomáson még állomásazonosító sem hallható hangban – hiszen ez látható információ a kijelzőn. A technológia tehát megváltoztatja az állomás hangzó arculatát.

Többletszolgáltatást jelent például más hallgatói visszajelzések megjelenítése, a legfrissebb hírek (így a sporteredmények) kiírása (Hargitai, 2005). Manapság a televíziókban rendkívül vonzó a jelen idejű szöveges tartalom futószöveggé történő megjelenítése (SMS-üzenőfal, hírsáv), ez beépíthető lenne a DAB-csatornába.²⁹ A rádió közösségteremtő funkciója így erősödne. Szükséges lehet az üzenetek moderálása is. Egy DAB SMS-fal ötvözi az anonimitás, a „biztonságos”, időben aszimmetrikus kommunikáció előnyeit, de lehetőséget ad azonnali válaszadásra is, azaz kétirányú, valós interaktivitást tesz lehetővé, földrajzilag szórt, az adásidő tartamára létrejövő virtuális közösségek számára. A szöveges tartalomban az állomás webcíme, linkajánlata mellett akár fizetett reklámok is megjelenhetnek.

Az osztrák közszolgálati *ORF Ö3* programjának játszási listáját külön műholdas tévécsatornán közvetíti, bemutatva egy abszurd próbálkozást arra, hogy a multimedialitást a rádióhoz csatolják.

Digitális rádióállomások elemzése azt mutatta, hogy ezek (a) a hagyományos rádiós struktúrát követik vagy (b) pusztán az analóg adások ismétléseiből állnak vagy (c) csak egy adott stílusú zenét adnak, állomásazonosítóval vagy anélkül. A hagyományos lineáris rádiózás hangcsatornájában a digitalizálódás egyelőre nem hozott innovációt, hacsak azt nem számítjuk annak, hogy a zenéken túli mindenféle tartalmi elemet száműztek a csatornából, amire a multimédia (ez esetben: futó szöveg) megjelenése adott lehetőséget. A rádió ezzel el is veszti „hangzó arculatát”, és tematikus zeneszolgáltatássá válik.

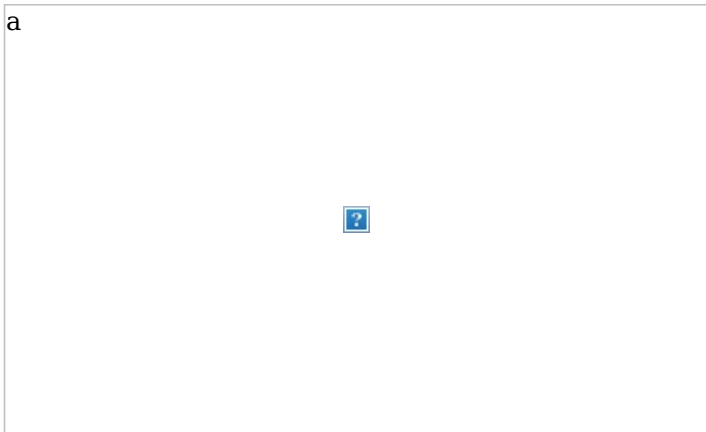
On demand: Egyre több DAB rádió-vevőkészülékbe kerül bele a „visszatekerési” funkció: folyamatosan rögzítik memóriájukba a műsort, amely így adott időhatáron belül újra meghallgatható. A „memóriakártyás rádió” egyfajta korlátozott *on demand* lehetőséget teremt, amelyhez a hallgatók az interneten egyre inkább hozzászoknak. A rádió az online/mp3-világgal úgy veheti fel a versenyt, ha nemcsak ahhoz hasonló, de annál több szolgáltatást is kínál: legyen hordozható, legyen időfüggetlen,³⁰ de maradjon meg az élő adások lehetősége is – és ha szükséges, lehessen akár globális lefedettségű is (DRM).

A *podcasting*ra alkalmas internet azonban nem lehet versenytársuk a digitális földfelszíni rádióknak, mert az internetes rádiók – és a mobiltelefonon alapuló technológiák – nagy tömegeket nem tudnak egyidejűleg kiszolgálni. Az internetes rádióknál a sáv szélesség a „szűk keresztmetszet”, ahol legfeljebb körülbelül ezres nagyságrendű hallgató szolgálható ki egyidejűleg.³¹ Az interneten minden újabb hallgató növeli a közvetítés költségét, de kiválóan alkalmas működő hangarchívum szolgáltatására, amire a DAB-nál nincs lehetőség. A két digitális szolgáltatás tehát kiegészíti egymást.

A tartalomszolgáltatás jelentősége

A nagyközönség számára a gazdag tartalombefolyásolhatja a leginkább az adott technológia választását. Amíg nincs megfelelő, a jelenleginél is vonzóbb tartalom, addig a DAB sem lehet népszerű a hallgatók – és így a reklámozók – körében (leszámítva a fanatikus rádióamatőröket). A tartalomszolgáltatás kezdeti gazdagságának megteremtéséhez állami segítség is szükséges. Értelemszerű, hogy a jelenlegi közszolgálati és kereskedelmi adások DAB-os párhuzamos sugárzása a még ma is minden cikkben hangoztatott „jobb hangminőség” ellenére sem elegendő vonzó a hallgatók számára.

A világon messze a legnagyobb DAB-piac az Egyesült Királyságban van. Itt 2005-ben körülbelül 1,2 millió DAB-vevőkészülék volt, amelyen 18 országos rádióállomás hallható.³² Egy brit felmérés (Spencer, 2004) szerint a digitális rádiót vásárlók mintegy 70 százaléka azért vesz ilyen készüléket, hogy új csatornákat foghasson. A kulcs a digitális rádió sikeréhez tehát a választék (4. ábra) – vagy az exkluzív tartalom, mint azt a *Sirius Radio* esetében a csak ott hallható Howard Stern botrányairól hírhedt amerikai sztárműsorvezető példája mutatja.



4. ábra: Miért vásárol DAB-vevőkészüléket a brit hallgató? (2004. január) (forrás: DRDB/Claritas post-reg cards/Spencer 2004, módosítva)

Bár DAB-os hallgatottsági statisztikák nem ismertek, kérdőívből a hallgatói szándéokra következtetni lehet: „Mely rádióállomás kedvéért vásárol DAB-készüléket?” Első helyeken a *BBC7* és a *Classic FM* szerepelnek, mindkettő „intellektuális” műsor. Valószínűleg a tényleges hallgatottsági adatok mást mutatnak, ez csak a „tetszési index”-ként értelmezhető (Spencer, 2004).

A DAB vonzóvá tétele: marketing

A DAB elterjesztésében alapvető, hogy a potenciális hallgatók – és műsorszolgáltatók – tudatában legyenek ennek a lehetőségnek. Nagy-Britanniában széles körű kampány folyik azért, hogy a digitális rádiózást mint „pozitív életérzést” dobják be a köztudatba. A „DAB”-ot nem technikai szakszóként, hanem az „mp3”-hoz hasonló trendi divatszóként, „buzzwordként” kell a lakosság tudatába becsempészni (2003. karácsonyi kampányok). A kampány része a DAB újratervezett emblémája is (5. ábra).



5. ábra: A vizuális promóció része: a DAB Nagy-Britanniában bevezetett „népszerűsítő” emblémája (balra) összehasonlítva a DAB eredeti emblémájával

A marketing része az is, ahogyan az egyes rádiók magukat hirdetik. Az állomásazonosító szignálok szövege sokatmondó lehet: „Across the UK - On Sky Digital 0189 and D.A.B. Digital radio, this is Classic Gold Digital”, „The soundtrack to the digital age - 3C - your digital destination” (2006. május). Az egyébként pusztán egy technológiát jelző „digitális” szó mindenhol pozitív tulajdonságként szerepel.

Angliában a minőségi napilapok részletesen közlik a minőségi digitális rádiók műsorát,³³ az elektronikai szaküzletek pedig kiemelt helyen kínálják a DAB-rádióvevőket a digitális kamerák, az mp3-lejátszók stb. mellett. A vevőkészülék-piac nem a hifirajongók lelkes, de szűk tábora, hanem a fiataloktól a háziasszonyokig a legszélesebb célcsoportot célozzák. A készülékek elsősorban hordozható, „konyhai” rádiók.

A költségek „láthatatlansága” miatt a DAB-autórádió is húzó tényező lehet. A nagyvárosok és a főutak lefedettsége alapfeltétele a DAB-autórádiók bevezetésének. Az autóban DAB-ot hallgatók valószínűleg könnyebben vásárolnának otthoni DAB-készüléket is.

Svájcban a *DRS Musigwille*³⁴ sláger- és népzenei adó kifejezetten parasztnak és parasztasszonyoknak sorsol ki DAB-vevőket (DAB-digitalradio, 2006).

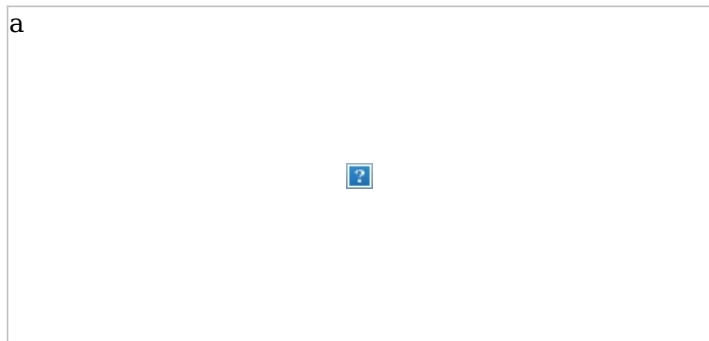
A digitális előfizetéses rádió

Az Egyesült Államokban két műholdas kereskedelmi rádiócsomag (*XM*, 2001 és *Sirius*, 2002 óta) üzemel, mind 170–180 csatornát kínálva, amelynek fele reklámmentes zenei, a többi vagy saját, vagy más rádiók műsorát továbbközvetítő prózai jellegű adás. Ezek jelenleg a legsikeresebb digitális rádiószolgáltatások. 2006 közepén a *Sirius* 4,5 és az *XM* hétmillió előfizetője még mindig távol van az analóg adásokat hallgatók számától (Ala-Fossi, 2003: 70),³⁵ de az előfizetők száma mind gyorsabban nő.

E rádiók tematikája – természetesen módosításokkal – a sokcsatornás európai közszolgálati vagy kereskedelmi digitális csomagoknak is mintájuk lehet, akár csak a többcsatornás internetes rádiók. E csomagokban a spektrumszűkösség korlátai nélkül a legkülönbözőbb hallgatói igényeket is lefedő választékot kínálhatnak (6. ábra). Ehhez hasonló, a piaci igényekhez igazodó komplett rádió-látkép „normál esetben” egy adott vételkörzetben fogható, különböző tulajdonosú rádiók alakítanak ki és tartanak dinamikus egyensúlyban. Itt egyetlen cég teheti meg ezt – pontosabban a jelen esetben két cég is teszi egymással párhuzamosan. A műholdas rádió sikere a sajátos amerikai rádiózási szokások ismeretében értelmezhető: az amerikai piac nagy területen egységes(en változatos) kultúrájú, a hallgatók megszokták és elvárják a szakosodott rádiózást, de az „ ingyenes” analóg rádiók

reklámblokkjainak hossza az elviselhetőség határán van. A műholdas rádióantennának közvetlenül látnia kell a műholdat, ami autón valósítható meg könnyen, amelyben az amerikaiak eleve sok időt töltenek. Ez a műholdas rádiós rendszer tehát az amerikai életformára és médiapiacra szabott.

Mindkét műholdas rádió a hagyományos rádióállomásokon kívül több regionális nonstop közlekedési információk csatornát, regionális nonstop időjárásjelentés-csatornát és nonstop ismétlő sportcsatornát működtet. A *Sirius Radio* „kiegyensúlyozott” kínálatú: egymás mellett működtet két „jobboldali politikai talkshow” csatornát és két „baloldali politikai talkshow” csatornát. Nem hiányoznak kínálatukból közszolgálati, nemzetiségi, vallási stb. műsorok sem.



6. ábra: Az XM csatornakiosztása (forrás: *XM Radio*, 2005)

Kanadában a CHUM-társaság a műholdas előfizetéses rádiócsomagok mintájára 50 csatornás, havi tíz dollárért hallgatható szolgáltatást tervezett földfelszíni sugárzással (DAB-on) megvalósítani. A szolgáltatás csak új tömörítési eljárással, további spektrum használatával lett volna lehetséges, különösen, hogy Kanada a kis besugárzási körzetű L-sávot használta (O'Neill, 2006).

A nyugat-európai piacon a fizetős rádió nem jellemző; itt az automatizált tematikus digitális csatornákat alapvetően a közszolgálati rádió működteti.

Németországban műholdon és a DVB-T hálózaton sugároz előfizetéses tematikus rádiócsatornákat a TechniSat nevű cég, amely egyébként műholdvevőket és egyéb szórakoztatóelektronikai termékeket gyárt. „Radio Bouquet” csomagja tartalmaz hagyományos párhuzamos sugárzásokat (például *RadioJojo*), zenei rádiókat (*StarSat*) és három *Radoropa Hörbuch* nevű, hangoskönyveket sorozatokra bontva sugárzó csatornát. A három hangoskönyv-csatornára havi 35, a többire havi három euróért lehet előfizetni (2006-ban). Mind a DVB-T-s, mind a műholdas adás kódolt. Értelemszerűen ezek az adások nem hallgathatók az interneten és a DVB-T miatt mobilis vevőkkel sem.

A digitális közszolgálati rádió

A televízió mind szélesebb körű (mind szűkebb tematikájú), Amerikából induló szakosodását Európában lassan a rádió is követi – az Egyesült Államokkal ellentétben Európa legtöbb országában a közszolgálati rádiók járnak elől a szakosodásban.³⁶

Feltehető, hogy a jövő rádiója sem képzelhető el szerkesztő (szűrő, válogató) nélkül: még az iPod-ok játszási listáját utánózni próbáló Jack FM-formátumban is szükség van műsorvezetőre és zenei szerkesztési alapelvekre.

A szakosodott csatornák nemcsak azt jelentik, hogy ezen túl egész nap jazzt is hallgathat a hallgató, hanem azt is, hogy az eddig megszokott tartalom szerkesztés (-kapcsolás) hagyományait fölborítva más elvek szerint egymás mellé szerkesztett adások is elindulhatnak. Azonos alaptartalomról³⁷ szerkeszthető egy 24 órás hírcsatorna, rádiójáték-csatorna, gyerekműsor-csatorna stb. Ezen adások nagy része a meglévő műsorok ciklikus ismétléséből áll: nem új programok gyártásával, hanem a meglévők felhasználásának átszervezésével, „újracsomagolásával”, vagyis viszonylag kis ráfordítással minőségi változás érhető el. Ezt az – egyébként a minőségi rádiózás hanyatlását is jelző – gyakorlatot (új műsorok helyett a régiek válogatása) több külföldi közszolgálati rádió is követi digitális tartalomszolgáltatásában.

Mely műfajú DAB-programok lehetnek sikeresek? Jó támpont lehet a *Magyar Rádió* jelenlegi leghallgatottabb műsorainak műfaji megoszlása, ahol a krónika-, a sport-, a vallási, nóta- és a kabaréműsorok a legnépszerűbbek.

Megfelelő számú, egymást kiegészítő csatorna esetén interaktív, lehívásos rendszer helyett a folyamatosan közvetítő, „élő” DAB-technológia segítségével is elérhető, hogy a hallgató a tucatnyi, 24 órás adásból arra kapcsol, amelyikre épp kedvet érez: (kis bitsebességű) hírcsatornára, közlekedési hírekre, (nagy bitsebességű) jazzre, klasszikus zenére stb. Egy ilyen csomag előállítására ideális egy közszolgálati rádió, míg a kereskedelmi esetén valószínűleg a szabályozó hatóság beavatkozása szükséges, a tematikák „egyensúlyban tartásához” – hacsak ezt nem teszi meg a piac magától. Az amerikai műholdas rádiókéhoz hasonló közszolgálati kínálat a kereskedelmi rádiók erős versenytársává tenné a közszolgálatit is, amire a brit és dán helyzet példa. Egy közszolgálati multiplex kialakításakor nemcsak a meglévő hallgatói réteg kiszolgálására kell törekedni, hanem a közszolgálati rádió által elveszített társadalmi csoport, a 28 év alatti korosztály ismételt megszólítására is, hiszen ők a legnyitottabbak a technikai újításokra.

Ez valószínűleg együtt járna a kereskedelmi rádiók élénk tiltakozásával és a közszolgálati rádió fiatalokat célzó adásait megakadályozni kívánó lobbijával. Az utóbbira az Egyesült Királyságban és Dániában is van példa, azaz

mindkét olyan országban, ahol a közszolgálati rádió sokcsatornás szolgáltatást működtet.³⁸ A brit *BBC Radio 1* és az erre épülő *1Xtra* és *6Music* digitális csatornák példája lehet itt követendő. Ez nem a *mainstream* poppal száll versenybe, hanem a slágereket játszó rádiókban meg nem jelenő előadókat játssza – reklámmentesen.

A tematikus csatornák bevezetése

Számos nyugat- és közép-európai közszolgálati rádió „előreszaladt” a digitális tartalom előállításában. A DAB meglététől függetlenül is kínálnak az interneten, műholdon vagy más kísérleti digitális rendszerben tematikus csatornákat.

A norvég rádió 1995-ben már kínált nonstop klasszikus zenei digitális rádiót, majd 1997-ben egy teljes hírrádiót, amikor még alig volt DAB-vevő az országában.

Stratégiai kérdés, hogy a közszolgálati rádió milyen új tematikus csatornával (csatornákkal) indul el a digitális platformon. Ez lehet szükségmegoldás (parlament, nemzeti adások), ami segítséget jelentene a közszolgálati rádióknak kötelezettségei teljesítéséhez, de nem vonzana hallgatókat. Ez történt Svédországban, ahol a DAB-on az első új adás az *SR Sisuradio* finn kisebbségnek szóló műsor volt (Ala-Fossi, 2006) – az országban 2006-ig néhány ezer DAB-vevőkészüléket adtak el, ezért a digitális átállást egyelőre elhalasztották.

A norvég közszolgálati rádió arra is példa, hogy az állomás neve önmagában hirdetheti a DAB nyújtotta új lehetőséget: például az *NRK Alltid Nyheter* állomásnév jelentése: „NRK Mindig Hírek”.

Az új felületen új típusú közszolgálati tartalom jelenhet meg (példa erre a norvég népzenei rádió vagy a cseh tudományos-technikai csatorna). Ezek növelnék a digitális rádió presztízsét, de nem vonzanának elég hallgatót. Az első állomások – a fentiekén túl – a *mainstream*hez húzó fiatalokat is megszólíthatnának szakosodott hír, szórakoztató és zenei csatornákkal. A norvég *NRK mPerre* vagy a *BBC 1Xtra* olyan közszolgálati popzenei állomás, amelynek ritmusa és hangvétele a magyar közszolgálatban (még?) elképzelhetetlen.

Közszolgálati tematikus csatornák Európában

Az új norvég, svéd és dán közszolgálati tematikus csatornák egy része DAB-on fogható, más része csak az interneten. Majdnem minden tematikus csatornát valamelyik meglévő FM-csatornájuk adóprofiljának megfelelően annak kiegészítéseként kezelik. A dán DR 16 (!) DAB/web-csatornát kínál, a svéd 14-et, a cseh pedig még 2005-ben elindított három, először csak az interneten közvetítő új csatornát: a tudományos-technikai profilú *Leonardót*, a klasszikus zenei *D-Durt* és a *Radio Cesko* hírcsatornát. Ezeket 2006-ban a DVB-T hálózaton keresztül kezdték először éterben is sugározni.

Lehetséges magyar közszolgálati tematikus csatornák

Egy lehetséges magyar közszolgálati tematikus csatornakiosztást vázolt Cs. Kádár Péter (2000). Felveti egy új körzeti *Dózsa Rádió* indítását, amely az idősebb korosztályhoz szólna, egy nemzetiségi/turista *Szivárvány Rádió* műsorát, egy külön *Parlament Rádió*t, a *Kodály Rádió* pedig az interneten tíz különálló tematikus csatornán közvetítene³⁹ (lásd Hargitai, 2000). György Péter (2005b) *Magyar Irodalom* néven javasol egy, a nemzeti kulturális identitás megőrzését és megerősítését célzó, erős online jelenlétű csatornát, valamint egy *Agóra Adót*, amely civil-közösségi-információs adóként működne a *Magyar Rádió*, közösségi rádiók és műsorkészítő műhelyek közös csatornájaként. Ezek a példák az internetes jelenlétre építenek, ám alkalmazhatók DAB-felületen (is). Az alábbiakban a fentiek (Petur, 2005) és nemzetközi példák alapján egy lehetséges „digitális közszolgálati” tematikát mutatunk be: lehetséges új rádiós formátumokat.

Népszerű klasszikus zene: Az Észak- és Nyugat-Európában sikeresen működő kereskedelmi *Classic FM* hálózat a *Bartóktól* eltérő, „népszerű” tételeket, műveket sugároz, széles rétegeket szólít meg, amelyek alapvető kívánsága, hogy ne popzenét kelljen hallgatniuk. Szinte valamennyi közszolgálati rádió digitális csomagjában van 24 órás klasszikus zenei rádió.

Irodalmi rádió: A brit *BBC7* közszolgálati, de a *Oneword* már kereskedelmi alapon közvetít hangoskönyveket, rádiójátékokat. Kódolt digitális rádiószolgáltatás (*Radoropa Hörbuch*) működik Németországban is, a berlini *DVB-T 59.* csatornán.

Új zenei profilú rádiók: Akárcsak az FM indulásakor, a DAB-on is népszerűek a nyugtató zenék (például a brit kereskedelmi *Saga, Real, Smooth*).

Hír- és beszélgetős rádió: A hír- és krónikaműsorokból 24 órás hírrádió állítható össze. Magyarországon a budapesti agglomerációban nappal három hírrádió is működik, míg a fővárostól távolabbi országrészekben egy sem fogható. Ezen hírrádióknak nincs lehetőségük országos hálózaton sugározni. Az Egyesült Államokban egy nagyvárosban a hírrádió mellett több beszélgetős rádió is működik. Tematikus közszolgálati hírrádiók például az *NRK Alltid Nyheter*, az *YLE Radio Peili* stb. A finn közszolgálati rádióban az utóbbi volt az első csak digitális adás: válogatás az (egy intézményként működő) *YLE* rádió és tévé legjobb prózai adásaiból. Talán ironikus, hogy a nagy siker miatt a *Radio Peilit* 2002-től középhullámonis közvetítették, majd a DAB-adások leállítása után DVB-T-n is.

Gyerekrádió: A *BBC Radio 7*-hez hasonlóan a *Magyar Rádió* mesefelvételeiből, számtalan archív és még néhány ma készülő gyerekműsoraiból, zenei felvételekből állítható össze. Nagy-Britanniában gyerekeknek szól a DAB-on fogható *FUNradio* és *Capital Disney*, Németországban DAB-on hallható a hasonló *RadioJojo* vagy a francia *Radio Junior*. Számunkra nem biztos, hogy mind mintaértékű: egy magyar hallgató elképzelésében élő gyerekrádió például nem vethető össze az amerikai *Disney Radio* vagy a brit *Capital Disney* teen-popzenét sugárzó

tematikájával.

Magyarnóta-rádió: A „minőségi” rádióból kitiltott műfajok (nóta, mulatós, esztrád jellegű zene) iránt vidéken nagy igény mutatkozik. Több nyugati országban is vezető helyen szerepelnek a helyi igények szerinti népszerű zenei műfajra szakosodott rádiók (*Country, Volksmusik, Turbofolk* vagy a német digitális rádiócsomagokban „kötelező” *Schlager*).

Népzenei rádió: Interneten már működik a nem nyereségérdekelt, lelkes fiatalok által készített *folkradio.hu* (a közép-európai térség autentikus népzeneivel), amely pontosan azonos tematikájú a norvég közszolgálati rádió első csak digitális, csak népzene sugárzó adójával, az *RK Alltid Folkemusikk*al vagy a dán *DR Folk*kal.

Kabarérádió: A rádiókabaré mindig az első helyeken szerepel a fájletöltési és a hallgatottsági listákon. Nem magyar jellegzetesség, hisz a televíziós *Comedy Channel* vagy az USA-beli *Comedy Radio* kereskedelmi vagy a *BBC7* hasonló műfajú műsorokat is sugárzó közszolgálati állomásai mind sikerrel működnek. Az interneten „kalózként” már működik magyar kabarérádió.

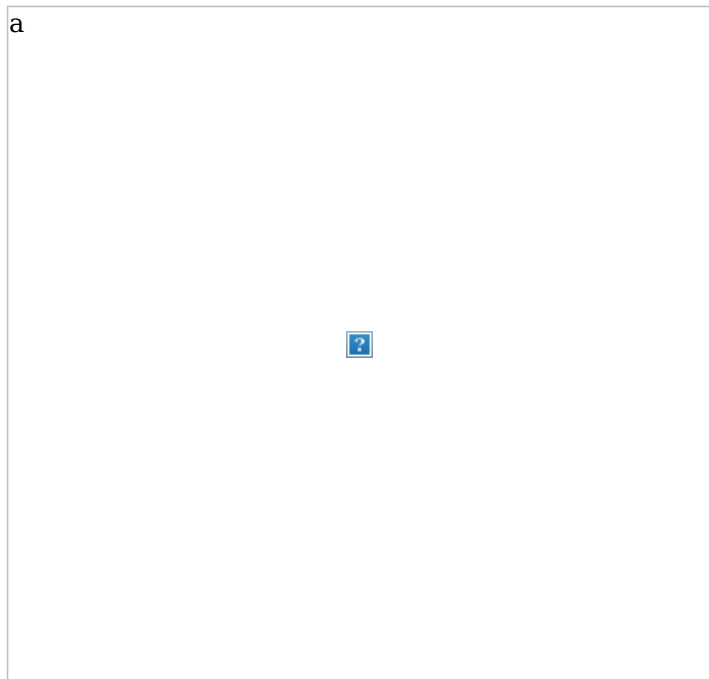
Sportrádió: Példa a *BBC* külön rádiós sportcsatornája (*BBC 5 Live Extra*) és az internetes élő előfizetéses sportközvetítések az Egyesült Államokban. A mind több sporttévétől mellett egy egész napos sportrádióra is meglehetősen nagy a hallgatói igény.

További prózai tematikák: Egészség, életmód; tudomány-technika (például a *Cseh Rádió Leonardo* nevű csak digitális programja); civil csatorna (aktuális, kisközösségi, alternatív), rádió nőknek (ilyenek az *XM* rádió kínálatában a legújabb szakosodott csatornák).

Specializált/mellékállomások (mono, kis sáv szélességen): Nemzetiségi műsorok (például egész napos közszolgálati roma rádió), vallási műsorok, istentiszteletek, parlamenti közvetítések, az Egyesült Államokban rádiós formátumként ismert felolvasások vakok számára (hangfelvételek formájában például a Magyar Elektronikus Könyvtárból már magyarul is letölthetőek), nonstop közlekedési hírek, nonstop időjárási információk, az adott adóállomás körzetét érintő információk.⁴⁰

A jövő: ismeretlen tényezők

Európa jelenleg megosztott a DAB kérdésében. Svédország, Hollandia leállította a DAB-fejlesztéseket és kivár, Finnország kikapcsolta DAB-adóit. Dánia, Svájc, Norvégia, Nagy-Britannia „teljes gőzzel” fejleszti DAB-hálózatait, mindezt Svájc teljesen új adóhálózat kiépítésével teszi, Norvégia az FM-sáv leállítására készül. Más országok még üzemeltetik a meglévő DAB-adókat, de közben a DRM-mel, a DVB-T-vel tesztelnek, vagy várják az új generációs DAB-technológiát (7. ábra)



7. ábra: A DAB által besugárzott körzetek (sötét színnel) 2005 végén⁴¹ (adatok forrása: World DAB Forum)

Kérdés, hogymelyik technológiával és mikor lesz a készülékek ára a hazai piac számára is megfizethető, azaz a kínaiak által gyártott készülékek milyen szabvánnyal készülnek az európai piacra a legolcsóbban? Kialakul-e egy elkülönült, mindenki számára elérhető FM és egy – az internethez hasonlóan csak a kevesek számára hozzáférhető – digitális rádiós látkép? Csökken-e a széles sávú internet-előfizetés díja annyira, hogy megérje online rádiót hallgatni? Milyen típusú lineáris tartalmak élnek meg a nemlineáris *podcasting* típusú tartalomszolgáltatás mellett?

Többben a DAB-rádiók FM-rádiókhoz mérten magasabb árával érvelnek, amikor elvetik az új technológia bevezetését. Am például a digitális fényképezőgépek is néhány év alatt felváltották az analógokat – még akkor is, ha ezek rosszabb minőségűek és drágábbak –, de ezáltal a digitális adatoktól megszokott kényelmet, rugalmasságot adják.

Átveszi-e a rádiózás életünkben betöltött szerepét egy vagy több másik hangszolgáltatásra alkalmas technológia (internet, *podcasting*, mobiltelefon)? Lesznek-e olyanok, akik hibrid mobil- (telefon alapú) készülékeken hallgatnak rádióadásokat vagy a rádióhallgatásra tervezett készüléken szeretnének rádiót hallgatni?

Mikor jelenik meg olyan digitális földfelszíni sugárzó rádiós technológia (fix adó + mobilis vevőkészülék), amely alkalmas az *on demand/podcasting/letöltés/szöveges visszajelzés* típusú felhasználáshoz szokott hallgató igényeit kielégíteni?⁴² Milyen hatása lesz az új DABv2 szabványnak – ha megjelenik – a DAB-bal sugárzó vagy még nem sugárzó országokban? Elterjed-e a DRM akár az FM-sávban is; esetleg az IBOC Európában? A piac határozza meg az új technológiát vagy kormányzati döntés?⁴³

Az új technológia bevezetésével több ország a *big wait* álláspontján van. Ilyen például Kanada, ám itt más, alternatív digitális műsorszóró rádiós technológiák már működnek és elérhetők a piac számára. A kivárás annyiban ésszerűtlen, hogy a számítástechnikához kapcsolódó technológiák szüntelen fejlődése miatt bármikor döntünk egy „legújabb” technológia mellett, a fejlesztések nyomán mindig ott lesz egy jövőbeli „még jobb” ígérete.

Az amerikai hibridek

Az Egyesült Államokban az analóg rádió digitalizálása úgy történik, hogy a rádió saját frekvenciáján az analóg mellett digitális jelet is kisugároz. Egyelőre nem is tervezik, hogy felváltsa az analógot a digitális, hanem e hibrid megoldásban sugározzák az analóg tartalmat digitálisan is, ezzel minimalizálva az átállás kockázatát.⁴⁴ Az első mellékcsatornát, azaz tartalmában is eltérő digitális adást az IBOC első bemutatója után hat évvel, 2005-ben indította egy miami mai tánczenei állomás (*WPOW-FM*). Hogy az Egyesült Államok nem a DAB-ot választotta – de jellemzően Kanada igen –, azt az USA médiapiaca magyarázza. A DAB európai találmány: egyfrekvenciás multiplexei kiválóan alkalmasak a többcsatornás országos közszolgálati modellhez. A DAB problémája viszont már jelentkezik a helyi – akár kereskedelmi, akár közösségi – rádiók esetén, amelyeknek alkalmasabb lenne egy olyan rendszer, amelyet önmaguk tudnak üzemeltetni. Mivel az Egyesült Államokban nincsenek az európaihoz hasonló hálózatok, csak egyedi rádiók, ott egy erre szabott rendszert vezettek be.

IBOC vagy HD Radio: Az AM és FM analóg adások megtartása mellett képes azok digitális – hibrid – sugárzására: az analóg jel két oldalán viszonylag nagy frekvenciatartományt (*sideband*) hagynak meg az állomások közötti interferencia kivédésére. A digitális jelet ebben a tartományban sugározzák.⁴⁵ Az FCC által jóváhagyott „hivatalos” sztenderd. A szabvány az iBiquity Digital tulajdonában van, amely jogdíjat is kér a használóktól. ID3 formátumú programkísérő adatsugárzásra, az FM-adók esetén mellékcsatornákra is (*multicasting*). Első bemutatóját 1999-ben tartották. 2006-ban 760 FM- és 160 AM-állomás sugárzott IBOC-jelet is (FCC, 2006). HD Radio FM-kísérletek kezdődtek Párizsban és Luzernben is 2006-ban. Az eddig sugárzó állomások mind szimultán sugározzák adásukat analóg és IBOC módszerrel ugyanazon a csatornán, ami az AM esetén megnöveli az analóg jel zajosságát, éjszaka pedig távolabb is interferenciát okoz. Az IBOC talán legnagyobb problémája az, hogy eleve analóg-digitális hibridnek tervezték: a fennálló médiapiacot konzerválja, nem teszi lehetővé a nagyobb választék megjelenését (Ala-Fossi, 2003), amit a műholdas rendszerek váltanak ki.

FMeXtra⁴⁶: Az amerikai DigitalRadio Express által kifejlesztett rendszer, amely a jelenlegi analóg adók megtartása mellett tud sugározni akár többcsatornás digitális jelet. Mono analóg jel megtartása mellett 128 Kbit/s digitális jelet képes átvinni, ami lehetővé teszi, hogy hosszú távon kompatibilis maradjon a régi rendszerrel, de teljes értékű digitális szolgáltatást nyújtson. Nem szednek jogdíjat a módszer használatáért. A rendszer új, 2006-ban eddig két állomás vezette be (Wikipedia, 2006).

A DAB lehetséges vetélytársa

A DRM rendszer a rövid-, a közép- és a hosszúhullámú sávokra világviszonylatban elfogadott, egységes digitális műsorszóró rendszer. Ezzel a közép- és rövidhullámú analóg műsorszórásban használatos csatornaosztás (például középhullám esetén 9 kHz) digitális használatával (közel) „FM mono” hangminőség érhető el. Az audioműsorról együtt multimédiás vagy adattartalom is kisugározható. A DAB-hoz hasonlóan itt is lehetőség van több program⁴⁷ átvitelére is. A DRM-jel sáv szélessége rugalmasan változtatható. A DAB-hoz hasonlóan kisebb adóteljesítmény elegendő, mint az analógnál, itt viszont az „AM” hullámsávok terjedési tulajdonságainak megfelelően országnyi, kontinensnyi terület is besugározható egyetlen adóval vagy egyfrekvenciás hálózattal.

A DRM is képes hibrid analóg és digitális sugárzásra, de a tapasztalatok szerint ez az üzemmódja problémás. A DAB-hoz képesti fő különbség, hogy az analóg sugárzásra használt frekvenciasávokban, a meglévő csatornaosztás mellett vezethetik be, így frekvenciagazdálkodási oldalról nem lehet akadálya a DRM-adások elindításának. Külön multiplexszolgáltató bevezetésére sincs szükség.

Már több éve folynak közép- és rövidhullámú kísérleti DRM-sugárzások a világ számos országában. Egyelőre azonban csekély a vevőkészülékek kínálata.

A DRM-et eredetileg a DAB középhullámú kiegészítőjeként reklámozták, de ha az FM-sávot is el tudja foglalni (DRM+) – ami napjainkban már körvonalazódik –, akkor konkurenciaként is megjelenhet, ami azonban nem zárja ki közös működésüket.

A rádiós rendszerek rövid leírása

AM: Rövid-, hosszú- és középhullámon használt rendszer, ezért nagy területet is képes besugározni, de a szűk sáv szélesség miatt gyengébb hangminőségben.

FM: Az URH-n használt rendszer, ezért legfeljebb 10-100 kilométer sugarú terület ellátására alkalmas, jó hangminőségben.

DSB (Digital Sound Broadcasting): Mindenféle digitális rádiós műsorszóró rendszer összefoglaló neve.

T-DAB (Terrestrial Digital Audio Broadcasting, Eureka-147 DAB): Rádiós műsorszórásra kifejlesztett technológia, amely egyéb multimédiás adatok átvitelére is alkalmas. A DAB rövidítés előfordulhat a DSB szinonimájaként is.

DABv2 (DAB+): Kifejlesztés alatt álló új, spektrumhatékonyabb (mpeg-4) és több pluszszolgáltatást lehetővé tevő technológia.

DMB (Digital Multimedia Broadcasting): A DAB-bal kompatibilis, de kis képernyős videó közvetítésére is alkalmas koreai fejlesztésű rendszer.

DVB-T (Digital Video Broadcasting, Terrestrial): Digitális televíziós szabvány, de digitális rádióadás is közvetíthető vele. A mai készülékekkel csak otthoni, fix vevőkészülékes vételre alkalmas.

DVB-H (DVB - Handheld). A DVB-T tévés technológia mobil változata, mobiltelefonra/kézi számítógépekre sugárzott tévéadásokhoz. Fő problémája a DVB-T vevőkészülékeknek ismert jelentős energiafogyasztás csökkentése (időszeleteléssel), illetve a mobilis vételnél szükséges cellaváltások alatti folyamatos vétel megoldása.

DRM (Digital Radio Mondial): A középhullámú (kis sávszélességű), nagy területet egy adóval besugárzó digitális adások kiváltására létrehozott rendszer.

DSR (Digital Satellite Radio): Műholdról közvetített digitális rádióadások a DVB-S tévéadások mellett. Jelenleg több ezer ilyen működik a világon, főleg párhuzamos sugárzásban. Műholdvételezhez kötött, azaz az antennának közvetlenül „látnia” kell a műholdat. Európában vételük nem elterjedt.

IBOC (In-Band On Channel [IBOC DAB]) más néven **High Definition Radio (HD Radio, HD2):** Az Egyesült Államokban középhullámú és URH digitális rádiózásra „hivatalos” sztenderdként bevezetett szabvány, amely az analóg jel megtartása mellett sugároz ki ugyanott digitális jelet is.

FMeXtra: Új amerikai rendszer, amely a jelenlegi analóg FM-adók megtartása mellett sugároz digitális jelet is.

ISDB-T (Terrestrial Integrated Services Digital Broadcasting): Japán digitális műsorszóró szabvány, elsősorban tévéhez, de 2003 óta rádiós kísérletek is folynak.

UMTS/MBMS (Universal Mobile Transmission System - Multimedia Broadcast Multicast System): Mobiltelefonokhoz kidolgozott technológia, sok felhasználó számára egy időben azonos tartalmat kívánó igény esetén, 64-256 Kbit/s bitsebességgel.

	Teljes csatorna (multiplex) sávszélessége	Teljes multiplex hasznos bitsebessége	1 tévé-program bitsebessége	1 rádióprogram lehetséges bitsebessége	Spektrum
FM	0,2 MHz 0,03 MHz (AM) 0,4 MHz	(RDS: 700 bit/s)	-	analóg FM: 96 Kbit/s (1-3 program)	66-73 (Oroszo.), 88-108, 76-90 (Jap)
IBOC (FM)	20-99 kHz + analóg	256 Kbit/s + 1 analóg 128 Kbit/s + mono analóg vagy 64 Kbit/s + sztereó analóg	-	AM: 36 kbps 8-384 Kbit/s	0,530-1,710 /AM/ 88-108 MHz 88-108 MHz
FMeXtra	analóg	analóg	-	8-384 Kbit/s	mint DAB
DMB	1,53 MHz	1,5 Mbit/s	512-864	128-256	VHF 47-68, VHF III (174-240) (5-13 TV/csatorna, csatornánként 4-6 blokk 5A-13F), , L földfelszíni 1452-1478 (LA-LP), muholdas 1480-1492
DAB	1,53 MHz	1,5 Mbit/s	-	32-320	VHFIII (174-230), UHF IV-V (470-862)
DVB-T	6-7-8 MHz	(3-) 28-31 Mbit/s	2-5 M+audio	96-256	
IP DBV-					
H	5-6-7-8 MHz	3-15 Mbit/s	128-384		
DRM	4,5-20 kHz	5-72 (24) Kbit/s	-	24-48 Kbit/s	0,150-30 MHz (FM tervezett)
ISDB-T	6 MHz	0,4 Mbit/s	-	-	190,2 MHz (Japán)
GPRS		28-64 Kbit/s			900 MHz, 1,8, 1,9 GHz
GSM	0,2 MHz	14,4 Kbit/s			900 MHz, 1,8, 1,9 GHz
		2 Mbit/s fix vétel, 128-384 Kbit/s			2, GHz, 2,5, 3 GHz (2008-tól). Mo.-n:
UMTS	5 MHz	mozgó vételnél			1905-1980, 2110-2170 MHz

2.táblázat: Rádiózásra alkalmas, éterbe sugárzó analóg, digitális, illetve műsorszóró és távközlési technológiák összehasonlítása

Irodalom

Ala-Fossi, Marko (2003) Understanding IBOC: Digital Technology for Analog Economics. *Journal of Radio Studies*, 10/1.

Ala-Fossi, Marko (2005) *Finnish DAB development* (DRACE, kézirat)

Ala-Fossi, Marko (2006) *Digital Radio – a North European Perspective*. Előadás a HTE Digitális Rádió Kör DAB konferenciáján, 2006. május 4.

Bajomi-Lázár Péter (2004) A magyarországi helyi rádiók működése, támogatásuk lehetséges irányai és hatása. *Médiakutató*, tél.

Bethell, James: *Field Report. FM and DAB – Developments in the UK*. Capital Radio Group.

Brier, Philipp: Schätzung der Kosten für den Aufbau und Betrieb von T-DAB Sendernetzen für Privatradoveranstalter – BAKOM, 2004. augusztus 30.

Cs. Kádár Péter: Digitális néprádiót minden magyar embernek!, 2000. augusztus 17., <http://www.extra.hu/elnokpaly> Jelenleg nem elérhető.

DAB-Digitalradio: Mehr Milch mit DAB? *Newsticker*, 2006. október 11., http://www.dab-digitalradio.ch/?lang=de&c=db_nl.

DÁS 2006: Javaslat a televíziózás és a rádiózás digitális átállításának magyarországi stratégiájára. A Miniszterelnöki Hivatal honlapja, <http://www.meh.hu/szolgaltatasok/dtv/das20061005.html>. Utolsó letöltés: 2006. október 8.

Dickens, Ian: DAB UK In *Diffusion Online* 2005/13. http://www.ebu.ch/CMSimages/en/___online_13_e_DAB-UK_tcm6-36612.pdf.

Douglas, Susan (1999) *Listening in. Radio and the American Imagination*. University of Minnesota Press.

FCC (1935, 1944, 1945, 1965) Federal Communications Commission Annual Report.

FCC (2006) Station Search Results, Federal Communications Commission <http://www.fcc.gov/>.

FNFT 2006 Frekvenciák Nemzeti Felosztási Táblázata H 85 sz. lábjegyzet.

György Péter (2005a) A médiarendszer kritikája. In *Élet és Irodalom*, 2005. április 1.

György Péter (2005b) Közszolgálat a globális technokultúra korában. *Médiakutató*, tavasz.

Hargitai Henrik (2000) Magyar rádiózás az interneten. Vissza a rádióhoz portál. <http://www.visszaradiohoz.hu/cikk.phtml?cim=kal/magyaronline.html>.

Hargitai Henrik (2002) Rádiózás az interneten. 1996–2002. *Jel-kép*, 3. sz.

Hargitai Henrik (2005) Radio Listening Habits (DRACE, kézirat, www.drace.org)

Internet World Stats (2006) Internet Usage in European Union. <http://www.internetworldstats.com/stats9.htm>.

MEME (2006) Magyar Elektronikus Műsorszolgáltatók Egyesülete: A 2005-ös reklámtorta adatai. [http://www.ey.com/global/download.nsf/Hungary/PR_Reklam torta_2005_HU/\\$file/reklam torta_2005_sk.pdf](http://www.ey.com/global/download.nsf/Hungary/PR_Reklam torta_2005_HU/$file/reklam torta_2005_sk.pdf)

MRSZ (2006) Magyar Reklámszövetség: Reklámköltés alakulása tarifa és nettó áron 2000–2004, www.mrsz.hu, Power Point dokumentum.

O'Neill, Brian (2006) Digital technologies and the future of radio: lessons from the Canadian experience. COST A20 konferencia: „The Impact of the Internet on the Mass Media in Europe” Delphi, Görögország, 2006. április 26–28.

ORTT (2006a) Az ORTT közleménye: [2006] május 22-én beérkezett pályázati ajánlatok., http://www.ortt.hu/hirek.php?hir_id=82.

ORTT (2006b) Beérkezett pályázati ajánlatok – Zalaegerszeg 88,9 MHz, Piliscsaba 104,2 MHz helyi rádió. http://www.ortt.hu/hirek.php?hir_id=76

Petur András (2005) *A közszolgálati rádiózás helyzete a digitális rádiózás korában* – ELTE kommunikáció szak, szakdolgozat.

RAJAR (2006) RAJAR Data Release – Quarter 2, 2006 <http://www.rajar.co.uk/INDEX2.CFM?menuid=6>, 2006. augusztus 23.

Spencer, M. (DRDB) UK DAB digital radio – Working Together, 2004. május 10.

USCB (1965–2006) *Statistical Abstract of the United States*. Washington: US Census Bureau.

Vajda Zoltán (1998) *A digitális Rádió (DAB) – Műszaki ismeretek*. A Magyar Rádió saját kiadványa.

Lábjegyzetek

1

Jelen írás a HTE Digitális Rádió Kör DAB konferenciáján (2006. május 4.) a szerzők által tartott előadások és bemutatott írásos anyagok rövidített változata.

2

A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

3

A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

4

A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

5

Kivéve természetesen azokat, akik Magyarországon próbálták ki, hisz a kísérleti adás még Budapestet sem sugározza be kielégítő mértékben.

6

A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

7

A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

8

A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

9

A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

10

Internet Worlds Stats 2006.

11

Egyelőre csak a közszolgálati rádió szolgáltatott programot a „kísérleti sugárzásban”, azaz a *Magyar Rádió* saját döntésével új programok indításával is megszakíthatná az ördögi kört.

12

Az FM-adások vételéhez új, drága rádiókészüléket kellett vásárolni.

13

Armstrong 1954-ben öngyilkos lett.

14

Éjjel kevesebb adó működhett, hogy tiszta maradjon a vétel.

15

Egyes európai országokban hasonlóan a sáv eltérő részein más-más típusú rádiók hallhatók.

16

Hozzá kell tenni, hogy az Egyesült Államokban forgalmazott rádiókészülékek nagyobb sáv szélességgel, így jobb, szinte FM-hangminőséggel képesek fogni az eleve szélesebb sávban kisugárzott középhullámú adásokat is.

17

Az AM- és FM-adásoknál a működő, egyedi hívójelű adók számát jelzi az ábra (valamennyi saját műsort sugároz). A műholdas adásoknál a műsorcsatornák száma van feltüntetve. A digitális AM IBOC és FM IBOC adások azonos műsort sugároznak, mint a nekik megfelelő analóg adások. A műholdas adások mindegyike elérhető az Egyesült Államok teljes területén; a többi adás csak az adott vételkörzetben.

18

Az európai rádiós piacon az AM-adók száma messze elmarad az amerikaiakétól, de Európában elsősorban a közszolgálat használja, Amerikában kizárólag a kereskedelmi szektor. Az AM-sáv tehát kihasználatlan. A működő FM-adóberendezések száma ellenben az amerikaiak körülbelül négyszerese, nagyjából feleakkora területen: az FM-sáv tehát túlszűfolt. Európában kevesebb helyi FM-program van, mint a feleannyi lakosú USA-ban, de a választékot az országos kereskedelmi és átlagosan négy országos közszolgálati program egészítik ki. Összegezve: az európai FM-rádiós piacon sok az adó, de (számszerűen) kicsi a választék az USA-hoz képest. (Európán belül akkora kulturális, médiaszabályozási és -piaci különbségek vannak, hogy Európa az egységes piacú amerikai rendszerrel csak korlátozottan vethető össze. Például a mintegy 38 ezer nyugat-európai FM-adóból 12 ezer olaszországi.)

19

Ez egy generációval régebbi, mint az mp3 által használt layer III.

20

Digital switchover, vagyis a digitális adók beindulása után az analóg adók kikapcsolása.

21

Postai és Távközlési Igazgatóságok Európai Értekezlete.

22

Előre rögzített, 2x25 óra időtartamú klasszikus, illetve jazz- és világzenei összeállítás ismétli egymást felváltva. Jelen cikk leadásának időpontjában „technikai okok miatt” nem üzemel.

23

Minden adónak ugyanazt az adatfolyamot kell sugároznia.

24

Ezt az országos lefedettséget csak nagy költséggel lehet megvalósítani.

25 Ez határozza meg az adás hangminőségét.

26 2005-ben a három legnagyobb kereskedelmi rádióé nettó 7,8 milliárd forint volt.

27 Az FM bevezetések az Egyesült Államokban az FCC külön kiemelte, hogy a nem nyereségérdekelt FM-rádiók a kereskedelmiekkel szomszédos sávban, azaz azonos készülékkel foghatóak (FCC, 1944: 31).

28 Viszont például irodai munkavégzés közben az internet, utcán mozogva a mobiltelefon is.

29 Élő műsor országos SMS/e-mail üzenőfala/chatszobája, amely a mobilszolgáltatóknak is bevételi forrás lehet.

30 A kívánt műsor bármikor meghallgatható legyen, vagy legyen elérhető 24 órás szakosodott zenei csatorna.

31 Egy letöltésre felkínált adást ennél jóval többen is letölthetnek adott idő alatt.

32 Szemben az FM-sáv nyolc országos adásával.

33 Magyarországon egyre több már az analógokét sem közli.

34 DAB-on és 2008-ig még középhullámon is fogható.

35 550 millió rádiókészülék van használatban.

36 A hagyományos hír-szórakoztató-klasszikus zenei felosztáson túl.

37 Például a közszolgálati programok aznapi műsoraiból és archívumából.

38 A *BBC* azonban belföldön nem sugároz reklámot, így csak hallgatókat vesz el a kereskedelmi állomásokról, reklámozókat nem.

39 Ezek: népzene és folk; komolyzene; operett és magyar nóta; jazz; gyerekzene; dalok és megzenésített versek; tánczene és könnyűzene 1960 előtt; tánczene és könnyűzene 1960 után; pop/rock 1960–80; pop/rock 1981–; slágerlista.

40 Például helyi hirdetések, turisztikai információk, határátlépésre vonatkozó információk, repülőtéri információk, sportpályák körzetében rendezvény esetén; további szakosodott csatornákra jó ötletek meríthetők a szakosodott kábeltévék népszerű kínálatából.

41 A valóságban a mobil vétel ennél jóval kisebb körzetben lehetséges.

42 Például Wi-Fi rádió.

43 Elemzők az amerikai sztereó AM bukását azzal magyarázzák, hogy a kormány a piacra bízta a technológiát, és nem határozott meg kötelező sztenderdet (Ala-Fossi, 2003).

44 A rendszer jellemzője, hogy ha a digitális jelet nem tudja venni, visszaugrik az analógra.

45 Van csak digitális módja is, amit egyelőre nem használnak.

46 Lásd „A rádiós rendszerek rövid leírása” című keretes írásunkat.

47 Például négy kis átviteli kapacitású hírcsatorna négy különböző nyelven vagy egy jó minőségű zenecsatorna és egy kis kapacitásigényű hírcsatorna.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló

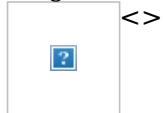


<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

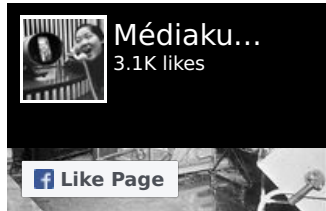
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2006 tél

Térkép

[Balázs D. Attila](#):

A határon túli magyar online médiumok tartalomfejlesztési trendváltásai

A határon túli magyar online médiumok tartalomfejlesztési trendváltásai

Tanulmányom vizsgált témája az erdélyi, a felföldi, a kárpátaljai, a délvidéki és a várvidéki magyar nyelvű internetes médiumok történetének, illetve fejlődésének a felvázolása, de kitérek a tengerentúli s az egyéb nyugat-európai magyar portálok helyzetére is. Kutatásomban a tárgyalt honlapok históriáján túl utalni fogok arra is, hogy milyen tematikájú szak-, hír-, illetve általános portálok jöttek létre s tűntek el az első határon túli online médiumok megjelenése óta. Ezeken túl a külhoni magyar hagyományos média világhálón való részvételéről is próbálok majd képet adni.

1. Bevezető

A külhoni magyar internetes tartalom is szerves részét képezi a magyar digitális kincstárnak, ezért láttam fontosnak elemezni a médiumok ezen szegmensét. Ebben nemcsak erdélyi származásom ösztönzött, hanem az a tény is, hogy a témában eddig kevés kutatás látott napvilágot, pedig a Magyarországtól elcsatolt területeken Európa máig legnagyobb lélekszámú őshonos magyar kisebbsége él, amely az 1990-es évek végétől megkezdte az internetes felzárkózást.

A témában korábban írt cikkeim is közvetve azt a célt szolgálták, hogy bemutassák a hasznosnak mondható határon túli magyar internetkikötőket a magyar közönségnek. 2002-ben ugyanis a *Számítástechnika* magazin „Magyarság online” című cikke még így kezdődött:

„Aki a határon túli magyar folyóiratokról, eseményekről akar tájékozódni, az bizonyára a Határon Túli Magyarok Hivatala honlapját keresi föl. Pedig létezik egy másik, ennél talán részletesebb honlap is: a Magyar Emberjogi Alapítványé.”¹

A továbbiakban ki fog derülni, hogy már négy évvel ezelőtt is számos olyan határon túli magyar weboldal létezett a világhálón, amely a fent említett www.htmh.hu és www.hhrf.org-hoz közvetlenül nem is kapcsolódott.

Tanulmányom vizsgált témája az erdélyi, a felföldi, a kárpátaljai, a délvidéki és a várvidéki magyar nyelvű internetes médiumok történetének, illetve fejlődésének a felvázolása, de kitérek a tengerentúli s az egyéb nyugat-európai magyar portálok helyzetére is. Kutatásomban a tárgyalt honlapok históriáján túl utalni fogok arra is, hogy milyen tematikájú szak-, hír-, illetve általános portálok jöttek létre s tűntek el az első határon túli online médiumok megjelenése óta. Ezeken túl a külhoni magyar hagyományos média világhálón való részvételéről is próbálok majd képet adni. Határon túli magyar online médiumokon elsődlegesen azokat az internetes honlapokat értem, amelyeket a fent említett régiókban szerkesztenek.

A kutatás alatt a legnagyobb feladatot az új és a megszűnt internetes honlapok feltérképezése jelentette, de az adatbányászatot különösen megkönnyítette a *Transindex* általam szerkesztett „Erdélyi Netkatalógus” rovata.² Az itt található gyűjtemény közel 3000 határon túli magyar vonatkozású honlaplinket tartalmaz különböző kategóriákba csoportosítva.

2. Online tartalomfejlesztés a határokon túl

Az elmúlt években több olyan konferenciát rendeztek, amely a külhoni online tartalomfejlesztésről szólt, de ezek többnyire a romániai magyarsághoz kötődtek vagy erdélyi kezdeményezések voltak. Emellett határon átnyúló kormányközi informatikai megállapodások is köttetnek, amelyek a külhoni magyar netes tartalomfejlesztés szempontjából mindenképpen ösztönzőnek számítanak.

A 2005-ben megrendezett első hivatalos határon túli netes tartalomfejlesztő találkozót megelőzően, már 2002-ben

összegyűlt egy csapat kommunikációs szakember a székelyföldi Hargitafürdőn, aminek eredményeként megalakult az Erdélyi Magyar Információs Társadalmi Egyesület (EMIT). A mozgalom lényegét a résztvevők az akkor már létező infokommunikációs műhelyek munkájának összefogásában, vagyis Erdély infokommunikációs felzárkóztatásában látták.³

Az EMIT információs társadalomkutatási ösztöndíjat is kiírt, amelyet egy teleház- és egy e-business alapkutatás nyert el. A két tanulmányból a közgazdász Mihály I. Csaba készítette romániai teleház projektről szóló volt a legjelentősebb a külföldi magyar internetet illetően. A falusi teleházak ugyanis gyakran az egyedüli internetelési pontot jelentik az elcsatolt országrészekben.

Azon túl, hogy a teleház aktív közösségformáló tényező, vitathatatlan előnye, hogy biztosítja az internetcsatlakozás technikai feltételeit, a modern információs technológiák használatát azok számára, akik nem engedhetik meg maguknak ezek beszerzését. Ez pedig sarkalatos problémája az információs társadalom fejlődésének, tekintve, hogy Románia az európai uniós internethasználati lista végén kullog. A 21 milliós Romániában bizonyos kalkulációk szerint 120-130 ezer magyar netezővel lehet számolni, ami nem rossz arány az itteni magyar népesség (másfél-két millió fő) számarányához képest.⁴

2.1. Magyar kormányzati támogatások a külföldi online tartalomfejlesztésben

Az EMIT lassan feledésbe merült, újabb találkozó nem szerveződött ebben a felállásban, de 2003-ban történt néhány olyan gesztus, amely megerősítette azt a bevezetőben már felvázolt tényállást, hogy a határon túliak is részei a magyar információs társadalomnak, ebből adódóan pedig a külföldi online médiumok az összmagyar digitális kincstárnak. Amikor 2003 májusában Kovács Kálmán informatikai és hírközlési miniszter Romániában járt, kijelentette, hogy „[a] magyar információs társadalom 10 éves stratégiájában a határon túliak a teljes nemzet részeként, természetes módon benne kell legyenek.”⁵

A látogatás alkalmából együttműködésre került sor a magyar Informatikai és Hírközlési Minisztérium (IHM)⁶ és a Romániai Magyar Demokrata Szövetség (RMDSZ) között is. Ennek értelmében az IHM leendő pályázatainak kiírásakor a romániai magyarság érdekeit is szem előtt tartja, illetve a magyar nemzeti digitális adattár létrehozásában számít az erdélyiek hozzájárulására is.

Ezt követte a 2003 novemberében Nagyváradon megrendezett „Magyarság az Információs Társadalomban” elnevezésű IT-konferencia, amelyen megszülettek az úgynevezett „Nagyváradai célok”. Ezek értelmében a résztvevők leszögezték, hogy „elengedhetetlennek tartják a határon túli magyarság – önszerveződéseikre is építve – információs társadalomba való bekapcsolódásának folyamatos javítását.”⁷ Ekkor hozták létre Nagyváradon a Magyarság az Információs Társadalomért (MA-ITT) szakmai konzultatív testületet is.

Érdemi eredményt mégsem hozott ez az inkább politikai, mintsem szakmai vetületű konferencia, annál inkább a tartalomfejlesztők által kezdeményezett 2005. áprilisi találkozó. A budapesti székhelyű Határon Túli Magyarok Hivatala (HTMH) adott otthont az első határon túli netes tartalomfejlesztő találkozónak, amelyet az Illyés Közalapítvány támogatásával a *Transindex* szervezett. Ez az összejövétel már túlmutatott az EMIT kezdeti szárnypróbálgatásain és Erdélyen kívül, immár a többi magyarok lakta terület is képviseltette magát a tanácskozáson. „Számokról, pénzekekről, mentalitásokról, a lojális konkurenciáról és egyéb kényelmetlen, ám megkerülhetetlen dolgokról beszélgettünk.”⁸

Az „Internet és a határon túli magyarság” címet viselő találkozón nemcsak a leszakított területeken működő portálok képviselői ismertették tevékenységüket, de meghívást kapott néhány anyaországi online médium is. A magyarországi *Origo* és az *Index* hírportál főszerkesztői a különböző üzleti tartalomfejlesztési modellekről értekeztek, de ezek a vezető portálok vitathatatlanul más súlycsoportot képviseltek a jelen lévő határon túliak mellett.

A konferencián elhangzott az a fontos megállapítás Weyer Balázs (*Origo*) tolmácsolásában, miszerint a határon túliak elsődleges feladata a látogatottság növelése kell hogy legyen: „El kell érni egy kritikus pontot, ahol már belépnek a piac szereplői. A legfőbb anyagi forrást ugyanis a reklámbevételek jelentik.”⁹

Novák Lajos, az *erdely.ma* hírportál tudósítója ennek kapcsán így fogalmazott:

„Természetes, hogy pár százezer napi látogatóval gazdaságossá lehet tenni egy honlapot, de ennek a látogatószámának az elérése a jelenlevők számára egyelőre nem megvalósítható, ugyanis Romániában még nem terjedt el olyannyira a hasznos (közszolgálati) portálokra való navigáció, mint mondjuk Magyarországon. Azonban érdemes nagyobb figyelmet szentelni az új irányzatoknak, például a bloggolás és egyéb tartalomforma elterjedésének.”

A szakmai összejövétel célja minden esetre megvalósult, mert először találkozhattak szemtől szemben az internetes tartalomszolgáltatás piaci és nonprofit szereplői.

A HTMH-ban megtartott fórumot a „Budapesti nyilatkozat” megfogalmazása követte. A MA-ITT 2005. szeptember 19-én tartott második ülésén immár Horvátországból, Kárpátaljáról, Vajdaságból, Amerikából, Szlovéniából és Ausztriából is csatlakoztak magyar szervezetek.

A nyilatkozat 5. pontjában említett határon túli magyarok első közös internetes portáljának szánt www.emagyar.net-et 2006. március 20-án avatták fel az IHM-ben. A honlap azt a világszerte kiépült 300 eMagyar-

pontot kötné össze, amely a külhoni magyar területeken hivatott biztosítani a közösségi internet-hozzáférést.¹⁰ A kezdeményezés kis szépséghibája, hogy a www.magyaronline.net címen már évek óta létezik egy olyan tengerentúlról szerkesztett internetes oldal, amely magát a határon túli magyarok közös portáljaként aposztrofálja.

A közösségi internetvégpontok összehangolására programozott portállal látszólag véget ért egy korszak, illetve elkezdődött egy új, már ami a külhoni magyar tartalomszolgáltatást és információs társadalmat illeti. Más kérdés, hogy az eMagyar.net-re több dolog vetett árnyékot, megkérdőjelezve az eredményeket. Ilyen például az, hogy olyan eMagyar-pontok és teleházak léteznek szerte a Kárpát-medencében, ahol még nem tudták bevezetni a netet, holott a szaktárca erre korábban ígéretet tett. Egy magát megnevezni nem kívánó ukrainai magyar internetes szakember állítása szerint Kárpátalján a helyi politikai erő, az Ukrainai Magyar Demokrata Szövetség (UMDSZ) keretében üzemelnek a teleházak, s nem az épp erre rászoruló kárpátaljai iskolákban.

„Mint a konferencián több hozzászóló is megállapította, az elvileg már létrejött 180 [Magyarországon kívüli] eMagyar Pont csupán végpontok összessége. Élő hálózatról nem beszélhetünk.”¹¹

A fent említett szakmai rendezvényeket vizsgálva levonható az a következtetés, hogy a határon túli magyar területek online szereplőinek tartalomfejlesztési trendváltozásaira csak távlati stratégiailag van hatással az anyaország, alapvető gondjaikat mind a tartalomfejlesztés, mind az anyagiak terén saját maguknak kell megoldaniuk. Az illető szakmai rendezvények pusztán offline bemutatkozást és információcserét nyújtanak, annyiban viszont mindenképp előnyt jelentenek, hogy összetartásra serkentenek, amelyre a kibertérben történő kapcsolattartás során mindig nehezen nyílik lehetőség.

Hogy az eMagyar portál már beváltotta-e a hozzá fűzött reményeket, még nem tudni. Egy hónappal az indulás után annyi már észrevehető volt, hogy a napi átlag száz látogatót vonzó honlap nem mutat újat a hírportálok általános kínálatán.¹²

2.2. A határon túli magyar internetes médiumok domainjei

A határon túli magyar internetes médiumok zöme román (.ro), szlovák (.sk), ukrán (.ua), jugoszláv, illetve szerb (co.yu), horvát (.hr), szlovén (.si) és osztrák (.at), valamint amerikai központú (.com) domain (domain, ang. = birtok) alatt van regisztrálva, de természetesen vannak szép számmal magyar (.hu) és nemzetközi/semleges internetes domíniumok alatt bejegyzett lapok is. Ezek közé tartozik a nagyváradi Kárpát-medencei Nyári Egyetem lapja, a www.karpatmedenceinyariegyetem.hu, az Egyesült Államokból szerkesztett www.erdely.info, az Erdélyi Magyar Nemzeti Tanács honlapja, a www.emnt.org vagy a marokkói szerveren bejegyzett www.erdely.ma és www.felvidek.ma. Az utóbbi négy lap nem kizárt, hogy szánt szándékkal nem vette fel az állami domaint az autonómia elérésének jegyében.

Hogy a külhoni magyar lapok eddig miért nem igényelték a felső szintű autonóm domaint, mint ahogy azt a Spanyolországhoz tartozó Katalónia sikeresen megtette, nem tudni. Az *Erdélyi Napló*ban korábban megjelent „Autonóm domaint kapott Katalónia” című cikkemben¹³ felvettem, hogy Erdély, a Vajdaság és Kárpátalja is kaphatna internetes azonosítót a többi határon túli területtel egyetemben. Katalónia esetében az internetes címeiket világméretben felügyelő szervezet, az Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) engedélyezte, hogy januártól a spanyol .es helyett a katalánra utaló .cat kiterjesztést is használják. Így a katalán domainnév-végződés lett az első olyan netes tartomány a történelemben, amely nem egy szakmai csoportosuláshoz vagy államhoz köthető, hanem egy autonóm régióhoz.

Mivel a transzszilván internetes portálok eddig többnyire a .ro kiterjesztést használták, ezért megtudakoltam az ICANN-nél, hogy miként lehetne létrehozni egy olyan domainteret, ahol az erdélyi magyar, illetve szász és román honlapok is például .tra, .ty, .ts, esetleg .erd-re végződnének. (A .tr a törököknek járt az internet hajnalán autós országjelzésükből adódóan, az ugyancsak Transylvániára [Transylvania, ang. = Erdély] utaló .tv pedig tuvalui domínium, amely komoly profitot hoz a csendes-óceáni szigetországnak egyes tévétársaságok internetes elérhetőségei révén.) Kent Crispin, az ICANN szakembere szerint Erdélyből ez idáig nem érkezett kérelem saját internetes azonosító ügyében. A Stanford Egyetemen oktató Crispin elmondta, hogy a felvetődött végzések még nincsenek lefoglalva, viszont korántsem lesz könnyű őket levédeni, mivel az International Organization for Standardization (Nemzetközi Szabványügyi Szervezet, ISO) biztonsági minősítését kell megszerezni hozzájuk, és erre az Európai Uniónak (EU) is rá kell majd bólintania. Egy majdani vajdasági domainnel is ugyanez lenne a procedura, bár ott elméletileg nagyobb az esély ennek megszerzésére, mint akár Erdélyben, mert Szerbiában jelenleg is létezik egy Vajdasági Autonóm Tartomány, miközben Erdélyben az 1950-es évekből Maros Magyar Autonóm Régió megszűnté óta nem létesült átfogó területi önkormányzat. Kelemen Attila, a *Transindex* főszerkesztője a Román Nemzeti Számítógép-hálózathoz (RCN) irányítaná a kezdeményezőket az erdélyi azonosító ügyében. Kovács Csaba, a másik nagy erdélyi portál, az *erdely.ma* szerkesztője – székely származású lévén – szűkebb hazájából indítaná el az erdélyi domainért folyó küzdelmet.

„Erdély területi autonómiájának a jelenlegi konjunktúrában szinte semmi esélye nincs. Így a .ts domén igénylését sem látom indokoltnak. Annál inkább szükségesnek látom viszont a .sek (Seklerland/Székelyföld) kiterjesztés lefoglalását, csak még azt nem tudom, hogy mely szervezet lenne illetékes ennek igénylésében”

– mondta a szerkesztő.

A tartalomszolgáltatók egyelőre nem rendezték soraikat, vagyis a domínium tekintetében nincs konszenzus, pedig talán nagyobb összefogó erőt jelentene egy újonnan igényelt saját területi domain, mint akár az eMagyar stratégia: a több ezer külföldi domain alatt futó magyar honlapok átláthatatlanok, de régiókra leszűkítve „észrevehetőbbek”

lennének.

Egy külhoni autonóm felső szintű domain ugyanakkor gyógyír lehetne a 2004-es kettős állampolgársági népszavazás határon túli magyarok által megélt kudarcára is, a katalánoknál ugyanis a nemzeti domainszerzést felvállaló, PuntCAT nevű szervezet pályázatában az is szerepelt, hogy a catalunyai közösséghez tartozó (nem feltétlenül Katalóniában élő) személyek és szervezetek is igényt tarthatnak majd .cat végű internetes azonosítókra. Tehát a világban elszórt erdélyi magyarok, románok és székelyek is kaphatnának az erdélyi domainből.

3. A legfőbb határon túli magyar internetes médiumok története a kezdetektől napjainkig

Az első fecskék megjelente után számos új portál jelent meg a külhoni magyar honlappalettán, és jó néhány közülük viszonylag hamar el is tűnt.

Meglátásom szerint az online tartalomfejlesztés terén az erdélyi magyar internet jelenleg is nagyobb méretekben fejlődik, mint a fent említett többi régió magyarsága által jegyzett világhálós tartalom. Ez a folyamat az itt élő közel kétmillió magyar¹⁴ létéből is eredeztethető, amelynek értelmében az erdélyi online tartalomfejlesztők nagyobb önszerveződésre mutattak hajlandóságot. Erdélyben számottevően több honlap látott napvilágot, amit a nemcsak transzszilván linkeket tartalmazó „Erdélyi Netkatalógus”¹⁵ is bizonyít.

Még mielőtt bemutatnám a magyar honlappaletta külhoni képviselőit, szükségesnek tartom felvázolni a romániai internet állapotának képét, ami alapján talán könnyebb megérteni a Magyarországon kívül élő magyarság online tartalmakhoz való hozzáállását.

3.1. A romániai internet

Romániát 2002-ben az Európai Bizottság úgy jellemezte, hogy az információs technológia terén jelentősen le van maradva az EU kelet-európai jelöltjeként, viszont szomszédunk így is jóval nagyobb százalékban van bekábelezve, mint hazánk.

Romániában ma is az a tendencia érvényesül, hogy a lakosság zöme még mindig internetklubokból vagy a munkahelyéről netezik, és csak kevesen otthonról. Ugyanakkor az internetkávézók forgalmának túlnyomó része e-mailezést, net-telefonálást és online játszadozást jelent, vagyis jó okunk van feltételezni, hogy a romániai netezők közel fele nem fogyaszt klasszikus, azaz hasznos portáltartalmat (hírek, adatbázisok, olvasnivaló stb.), még kevésbé romániai eredetűt. Az internetkávézók közönsége elsősorban kommunikációra használja a netet, tájékozódásra nem. Ezt a trendet igazolja vissza a legnagyobb román auditrendszer, a trafic.ro is. Mindezeket túl az internethasználat töretlenül növekszik keleti szomszédunknál.¹⁶

A tartalom még mindig kissé kezdetleges, a szuperportálok is hiányoznak. A kezdetlegességet az is jelzi, hogy a *Traficon* manapság is az internetszolgáltatók ingyenes e-mail oldalai, illetve az offline kiadványok online archívumai vezetnek. Az internet mégis a mindennapok részeként, ha nem is a többség számára, de kommunikációs médiumként igenis jelen van.

3.2. Az erdélyi magyar internet

Különbséget kell tenni romániai román és romániai magyar internetező között. Az erdélyi magyarok saját portálhálózata már kikristályosodóban van, ám ha épp nem erdélyi magyar oldalt böngésznek, akkor is előbb kattintanak egy .hu cím alatt futó oldalra, mint egy románaira. Köztudott az is, hogy a két nemzetiség nem egy kultúrkörből származik, úgyhogy nyilván ez is közrejátszik e tendenciában.

Az erdélyi vonatkozású internet kezdetei 1998-ra nyúlnak vissza, amikor megalakult a csíkszeredai Nextra internetszolgáltató által üzemeltetett *Internetto Transylvaniae*, valamint a szintén csíki Labs szolgáltató támogatta *Élő Erdély* webhely. Az előbbi már csak a teljes világhálót archiváló archive.org honlapon tekinthető meg (archive.org kereső: www.internetto.ro), az utóbbi pedig utóljára 2001-ben volt élő tartalommal frissítve. Igazából máig nem eldöntött, hogy melyik lap volt az első az erdélyi és egyben a Kárpát-medencén belüli határon túli magyar weblapok között.¹⁷ Az *Élő Erdély* gyökerei egy hagyományosan megjelenő lap internetes változatához nyúlnak vissza. *AKönyvjelző* nevű, kéthavonta megjelenő erdélyi magyar könyvszakmai folyóiratot Simon Attila alapító főszerkesztő vitte fel az internetre. Tehát a gyökerük egy könyves lap volt, s az első elképzelések is a kultúrát járták körül.

Simon elmondása szerint két év után a rovatok sokasodtak, egyre bonyolultabb lett a rendszer. Aminek változnia kellett volna, változatlan maradt, ennek következtében 2001 tavaszán az oldal befagyott. Megpróbáltak egy irodát bérelni, minőségi internetszolgáltatásra előfizetni, de megint csak az anyagiak hiánya szült bele a tervekbe.

Íme egy hasonlóság a magyarországi és az erdélyi háló közt: bizonyos lapoknak sajnos meg kell szűnniük. Így járt az *Internetto Transylvaniae* mellett az *Élő Erdély* és a *Hunorpress Hírügynökség* is a régiek közül. Mindegyik úttörő lap befagyott, viszont az eloerdely.org-on, illetve a www.hhrf.org/hunorpress-en még most is böngészhető az utóbbi kettő. E korszakalkotó lapok jelentősége egyenértékű a magyarországi *Internettó*éval (www.internetto.hu), amelyet kvázi internetes múzeumként tart fent ma is az index.hu.

3.2.1. Általános portálok, hírportálok

Az erdélyi internet sajátos színtöltja, a legprofibbnak mondott *Transindex*, „a napos oldal”, amely 1999 októbere óta szolgálja Erdőelve virtuális határainak lerombolását. Ez a Kolozsvárról szerkesztett közszolgálati portál egyben

a legnézetesebb is a napi 14-15 ezer látogatójával. A traffic.ro statisztikája szerint közel a 70. legolvasottabb romániai honlap, a hírportálok kategóriájában pedig erősen tartja top tízes pozícióját a román oldalak között. Látogatottságából s régiségéből adódóan nemcsak az erdélyi lapok, hanem a többi határon túli magyar portál közül is kiemelkedik.

1999 áprilisában Nyíró András, az egykori *Internetto* netújság vezetőjének ösztönzésére egy fiatal baráti társaságból kezdett el alakulni a *Transindex* szerkesztősége. Az oldalt a magyarországi lap erdélyi kiadásaként gondolta el az alapító csapat. Miután menesztették Nyíró az *Internetto*életről, a vele szolidáris szerkesztőcsapat otthagyta a kiadót és megalakította az *Indexportált*. Az erdélyi mutáció ezért kapta a *Transindex* nevet. A www.transindex.ro-ra kattintva tapasztalhatjuk, hogy semmivel sem alacsonyabb nívójú a .hu-s címeken futóknál. Az oldalon a bel- és külpolitikán túl egyebek mellett színes és technikai híreket, publicisztikákat és erdélyi színházi ajánlót (hamlet.ro) is találhatunk, így már néhány perces böngészés után megváltoztathatja sokunk Erdély-képét. Tovább barangolva nem egy kuriózumszámba menő mellékoldalt fedezhetünk fel rajta. Krúdy digitalizált álmoskönyvén túl kommunikációtörténeti kronológiával (kommunikacio.transindex.ro), erdélyi képeslapküldővel (kepserdely.ro), sőt erdélyi közhelytárral és székely szótárral is bír (szekelymagyar.transindex.ro). Az utóbbi aloldal nyelvészeti szempontból is unikumnak számít, mert a jellegzetes székelyföldi tájszavakat gyűjtő interaktív adatbank szolgáltatja a nyersanyagot Sántha Attila *Székely Szótár* című könyvének a megírásához is. A kuriózum rovatba sorolják a szerkesztők a női mell kultúrtörténetével foglalkozó képes összeállítást is, amely megjelenésekor nézettségi rekordot produkált (melltortenet.transindex.ro).¹⁸

A *Transindex* túl van már negyedik arculatváltásán, miközben a másik, kvázi rivális erdélyi lap, az *erdely.ma* hírportállá alakulása óta egyszer sem változtatott külalakat, mint ahogy sok hasonló oldal sem. Kelemen Attila szerint a portál filozófiájában az arculat nem annyira fontos:

„Sokkal inkább az a lényeg, ahogy a tartalmat tagolod. Meggyőződésem, hogy a design relatíve mellékes, inkább az olvasók iránti tiszteletet fejezi ki, de nézettség-többletet nem hoz. Legyen egyszerű és gyors, ez a lényeg. Minden határon túli lap törekszik az egyedi hangra, a *Transindex* éppen ezért átmentette az indexes örökséget, vagyis a szarkasztikus, kritizáló hangnemet, amelyet gyakran bírál Erdély-szerte a szakma. A szerkesztőség mégis a nyelv letisztázását látta a legfontosabb célnak már a kezdetekkor. A lelegején ez sokkolta a szakmát, de megszoktak minket és kezdték felfogni munkánk nyilvánosságra gyakorolt erejét. A probléma az, hogy mi frontálisan és minden kényeskedés nélkül modernizáló médium akarunk lenni, nincs mellébeszélés. Illetve az is, hogy a hírfolyamunkat úgy szerkesztjük, hogy egyetlen politikai csoportosulás sem vethet a szemünkre semmit.”

Más kérdés, hogy a *Transindex*ben részvénycsomaggal bír Kelemen Hunor RMDSZ-képviselő is (aki egyébként nem áll rokoni kapcsolatban a szintén Kelemen nevű főszerkesztővel).

A politikusoknak vizsgálódásaim szerint még sem sikerült nagyobb befolyást szerezniük a határon túli online médiapiac területén, leszámítva az egyes nyomtatott sajtótermékek világhálón való megjelenési formáit, amelyek egy az egyben a nyomtatott újság tartalmát sugározzák az éterbe.

Az első számúnak mondott erdélyi portál sajátos tartalomfejlesztési hozzáállását demonstrálja, hogy Kelemen Attila szerint a *Transindex* készítői nem is kimondott szerkesztők:

„Mi egy kreatív csapat vagyunk. Ha portált szeretnénk készíteni, az nem olyan lenne, mint a *Transindex*. Mi érdekes dolgokkal akarunk foglalkozni, ezért olyan a *Transindex* amilyen, de nem azért, mert portált akarunk”

- állítja a „kreatív csapat” feje.

A kincses városból szerkesztett *Transindex* ad még otthont a romániai magyar közélet legnagyobb netes vitafórumának, a „Disputának” (disputa.ro) is, amely 2001-es megalakulása óta nagy népszerűségnek örvend. A Disputa keretében működik a *Szabadságnapló* által szemlézett „Transfórum” rovat, amelyben olvasók tehetnek fel kérdéseket közéleti személyiségeknek a hálón keresztül.¹⁹

A megalakulása óta szünet nélkül üzemelő *Transindex* folyamatosan újul, bővül. Létrehozták a kolozsvári Jakabffy Elemér Alapítvány közreműködésével az egyre gyarapodó Erdélyi Magyar Adatbankot (www.adatbank.ro), és elsőként vezették be a portálon belüli közéleti blogot (Egologo). Ez utóbbi kezdeményezés keretében közszereplők oszthatják meg gondolataikat szabálytalan időközönként az illető naplóoldalakra tévedt szörfölőkkel.²⁰

A fent említett Adatbank multimédiatár célja egy olyan szakmai könyvtár felépítése, amelyet a kutatók és a szélesebb közönség is eredményesen használhat. Elsődleges szempontként kezelik, hogy a digitalizált tartalmak együttesen korszerű összképet nyújtsanak arról, ami Erdélyről tudható. A tervezet keretében eddig már felkerült az internetre több térképgyűjtemény, határon túli helységnév-szótár, valamint a romániai magyar kisebbség történeti kronológiája is. Az akadémiai tartalmak interneten való összekapcsolása már az EMIT megalakulásakor körvonalazódott, és a tendencia azt mutatja, hogy a tudományos tartalmak digitalizálása és ezzel egy időben nyilvánossá tétele a jövőben jelentős szerepet fog játszani a többi határon túli online médiumnál is. Erre az eddig mellőzött tartalomfejlesztésre ugyanis már sikerrel lehet pályázni a határon túliakra specializálódott Illyés és a Puskás Tivadar Közalapítványnál vagy a Communitas Alapítványnál. Ahogy az már „Az internet és a határon túli magyarság” című konferencián is megfogalmazódott, a külföldi magyar háló fenntartása nagyban függ az alapítványi támogatástól, mert a többnyire gyér látogatottságú lapok nem tudnak potenciális hirdetőket szerezni maguknak, ebből adódóan nincs anyagi alapjuk a márkaépítésre és az új projektek megvalósítására.

Sajátos színfolt még a romániai magyar netpalettán az *Erdély Ma*, az „egy szebb holnapért” mottóval megjelenő internethírújság (www.erdely.ma), amely 2002 januárjában indult el mai formájában. Az átlag háromezres napi látogatottságú lap a hírek mellett külön rovattal rendelkezik a kisebbségi autonómia és a turizmus, illetve az erdélyi magyar felsőoktatás témáját illetően is, különös figyelemmel az Erdélyi Magyar Tudományegyetemre (www.sapientia.ro). A korábban Erdély Online néven ismert weboldal megszerezte a *Moldvai Magyarság* és a *Csángó Tükör* újságok közlésének jogát, és egyedi módon ingyenes levelezőrendszert is biztosít látogatói számára.

Ugyanezen kategóriába tartozik „Erdély Hírportálja” is, a hirek.ro. Az alapítók, Lázár Csaba és Günther Ottó öt év rádiózás és a nagyváradi Sajtókollégium elvégzése után döntöttek úgy, hogy egy kimondott hírsite-ot hoznak létre saját tudósítói hálózattal.

A transzszilván internetes híráram másik eminens tagja a Magyar Újságírók Romániai Egyesülete (MÚRE) által üzemeltetett Erdélyi Magyar Hírügynökség (www.emh.ro). A 1996 óta működő rendszer tagjai a romániai magyar országos és megyei napilapok, illetve a közszolgálati rádiók. A hírügynökség szolgáltatásai között a hírek közlésén kívül ott vannak az események előrejelzései (tükör) is, amelyek részlegesen bárki számára megtekinthetők. Az egyébként értékes kezdeményezést jelentőségéhez képest eddig rosszul kommunikálták, amit az is demonstrál, hogy a hírügynökségek információira is alapozó magyar szerkesztőségek inkább választják hírforrásul az MTI-t vagy a két említett romániai magyar nagyportált, mint az EMH-t.

Az erdélyi hírportálok „székelyföldi fapados járata”-ként határozza meg magát a Góbévilág (www.geocities.com/gobevilag). A mindössze napi 100-120 látogatót magáénak tudó lapot csak ketten szerkesztik, ami általános jelenség a határon túli honlappalettán.

A felsorolt lapokon kívül az utóbbi években más regionális, illetve alternatív online hírforrások is megjelentek. Közéjük tartozik a Pontról pontra lapcsalád két székelyföldi tagja az udvarhely.ro és a csik.ro, a Gyergyószentmiklósról szerkesztett relatio.ro, Brassó magyar nyelvű oldala (brasso.ro), Szatmárnémeti helyi portálja, a www.szatmar.ro és a palyazatok.ro pályázati információs hírportál. Az Erdélyi Római Katolikus és Református Egyház is beindította saját hírszolgálatát a catholic.ro, illetve a www.reformatus.ro címen. A felsorolt oldalak fő célja a közösségtudat erősítése és az, hogy naprakész információkkal tudatosítsák: a szórványban és a tömbmagyar területeken a gyenge anyagi háttér ellenére is fejlődik a magyar kultúra.

Az erdélyi online és offline sajtótermékek honlapjainak legteljesebb gyűjteménye az „Erdélyi Netkatalógus” Nyilvánosság dobozában található meg.²¹

3.3. Internetes hírfolyam Kárpátalján, a Felvidéken, a Délvidéken és a Várvidéken

A felvidéki, a délvidéki, valamint a várvidéki magyar internethasználatra egyaránt illik Szoboszlai Istvánnak, a *Kárpátinfó* főszerkesztőjének a megállapítása, miszerint még mindig nem veszik komolyan az e vidékeken élők a világháló adta lehetőségeket. Vagyis e területek rosszabbul állnak a neten való képviselet szempontjából Erdélynél is. A dolog persze megmagyarázható, ha figyelembe vesszük az itteni magyarságnak a romániaiánál kisebb számarányát.

Kárpátalja máig az egyik legelzártabb és leghátrányosabb helyzetben lévő régiója a Kárpát-medencének. A több évtizedes vasfüggöny, a nyitásra későn ébredés miatt a technikai továbblépés terén is nagy a hátrányuk az itt élőknek. Ez viszont már most sem, hosszú ideig meg végképp nem tartható állapot.

A kárpátaljai magyar közéleti lapok közül a két legnagyobb példányszámúnak van internetes verziója: a *Kárpáti Igaz Szónak* (www.hhrf.org/karpatiigazszo) és a *Kárpátaljának* (www.karpatok.uzhgorod.ua/hetilap), de az UMDSZ-hez kötődő *Ukrajnai Magyar Krónika* is felzárkózott 2004-ben ebbe a szűk táborba (www.kronika.bereg.net.ua).

Az 1997-ben alakult *BeregInfó* hetilapnak a megjelenését is folyamatosan a pénzhiány árnyékolta be, de az utolsó pillanatban létrejött bázisán az első kárpátaljai magyar hírszolgáltató portál, a *KárpátInfó* (www.karpatinfo.net). Ez az információs kapu máig egyedülálló a régióban, mert magyar nyelven publikálja a híreket a 2002-es kezdés óta. A *KárpátInfó* is tervbe vette egy elektronikus könyvtár létrehozását, amelyben a kárpátaljai vonatkozású könyvek digitalizálása zajlana, az anyagiakban korántsem bővelkedő hírportál emellett pedig egy e-könyvesboltot is nyitna.

A *Kárpátinfó* jelenleg a legnagyobb látogatottságú s a legtöbb információval rendelkező kárpátaljai portálrendszer a maga 900-1200 egyedi kattintásával. Mivel a weblapot az alacsony internetpenetráció miatt kevesen látogatják Kárpátaljáról, ezért az idetévedők zömét a Magyarországról és a többi EU-országból származó szörfözők jelentik.

Az internet terén a Felvidék és a Délvidék jobban áll Kárpátaljánál, ám az ottani helyzet is nagy némi kívánnivalót maga után, annak ellenére, hogy a térségek vezető sajtóorgánumai komoly honlapokkal rendelkeznek.

Szlovákiában gyorsan fejlődik az internet, viszont az emberek még csak most jutottak el odáig, hogy hasznos tartalmakat böngésszenek otthonról.²²

A Vajdaságban és a Felföldön igazából egy-egy naprakész magyar online hírlap létezik, a két éve alakult *Vajdaság Ma* (www.vajdasagma.info) és a *Felvidék Ma* (www.felvidek.ma). Az *Erdély Mával* való névrokonság nem véletlen, mert az erdélyi mintát szem előtt tartva kezdtek a tartalom megtervezéséhez, bár azzal nem alkotnak lapcsoportot.

A naponta 4000 látogatót vonzó *Felvidék Ma* azért életképes, mert a szlovákiai magyar közösségben nem alakult ki egészséges plurális médiarendszer – vélik a honlapot üzemeltető Szövetség a Közös Célokért (www.szakc.sk) munkatársai. Mgr. Óry Péter, a felvidéki Magyar Ifjúsági Közösség alapítója szerint a szlovákiai magyarság részére az *Új Szó* című napilap jelenti az egyetlen nyomtatott, naponta megjelenő közösségi hírforrást, vagyis hiányzik a

többoldalú hírközlés:

„A gyakorlatban annak lehetünk tanúi, hogy csupán a napilapban megjelenő hírek kerülnek a köztudatba. Tény viszont, hogy az Új Szó példányszáma az elmúlt 15 évben több mint 60 százalékkal visszaesett.”

Sebestyén Imre, a *Vajdaság* Ma szerkesztője sem érti, hogy ennyi idő után még mindig ők uralják a vajdasági internetes lappiacot, már ha beszélhetünk egyáltalán ilyenről:

„A Vajdaságban a hetilapok és a napilapok internetes kiadásai ugyanazt nyújtják, amit a papíron is, a rádióknak és a tévéknek pedig nincs rendszeresen frissített internetes oldaluk, csak amolyan bemutatkozó szájtyjuk”

- ami másutt is jellemző a határokon túl. A *Vajdaság* Mával egyedül a még „fejlődési” stádiumban lévő *Vajdaság* Portál(www.vajdasagportal.com) veszi fel a versenyt.

A délszláv háború után kezdték újraszervezni a délvidéki médiát, ami rányomta bélyegét az online tartalomfejlesztésre is. A szerbiai magyarság egyetlen napilapja, a *Magyar Szó*(www.magyar-szo.co.yu), valamint a horvátországi *Új Magyar Képes Újság*(www.hhrf.org/umku), a felvidéki *Új Szóval* (www.ujso.com) egyetemben gondozott honlappal rendelkezik, viszont e hajdani országrészekben is több lap internetes verziója befagyott. Ellenben olyan, tematikus sajtóorgánumok is feltették magukat a hálóra, mint a *Katedra* című pedagógiai havilap (www.katedra.sk), a rimaszombati Gömör-Kishonti Múzeum Egyesület által kiadott *Gömörország* című folyóirat (www.gomorország.sk) vagy a délvidéki magyarság közéleti folyóirata, az *Aracs* (www.aracs.org.yu).

Az első számú szlovéniai internetes magyar hang, a *Lendvai Népújság* régóta befagyott honlapját néhány hónapja sikerült lecserélni a sokkal korszerűbb www.nepujzag.net-re, ám azóta újból nincs életjel a kezdőlapon. Még szerencse, hogy közben felköltözött az internetre a szintén lendvai Magyar Nemzetiségi Művelődési Intézet is, amelynek honlapján (www.mnmi-zkmn.si) ugyancsak működik hírfolyam.

Burgenlandban, a Várvidéken mindössze a www.langos.at -n működik egy magyarul és németül futó kezdeményezés, amely 2006-ban indult el újból a hosszú vegetálás után. A *Lángost* (*Language Open Site*-ot), a várvidéki magyarok kétnyelvű internetújságját a Burgenlandi Magyar Kultúregyesület karolta fel, az IHM adatbankfejlesztő támogatása keretében.

3.4. Külhoni magyar szakportálok

3.4.1. A „kulturális web”

A világhálón fellelhető kulturális tartalom azért is fontos, mert a határon túli nyomtatott sajtóban már jó ideje háttérbe szorult a szépirodalom. Példa erre a nagyváradi *Bihari Napló* esete, amely osztrák tulajdonba való kerülésének és az ésszerűtlen leépítésnek a következtében még 2001-ben kivégezte anyanyelvű és kultúra rovatát, a Szó-Kép-Hang-Színt. Ennek ellenére több kulturális folyóirat és egyesület is felköltözött a világhálóra, köztük a *Korunk* (korunk.org), a *Pozsonyi Casino* polgári társulás (www.pozsonyicasino.szm.sk), az aradi *Irodalmi Jelen* (ij.nyugatijelen.com), a tengerentúlról szerkesztett *Kaláka* (www.kalaka.com) vagy a *Várad* folyóirat (www.varad.ro). Egyfajta szenzáció volt a határon túli online médiagalaxisban, amikor a puritán megjelenésű, *Művelődés* című folyóirat is elindította a tetszetős www.muvelodes.ro-t. Két éve az újjászületett *A Hét* is rendelkezik internetes elérhetőséggel (www.ahet.ro), de a legfrissebb erdélyi netes kulturális termék azóta a *Látó* című szépirodalmi folyóirat portálja, a www.lato.ro, valamint a www.helikon.ro Kolozsvárról.

A vajdasági *Symposion* közéleti kultúrmonitor (www.symposion.org.yu) is feltámadt, Kárpátaljáról pedig immár a *Pánsíp* (www.hhrf.org/ungparty/pansip) is elérhető a hálóról, pontosabban már csak onnan: olyan online irodalmi újsággá vált, mint a zentai *zEtna* (www.zetna.org.yu).

Ha már az online irodalmi lapoknál tartunk, akkor egy külön típusról, az irodalmi netkávézókról is szót kell ejteni. 2000-ben alakult az *Ungparty Netcafé* (www.hhrf.org/ungparty), Balla D. Károly József Attila-díjas kárpátaljai költő „virtuáléja”. Hogy mi az a virtuálé? Balla D. a következőképp fogalmaz:

„Valamiféle multifunkcionális virtuális helyszínt értek rajta, amely egyesíti a könyvtár, a konferenciaközpont, az irodalmi szalon, a kabaré (mint szórakozóhely) és természetesen a kávéház kínálta lehetőségeket, ide értve a friss hírlapokat csinos fogantyús fakeretben. Illetve nem is maga a helyszín a virtuálé, hanem inkább az itt »szövegek formájában« zajló események, akciók összessége [...], virtuális értelmiségi létforma.”

Az első látszatra kissé zsúfoltnak tűnő honlap helyt adott már internetes könyvbemutatónak, konferenciának, és a házigazda már virtuális irodalmi szalont is rendezett rajta.

A másik kiberkulturális találkahelyet Stockholmból szerkesztik. Ez a Gergely Tamás által gondozott cafe.transycan.netonline műhely, amelyen a könyvbemutató túl már 24 órás performance-ot is rendeztek.

A magyar irodalom éteri környezetbe való helyezésében fontos szerepet játszik a Magyar Elektronikus Könyvtár (MEK), amely az elszakított magyarság digitális kiadványainak eddigi legfontosabb gyűjteménye. A MEK egyik fejlesztése, hogy határon túli tükrözéseket kezdett kialakítani. Így a környező országok adott esetben alacsonyabb kapacitású internetfelhasználói könnyebben tölthetik le a digitalizált könyveket. A tükrözésben részt vevők abban is segítenek, hogy az elektronikus könyvtár állományába a határon túli magyar kiadványok is bekerüljenek. Az Erdélyi Magyar Műszaki Tudományos Társaság (www.emt.ro) segítségével üzemeltetett kolozsvári szerver

működteti a www.mek.ro-t, a felvidéki Somorjáról pedig már lehívható a www.mek.sk is.

A határon túli magyar kulturális örökség megismertetésében a felsoroltakon kívül még segít a Világhírnév (www.vilaghirnev.net) „VILÁGHÁLÓS (H)IRODALMI NÉVSOROLVASÓ”, a [színház.hu](http://szinhaz.hu), amely elindította a Kárpát-medencében működő színházak és társulatok portáljainak gyűjtőlapját, a manapság kissé érvényét veszített karpatok.szhaz.hu-t, az Erdélyi Terasz (erte.freeblog.hu), valamint a romániai magyar költészet önálló oldala, az irodalom.elender.hu/erdely.

3.4.2. A külhoni zöldháló

A trianoni békediktátum utáni területvesztést követően Magyarország elvesztette turisztikai látványosságainak zömét. Mostanra úgy tűnik, hogy az anyaországi magyarok kezdik felfedezni az elcsatolt vidékek vonzerejét, amiből adódóan számos, a határon túli magyar területekről gondozott turisztikai honlap látott napvilágot. Erdélyben óriási robbanás tart még ma is e tematikus oldalak körében. Folyamatosan nő az egymással versenyző szállásajánló lapok száma, illetve a vendéglátóegységek is beleszólnak a versenybe. Ezzel párhuzamosan a profitszerzést mellőző természetvédelmi portálok is megjelentek régiószerte.

A nagyváradi származású Szűcs Tamás által jegyzett *Erdély Honlapja* (www.poli.hu/erdely) volt talán az első, amely megpróbálta úgy bemutatni Erdélyországot, hogy Romániáról ne csak negatívumok jussanak eszükbe a nagyvilágból visszalátogató magyaroknak és külföldieknek. A szállásajánlót is tartalmazó lap szerves részét képezi Kalotaszeg honoldala is (www.poli.hu/erdely/kalotaszeg), amely a térség összes településének bemutatásán túl hasznos információkkal szolgál az ottani éghajlatot, növényvilágot és faunát illetően is. Ha ez sem elég az Erdélybe vágyóknak, ellátogathatnak a Kolozsvári Amatőr Barlangászok által igényesen szerkesztett www.csacluj.ro-ra, a www.karpatkoszoru.ro-ra vagy a www.rejtekhely.rogeocaching lapra is, amelyek az erdélyi outdoor tevékenységek támogatását tűzték ki célul.

Az erdélyi turizmus és természetvédelem terén elvülhetetlen érdemeket szerzett a több mint százéves Erdélyi Kárpát Egyesület (EKE). Tagjai a barlangászaton kívül gyalogtúrázással és kerékpáros turizmussal is foglalkoznak. Erdély szépségeit az ő tanácsaikkal is célszerű felfedezni, tekintve azt, hogy bővülőben van a kiterjedt tagszervezetek honlaphálózata, amelyhez eddig a következő lapok csatlakoztak: www.erdelyikarpategyesulet.ro, www.biharieke.go.ro, www.eke.ro, www.ekemvh.ro, www.ekeban.home.ro. E gazdag honlapokon az olvasó betekinthez az EKE-képcsarnokba is, ahol többek között Erdély különböző magashegyeiről készült felvételek gyönyörködtetik a szemet.

Emblematikus ökológiai lappá nőtte ki magát a ciános aranybányászattal fenyegetett Verespatak megmentéséért indított www.rosiamontana.org és a www.rosiamontana.ro is, illetve a Zöld Erdély Egyesület által kezdeményezett első határon túli magyar zöld információs portál, a www.greentransylvania.ro. A 2005 szeptemberében életre hívott portáloldal sajátossága, hogy románul és angolul is szemlézi a környezetvédelmi információkat.

Kárpátalja látnivalóinak bemutatását a *KárpátInfó* vállalta fel. A www.karpataljaturizmus.net -en külön aloldalt szenteltek a térség turisztikai látnivalóinak bemutatására.

Az EKE mintájára a Felvidéken és a Délvidéken is számos cserkészszövetség indított ökológiával és turizmussal foglalkozó honlapot. A Szlovákiai Magyar Cserkészszövetség (www.szmcs.sk), a Vajdasági Magyar Cserkészszövetség (www.vmcssz.org.yu) és a kassai II. Rákóczi Ferenc cserkészcsapat (www.kassaicserkesz.sk) lapjai hasznos tanácsokkal láthatják el a Délvidékre és a Felföldre kirándulókat.

3.5. A nyugati magyar diaszpóra online médiumai

Hárommillió magyar él a Kárpát-medencén kívül hárommillió különböző okból. Csak Nyugat-Európában negyedmillióra, az Egyesült Államokban pedig másfél millióra teszik számukat a hivatalos források. A Dél-Amerikában élő magyarok száma – helyi becslés szerint – közelít a százezerhez. További magyar kolóniák léteznek még Ausztráliában, Új-Zélandon, Argentínában és számos más országban. A magyar diaszpóra világhálón való átfogására több internetes portál is alakult. Külhoni civil szervezetek, egyházi közösségek, személyes honlapok és persze a külföldi magyar sajtóorgánumok netes verziói alkotják a Kárpát-medencén kívüli magyar internet gerincét.

Sok millió olyan született magyar él a világban szétszórva, aki mindenáron magyar akar maradni. A *MagyarOnline.net* (MON) is az olyan kezdeményezéseket hivatott fölkarolni, mint például a Bosznia-hercegovinai Magyar Polgári Egyesület vagy a Kazahsztáni Magyarok Kulturális Szövetsége, amely naponta küzd az életben maradásért nyilvánosság és elegendő támogatás hiányában. Az Ausztráliai Magyar Közösség (www.ozhun.net) vagy a Cseh- és Morvaországi Magyarok Szövetsége (www.csmmsz.org) is példái a mintegy ezer hagyományörző kezdeményezésnek. Az ilyen vállalkozások összefogására alakult a MON, amelynek fiókszerkesztőségei Bostonban, Buenos Airesben, Berlinben, Majna-Frankfurtban, Montrealban, New Yorkban, Seattle-ben, Linzben és Los Angelesben működnek. Már évek óta aktív internetes jelenléttel bír az Amerikai Magyar Érdekszövetség, a Hungarian Lobby (HL – hungaria.org/lists/lobby). A Lipták Béla professzor vezette „akcióegység” azt tűzte ki célul, hogy együttes fellépéssel és a kiküldött akciólevelekkel hívja fel a világ közvéleményének figyelmét a magyar gondokra, éppen ezért magát amolyan hangerősítőnek tekinti. (A Fehér Házban például minden olyan kérdést jelentenek az amerikai elnöknek, amellyel kapcsolatban ezernél több levél érkezik.²³)

Európa-szerte is kihívás összefogni a magyarokat. Olajos Péter MDF-es európai néppárti képviselő, a www.brusszelimagyarok.com alapítója is tudja, milyen nehéz akár egy maroknyi magyart is mozgósítani egy adott cél érdekében. Ez mégis sikerült nekik. Hogy Magyarország és a magyarság miként fog profitálni az uniós

csatlakozásból, az épp azon múlik, mennyire vagyunk képesek együttműködni, magunkat megszervezni Nyugaton is:

„Elég sokat járok és dolgozom az Európai Parlamentben, és minden egyes alkalommal, amikor valamelyik külföldi kollégának mesélek a honlapról, ámulattal és elismeréssel beszélnek róla. Egyetlen más nemzetnek sincs hasonló internetes lapja, pedig mindannyian elmondják, mekkora szükség volna rá. Meggyőződésünk szerint egyre fontosabbá válik az, hogy Brüsszelben, a döntéshozatal egyik meghatározó színhelyén minden lehetséges fórumon, minél szervezettebb módon hallassuk a hangunkat.”

A fent említett lapokon kívül több száz honoldal mutatja a magyarok Kárpát-medencén kívüli jelenlétét. De ez még mindig nem elégséges. Minden honfitársaink által lakott ország magyar egyesületének kellene, hogy legyen egy jól működő honlapja. Ez az internetes oldal összekötőpontként szerepelne, és a külföldön élő magyarok információs forrásaként működhetne. Így lehetne még több információcsere, valamint egymás közti együttműködés, ahol a határ még kevésbé volna fontos, és még kevésbé játszana ekkora szerepet, mint ma.

4. A Magyar Emberi Jogok Alapítvány és a Startlap szerepe a határon túli magyar online médiumok tartalomfejlesztésében

A Kárpát-medence internetes és nyomtatott sajtójának történetében óriási szerepe van a Magyar Emberi Jogok Alapítványnak (Hungarian Human Rights Foundation, HHRF). Ez az amerikai székhelyű szervezet több tucat magyar nyelvű újságnak és határon túli civil szervezetnek biztosít még ma is tárhelyet a világhálón, sőt sok esetben el is készíti az illető portálokat. Az *Erdélyi Napló* című hetilap vagy a *Kárpáti Igaz Szó* is a HHRF jóvoltából van fent a hálón, sőt ha az ember betéved a megújult hhrf.org honlapra, láthatja, hogy a HTMH vagy akár a kolozsmonostori Schola Gregoriana Monostorinensis énekkar webes elérhetősége is ott szerepel a szervezet által segítettek listáján. Külhoni magyar viszonylatban megállapítható, hogy a HHRF 1997 óta még mindig az egyik legnagyobb magyar webes tartalomszolgáltató.

A magyarországi *Startlap* superportál is önkéntelenül szerepet játszik a határon túli online médiumok hathatós kommunikációjában. A website ugyanis lehetőséget nyújt magánszemélyeknek arra, hogy tematikus gyűjtőportálokat készítsenek. A határon túli startlapos oldalakat (ilyen az erdely.lap.hu, a bihar.lap.hu, a haromszek.lap.hu, a besztercebanya.lap.hu stb.) ezért az anyaországból és a külföldről is szerkeszthetik. A lap.hu oldalak vitathatatlan előnye, hogy a legnagyobb keresőmotor is hamarabb bukkan rájuk az interneten, mint akármelyik más határon túli magyar tematikus lapra.²⁴

5. Zárszó

Tanulmányom zárásaként hadd idézzek az első határon túli online médiumok születése mellett bábáskodó HHRF „Magyar nyelvű internetes tartalmak fejlesztése” című pályázatából:

„Meggyőződésünk, hogy az internet-fejlesztésnek közösséget erősítő belső hatása van. Jó azért is, mert a megbízható tájékoztatás folyamatos szolgáltatása kifelé elősegíti a kisebbségi magyar közösségek nemzetközi érdekképviselését (a szelíd és ártatlan, ugyanakkor a nemzetközi porondon használható legerősebb fegyver, az információ szabad áramlása útján). A továbbiakban pedig hozzásegíthet a pozitív nemzetkép formálásához, kifelé és befelé egyaránt.”

Irodalom

Újságcikkek, interjúk, előadások

Antal Andrea & Farkas András & Józsa Péter & dr. Szabó Iván & Sallay Teréz & Varga Zoltán, szerk. (2006) *Határon túli magyarok informatikai kézikönyve*. Budapest: IHM.

Balázs D. Attila (2001) A magyar internetes újságok története. *Záróvizsga-dolgozat*. Nagyvárad: Ady Endre Sajtókollégium.

Balázs D. Attila (2002) Az erdélyi magyar internetes újságok története. *Előadás a Budapesti Kommunikációs Főiskola (BKF) Tudományos Diákköri Konferenciáján (TDK)*.

Balázs D. Attila (2003) Internetezési szokások határon innen és túl. *Főiskolai dolgozat (BKF)*.

Balázs D. Attila (2005) Magyar netélet határon innen és túl, Kolozsvár. In *Művelődés folyóirat*, Könyvesház melléklet.

Balázs D. Attila (2005) .ro. *Tanulmány a Sanoma Budapest internetes divíziója számára*.

Balázs D. Attila: Magyar teleház a Krímben. *Magyar Nemzet*, 2006. március 3.

Balázs D. Attila: Autonóm domaint kapott Katalónia. *Erdélyi Napló*, Kolozsvár, 2006. január 31.

Balázs Géza & Bódi Zoltán (2005) *Az internetkorszak kommunikációja*. Budapest: Gondolat INFONIA, 41–42.

Hámos László (2000) Magyarok az Interneten: Jó ez nekünk? – előadás. *Magyarország a médiában – magyar médiastratégia, Magyarország 2000 – szakmai tanácskozás*. Budapest: Custos Kiadó.

Magyar Emberi Jogok Alapítvány (HHRF) *Egy Átfogó Magyar Kisebbségi Információs Központ Továbbfejlesztése. Magyar nyelvű internetes tartalmak fejlesztése pályázat SZT-IS-7.* Budapest, 2001. december.

Mgr. Óry Péter (2006) *Felvidék.Ma Az első felvidéki közszolgálati hírportál - dolgozat.* Pozsony.

Szoboszlai István (2005) *Magyar nyelvű internet Ukrajnában - előadás. Internet és a határon túli magyarság konferencia.*

Online források

Gáll Zoltán, Tamás Ervin: CIVIL KURÁZSI Alig nőtt az otthon internetezőők száma, *Transindex*, 2004. december 9.

<http://labor.transindex.ro/?cikk=2876>, 2004. december 12.

Gergely Tamás interjúorozata: INTERNETCSINÁLÓK, *internetERDÉLY*,
<http://www.transycan.net/trans/interc00.shtml>.

Komócsi Péter: Magyar internet portálok összehasonlítása, Multimédia a gazdasági életben c. tárgy hallgatói előadásának anyaga, (BKE), 1999. október, <http://komocsip.freeweb.hu/portals.html>.

Lábjegyzetek

1

www.szt.hu/archiv.php?id=20400, 2002. év 46. szám.

2

<http://katalogus.transindex.ro>, 2006 júniusától a <http://netkatalogus.adatbank.transindex.ro> címen

3

Az EMIT Egyesület születési nyilatkozata. <http://etech.transindex.ro/?cikk=663>, 2002. március 3.

4

Az első határon túli netes tartalomfejlesztő találkozó tanulságai. Soós Róbert előadása a HTMH-ban.
<http://media.transindex.ro/?cikk=3185>.

5

Áttörés? Romániában tárgyal Kovács Kálmán informatikai miniszter <http://etech.transindex.ro/?cikk=1546>,
2003. május 8.

6

Közben megszűnt a szaktárca, ezért az IHM helyett 2007-ben a Szülőföld Alap, pontosabban egy azon belül létrejövő informatikai kollégium venné át a támogató szerepét.

7

eMagyar portál. Nagyváradai célok. <http://www.emagyar.net/index.php?p=article&id=14>

8

On-osok off premierje. Az első határon túli netes tartalomfejlesztő találkozó tanulságai.
<http://media.transindex.ro/?cikk=3185>, 2005. április 25.

9

Határon túli tartalomszolgáltatók találkozója Budapesten 2005. április 25. www.karpatinfo.org.ua.

10

Balázs D. Attila: Magyar teleház a Krímben. *Magyar Nemzet*, 2006. március 3.

11

Novák Lajos, Kelemen Attila: Talpra emagyar, hí az ehaza! Evilági kihívásra e-válasz?
<http://etech.transindex.ro>, 2006. március 22.

12

A portál látogatottságát mérő <http://www.emagyar.net/stats/> oldal jelen írás aktualizálásakor nem működött.

13

Erdélyi Napló, Kolozsvár, 2006. január 31.

14

A határon túli magyarok száma országok szerint, a hivatalos helyi népszámlálási adatok alapján, kerekítve a következő:

- romániai magyarok: 1 440 000 fő,
- szlovákiai magyarok: 520 500 fő,
- vajdasági magyarok (Szerbia és Montenegró): 293 000 fő,
- kárpátaljai magyarok (Ukrajna): 170 000 fő,
- ausztriai magyarok: 70 000 fő,
- horvátországi magyarok: 16 500 fő,
- szlovéniai magyarok: 10 000 fő.

Bizonyos mértékadó becslések ennél általában 15-20 százalékkal több magyarral számolnak, lásd Wikipedia.org.

15

Júniustól a Netkatalógus a Transindex Adatbankjába integrálódott, és a letisztult verzió immár a <http://netkatalogus.adatbank.transindex.ro> linkről érhető el. A korábbi „Magyarok a világban” doboz tartalma pedig a <http://linktar.adatbank.transindex.ro> címen lesz böngészhető.

16

Lásd: www.internetworldstats.com.

17

Erdélyben az elsők. Interjú Simon Attilával. <http://eloerdely.org> 2001. július.

18

<http://rolunk.transindex.ro>

19

A Transfórum mintájára az *Erdély Mán* is megjelent egy hasonló fórumszoba, amelyben erdélyi közszereplőket lehet faggatni.

20

A *Transindex* közéleti blogjainak megjelenése előtt a marosvásárhelyi www.muzsa.net már 2004-ben elindította irodalmi blogkezdeményezését. Az illető lap időközben befagyott.

21

<http://netkatalogus.adatbank.transindex.ro/?#nyilvanossag>.

22

Szülőföldünk - Határok nélkül. http://www.radio.hu/index.php?cikk_id=159967. 2005. november 16.

23

Lásd: Balázs D. Attila: Beszélgetés Lipták Bélával. <http://politika.transindex.ro/?cikk=109> , 2001. augusztus 24.

24

A <http://nagyvarad.lap.hu> Rokonlapok dobozában az összes határon túli magyar vonatkozású startlapos oldal fellelhető.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

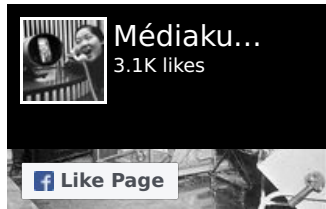
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)



- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2006 tél

Térkép

[Zsigó Frank Thomas:](#)

A média szerepe a kanadai nemzeti tudat formálásában és a demokratikus lét erősítésében

Kanada legnagyobb érdekessége az, hogy az Amerikai Egyesült Államok közelsége és dominanciája, valamint a mély etnikai törésvonalak ellenére még egyáltalán létezik. Az ország nem rendelkezik egységesen elfogadott eredetmítossszal vagy egységesítő jelkép- és kulturális rendszerrel. Az se mondható el, hogy lenne az országban olyan nyilvános szféra, amelyben a kanadai állampolgároknak lehetőségük volna megvitatni közös problémáikat és hangoztatni sajátosságaikat. E közös és összetartó elemek kiépítésének reményét az 1930-as évek óta a tömegkommunikációhoz kötötték. E kihívás tükrében érthető csak meg a kanadai médiapolitika olyan dilemmái, mint például az állami vagy a magán-szerepvállalás, a liberális vagy a protekcionista szabályozás, illetve a(z) angol, a francia, az őslakos és a bevándorlói) kulturális közösségek közötti egyensúlyozás. Az alábbiakban e kérdésekre fókuszálva vázolom fel a kanadai médiahelyzetet. Először bemutatom azokat a környezeti tényezőket, amelyek sajátossá teszik a kanadai médiakonstellációt. Néhány bevezető gondolat után - amelyben összekötöm az identitás és a nemzetépítés által jelentett kihívását a média szereplésével - leírom a kanadai médiapiac fő szereplőit és azok kulcsproblémáit. Ezután ismertetem az erősen aktivista és protekcionista kanadai médiapolitika alapelveit és hatásait. Végül a kanadai média közéletre és politikai kultúrára gyakorolt hatását járom körül.

1. A környezeti tényezők

A kanadai médiapolitika sajátosságai az ország különleges környezeti tényezőire vezethetők vissza. A kanadai társadalom földrajzilag, történelmileg, kulturálisan és politikailag egyaránt egyedi helyzetben van. E jellemzők valamennyien folyamatosan hatnak a kanadai média intézményeire, formálódására, folyamataira. Ezért nehéz közvetlenül összehasonlítani az országot - és annak médiáját - az európai országokkal vagy akár az Amerikai Egyesült Államokkal. A legtöbb környezeti tényező befolyásolja azt a kísérletet, amely egységesítő kultúrát és identitást próbál kialakítani az országhatárokon belül. A kanadai médiapolitika csak ebben a kontextusban értelmezhető.

A legfontosabb környezeti tényezők a következők: Kanada területe körülbelül 9,9 millió négyzetkilométer; ez valamelyest több, mint az Egyesült Államoké (9,6 millió négyzetkilométer) és több mint kétszerese az Európai Unió területének (3,9 millió négyzetkilométer). Földrajzilag az ország sokféle tájat foglal magában, köztük tengerparti vidékeket, hegységeket, pusztákat és alföldeket, valamint az északi tundrát. Mindeközben Kanada lakossága a 2001-es népszámlálás szerint alig haladja meg a 30 millió főt. Így a népsűrűség csupán 3,5 fő/km² (miközben az Egyesült Államokban 31 fő/km², az Európai Unióban 116 fő/km²). Egyértelmű, hogy a kanadai közösség és identitás kialakítása, az egyszerű polgárok közötti kommunikáció nagymértékben támaszkodik a 20. század tömegkommunikációs eszközeire (a rádióra, a televízióra, az internetre).

A média szempontjából különlegesen érdekes tényező, hogy a kanadai lakosság 90 százaléka kevesebb, mint 200 kilométerre lakik az Egyesült Államokkal közös déli határtól. Ennek köszönhetően a kanadai lakosság nagy része hozzáfér az amerikai földi sugárzású csatornákhöz, különösen a műholdas műsorsugárzás megjelenése óta.¹

A kanadai politika és társadalom talán legfontosabb törésvonala az angol-francia. E törésvonal kialakulásának kezdetei a kontinens északi részének gyarmatosításához, betelepítéséhez vezetnek vissza. Az angol gyarmatosítók és a legyőzött francia területek telepesei tekinthetők az ország két alapító nemzetének. Az ország alapítása (1867) óta a közélet egyik legnagyobb kihívása e két nagy etnikum hatalmi viszonyának kezelése. Az ország lakosságának mintegy 25 százaléka francia anyanyelvű, e populáció nagy része Québec tartományban lakik (ahol a lakosság 11 százaléka angol anyanyelvű).

Ugyanakkor Kanada multikulturális társadalomnak tekinthető. A 20. század bevándorlási tendenciái és politikái oda vezettek, hogy az ország területén a két hivatalos nyelv (az angol és a francia) mellett több tucat nyelv van

használatban. Őt és fél millió kanadainak se az angol, se a francia nem az anyanyelve. Közöttük számottevő a kínai, az olasz és a német anyanyelvű. Tizennégy olyan etnikai csoport van, amely több mint félmillió főből áll.

Az Egyesült Államok hatása a globalizálódó világban jól dokumentált, nehéz volna alábecsülni az USA északi szomszédjára gyakorolt hatását is. Közös határuk több mint ötezer kilométer hosszú. Az USA lakossága (és médiapiaca) majdnem tízszerese a kanadainak. Egy volt kanadai miniszterelnök a két ország viszonyát úgy jellemezte, hogy az olyan, mint amikor egy egér megosztja az ágát egy elefánttal.

A két ország közötti viszony partnerinek mondható. Kanada az Egyesült Államok legnagyobb kereskedelmi partnere. A kanadai export 85 százaléka az USA-ba irányul, és importjának 59 százaléka onnan ered. Mindkét ország alapító tagja a NATO-nak. A két ország Mexikóval együtt 1994 óta alkotja az Észak-amerikai Szabad Kereskedelmi Társulást (NAFTA), amely bővítése az azt megelőző, 1989-es Kanada-USA szabad kereskedelmi egyezménynek.

A kanadai identitást – az ország minden komplex törésvonala ellenére – erősen befolyásolja az Egyesült Államok. Ez különösen érvényes Kanada angolszász lakosságára, amelynek nyelve azonos az amerikaiakéval. Ilyenformán az Egyesült Államok újságjai, magazinjai, rádiói, televíziói és honlapjai könnyen érik el a kanadai piacot. E jelenségnek vannak egyértelmű előnyei is, de a kanadaiak gyakran fájtalják az amerikai kulturális befolyás gigantikus mivoltát. Könnyen elképzelhető Kanada úgy is, mint az Egyesült Államok kulturális gyarmata (Brady, 1987). E kontextusban érthető meg az úgynevezett negatív kanadai identitás, amely arra helyezi a hangsúlyt, hogy Kanada (és társadalma) miben különbözik az USA-tól (és társadalmától), ahelyett hogy mi is a *kanadai*. Ennek köszönhető a kanadaiak hangsúlyozott kétnyelvűsége, multikulturalizmusa, szociális érzékenysége, állami szociális hálója stb. Ugyanakkor a Québec és az USA közötti markánsabb nyelvi és kulturális különbségek egy másfajta québeci nacionalizmust és identitást is eredményeznek.

A kanadai állam szövetségi berendezkedésű, ám a kanadai föderalizmus kimondottan laza. A központi és a tartományi kormányok közötti hatalommegosztás az utóbbiaknak kedvez. Ilyenformán egyebek mellett az oktatáspolitikai, az egészségügyi ellátás, a környezetvédelem és a közlekedés kérdéseiben az ottawai (szövetségi) kormány és a tartományi kormányok hatalommegosztás alapján működnek együtt, miközben az adóbevételek túlnyomó többségét a tartományok kezelik. Kevés politikai kérdéstről dönt kizárólag a szövetségi kormány, de – többéves bírósági gyakorlat eredményeképpen – ezek közé tartozik a műsorsugárzás és a távközlés szabályozása.

2. A kanadai média általános helyzetéről

Összegezve azt mondhatjuk, hogy a kanadai sajtóosságok olyan környezetet eredményeznek, amely egyedülálló médiakonstellációt tart fenn az országban. Az USA közelsége, a nyelvi és a regionális törésvonalak, valamint a bevándorlók magas száma ahhoz vezetnek, hogy a képlékeny kanadai identitás folyamatos teremtése, megőrzése és védelme nagyrészt a médiára hárul (Raboy & Taras, 2004). Érdekes módon az identitással való foglalkozás kezdete megegyezik a médiapolitika születésével: mindkettő nagyjából az 1930-as évekre tehető.

A kanadai identitás szorosan fűződik a kanadai nemzetépítés folyamatához. Ha a Benedict Anderson-féle nemzetdefiníciót vesszük alapul, akkor a kanadai médiapolitika és média fő kihívása az, hogy az állampolgárok gondolkodásában rögzítse a zárt és szuverén közösség eszméjét. Ilyenformán a kanadai médiafilozófiák között fontos megemlíteni a nacionalista-nemzetépítőt a liberális (vagyis a maximális sajtószabadságot és a szabadpiacot hirdető) és a szociálisan felelős nézetek mellett. A tömegkommunikációs eszközöket a nemzeti „lélek” olyan alkotóinak tekintik, amelyek erősen alátámasztják a kanadai politikai szuverenitás legitimációját. Fontos azt is megemlíteni, hogy amíg a francia-angol törésvonal kezelése egészen az 1970-es évekig egyfajta elitalkalmazkodással zajlott, az utóbbi 30 évben pedig a multikulturalizmus térnyerése populista-demokrata szemléletet hozott a médiaelemzésbe (Fletcher, 1998). Az első fázisban a média nemcsak a nemzeti érdekeknek és értékeknek volt alárendelve, de a nemzetépítési folyamatban az elitek hegemoniáját fenntartó eszköznek is lehetett tekinteni. Az újabb, multikulturális fázisban azonban a leggyakoribb szlogenek – a helyi demokrácia, a helyi szuverenitás, a decentralizáció – talán az eddigi szövetségi rendszer átgondolását is előrevetítik.

Miroslav Hroch és Benedict Anderson nemzetépítési elméletei nagy hangsúlyt fektetnek a nyelvhasználatra mint kommunikációs és közösségformáló eszközre. Ez Kanadában kétségt kívül igaz a két alapító közösségen belüli viszonyokra nézve. Ugyanakkor a kommunikációs képesség Kanadában jelentős technikai kihívás is volt. Kezdetben nehézséget jelentett az ország területének olyan kommunikációs rendszerekkel való kiépítése, amelyek valamennyi lakosnak hozzáférést nyújtottak a tömegkommunikációs eszközökhöz. Ha a kanadai nemzetet kommunikációs rendszerként értelmezzük, akkor a vállalkozás sikeresnek mondható (Young, 1981). Ugyanakkor e rendszer központosított jellege és a centrum fejlettebb információgyűjtési képessége lehetővé tette, hogy a szövetségi kormány diktálhassa és manipulálhassa az országos politikai diskurzus témáit és szókincsét (Young, 1981).

A régebbi és erősebb centralizációs tendenciák és az újabb decentralizációs és demokrata-populista irányzatok nem változtattak a kanadai média és társadalmi helyzetének fő sajátosságán, a két alapító közösség egymástól való távolságán. Az angol kanadai és a francia kanadai közösségek – ha egyáltalán rendelkeznek is saját egységesítő mítosszal – nem rendelkeznek közös egységesítő mítosszal (Fletcher, 1998). A média két, majdnem teljesen elkülönült térben működik, ahol két különböző nyelv, különböző mítosz és nyelvezet, s két különböző politikai kultúra érvényesül. Mindez egy olyan médiafogyasztói környezetben, amelyben a külföldi csatornák nézettsége könnyen felülmúlja a hazaiakét.

Bár nehezen képzelhető el egységes kanadai politikai tér vagy médiapiac (Fletcher, 1998), az ország mégis működőképes, és sikeresnek tartják. A következőkben azt vizsgálom, hogy a kanadai médiaintézmények és -politikák miként járultak/járulnak hozzá a kanadai nemzetépítéshez.

3. A főszereplők

A kanadai médiakonstelláció az ország összetett jellegének köszönhetően komplex. A rendszer magában foglalja az államilag finanszírozott közszolgálati média (a *CBC*) televíziócsatornáit és rádióállomásait, valamint a magánszféra üzleti vállalkozásait (a televíziózásban ilyen főleg a Bell Globemedia cég *CTV*-je és a CanWest cég *Global*-hálózata). A rendszer kisebb léptékben megtalálható Québec tartományban is, ahol a *CBC* (franciául *SRC*) csatornáit a magántulajdonban álló Quebecor vállalatcsoport és egyéb kisebb cégek mellett működtetik. További kulcsszereplő a Rogers Communications, amely egy multidimenziós médiacsoport, és kábelrendszereket, kábele és digitális adókat, rádiókat, mobiltelefonos hálózatot üzemeltet, valamint a Toronto Blue Jays baseballcsapatot birtokolja.

Ilyenformán a kanadai médiarendszer maréknyi nagy szereplő kezében van. Ugyanakkor fontos megemlíteni azokat a kisebb szereplőket is, amelyek a kanadai médiapiac fragmentált jellegére reagálnak. A digitális fejlesztések lehetővé tették, hogy többtucatnyi úgynevezett specialistaadó is működjön az országban (becslések szerint mintegy 200 ilyen van). Ma már külön adók célozzák az időseket, a gyerekeket, az őslakosokat, a homoszexuálisokat és bizonyos vallási közösségeket. Ezek tulajdonosai főként a fent említett szereplők (köztük a *CBC*). Külföldi adók is elérhetők, köztük a *BBC*, a *ATV5* és a fontosabb amerikai hálózatok.

A szövetségi állam által finanszírozott *CBC* mellett vannak tartományi szintű közhasznú oktatási és művelődési adók (például a *TV Ontario* és *Télé-Québec*). Egy szinttel lejjebb található a határozottan helyi-közösségi adók.

3.1. CBC: Canadian Broadcasting Corporation

A médiaszabályozás első szakaszában, az 1920-as és az 1930-as években a fő dilemmát a magán- vagy az állami tulajdonú földi sugárzás közti választás jelentette. Az akkori közhangulatot jól tükrözi az államosításpártiak szlogenje: „az állam vagy az Egyesült Államok!” (*the State or the United States!*). A döntéshozók az államosítás mellett határoztak, ami lehetővé tette, hogy a kanadai földi sugárzás a nemzeti-országos célokat és a közszolgálati szellemet szolgálja. 1932-ben alakult meg a *Canadian Radio Broadcasting Commission*, amely nemcsak a rádiózás állami szabályozójaként, de kanadai tartalmú műsorsugárzóként is működött. A *CRBC* 1936-ban alakult át a *Canadian Broadcasting Corporation* (*CBC*) és a *Société Radio-Canada* (*SRC*) közszolgálati rádióadó-hálózat létrehozásával.

A *CBC-SRC* a kezdetektől fogva a kanadai közszolgálati sávság fő megtestesítője volt.² És mint ahogy „az állam vagy az Egyesült Államok!” szlogenben is érezhető volt, a *CBC-SRC* feladata a kanadai szuverenitás védelme és a kanadai kulturális tér biztosítása volt. E feladatok mellett jelen volt a kanadai identitásformálás és az általános műveltségi szint emelése (vagyis a „magaskultúra” hirdetése az amerikai kultúrával szemben). Továbbá fontosak voltak azok az érvek, amelyek arra hivatkoztak, hogy csak egy állami közszolgálati médium képes betölteni azokat a hézagokat, amelyekről a piac nem gondoskodott. Ilyen volt például a nézők pozitív befolyásolása, a tájékozottabb nyilvánosság, a már említett nemzeti identitástudat erősítése, a kanadai témák és értékek érvényesítése, valamint a népoktatás. Ezek az érvek mindmáig alátámasztják a *CBC* létjogosultságát (Hoskins et al., 2001).

A *CBC* 1952-ben fogott televíziós műsorsugárzásba, de a kanadaiak már az azt megelőző években is televízióztak – nyilván amerikai adásokat nézve –, ami ugyancsak alátámasztotta a kulturális-nacionalista érvek érvényességét. Kezdetben a televíziós műsorsugárzás állami monopólium volt, de a *CBC* (amely egészen 1968-ig a fő médiaszabályozó szerepét is betöltötte az országban) már 1953-tól engedélyezte a *CBC*-jel magánsugárzóknak való továbbadását. Eddigre a *CBC* által sugárzott jel az ország területének a 99 százalékán volt elérhető, ami komoly technikai sikernek tekinthető (Attallah, 2000). 1958-tól engedélyezték a magánadások sugárzását.

A *CBC* és *SRC* rádióadásai a mai napig meghatározó és sikeresnek tekintett szereplői a kanadai rádiópiacnak. Az angol adások két csatornán érhetőek el, és főleg hírekből, közéleti műsorokból, zenéből, valamint művészeti és prózai előadásokból állnak. Elemzők szerint a *CBC*-Radio valóban olyan feladatokat lát el, amelyeket az üzleti szféra szereplői képtelenek lennének ellátni. Ilyenformán a *CBC*-Radio létjogosultságát kevesen kérdőjelezzik meg (Hoskins et al., 2001).

Más a helyzet a *CBC* televízióval. Bár a mai napig gyakran elhangzanak a fenti, a médiaszabályozás első évtizedeiből ismert érvek, az alacsony nézettség állandó legitimációs válságba sodorta a *CBC Televisiont*. A *CBC* televízió piaci részesedése angol nyelvterületeken csupán 9,6–9,8 százalék között van (Attallah, 2000). Meglepő módon az alacsony nézettség ellenére a *CBC* támogatottsága az angol nyelvű háztartásokban viszonylag magas: 65 százalékuk ért egyet azzal a kijelentéssel, hogy a *CBC* létezésére szükség van ahhoz, hogy a kanadai életstílus fennmaradjon (Hoskins et al., 2001). Paul Attallah ugyanakkor úgy írja le a *CBC*-t aktívan támogatók civil körét, mint erősen nacionalista és idős csoportot, amely eleve nem nagyon néz televíziót (Attallah, 2000).

Az egyik legfontosabb érv a *CBC* televízió támogatása mellett az, hogy leginkább ezt a csatornát lehet kötelezni kanadai tartalmú műsorok sugárzására. Valóban magasabb arányban található kanadai műsorok a *CBC*-n, mint a magán-televíziókon. Műsorai heti átlagban 81 százalékban kanadai tartalmúak (szemben a magánadóknak 50–60 százalékával, lásd Hoskins et al., 2001). Csakhogy az angol ajkú Kanadaiak több mint 70 százalékban amerikai műsorokat néznek (Attallah, 2000). Számukra gyanús a *CBC* nemzetet összetartó és ízlésformáló (kulturális-nacionalista) hivatása. Az erősödő konkurencia és verseny körülményei között (a műholdas és a digitális technológiának köszönhetően a hálózati adók mind Kanadában, mind az Egyesült Államokban azt tapasztalják, hogy erősen csökken piaci részesedésük) nem csoda, ha a népszerűtlen kanadai műsorok adásával a *CBC Television* küszködik azzal, hogy bizonyítsa mind a nyilvánosságnak, mind a kormánynak: megérdemli az állami támogatást. Ennek összege egyébként 2003–2004-ben a parlament által jóváhagyott 877 millió kanadai dollár volt. Emellett a *CBC* beszámolója szerint 322 milliós hirdetési bevételei voltak (*CBC*, 2005). OECD-viszonylatokban a *CBC* egy főre eső támogatása (2000-ben mintegy 25 kanadai dollár) közepesnek minősül (a 23 mért OECD-ország

között a 16. helyen állt, lásd Attallah, 2000).

Kanada angol nyelvű területein legitimációs válságban szenved a *CBC*. Québecben más a helyzet. Paul Attallah szerint a québeciek az első pillanattól felkarolták a québeci televíziót. Ez részben Québec különleges etnikai és politikai helyzetének köszönhető. A nyelvi átjárhatatlanságnak köszönhetően az amerikai műsorok nem élveznek olyan népszerűséget a tartományban, mint más kanadai területeken. A televízió indítása Kanadában nagyjából egybeesik a québeci úgynevezett *csendes forradalommal*, amelynek köszönhetően a québeci társadalom rövid évtizedek alatt behozta elmaradottságát, és amely modernebb, szekulárisabb társadalmat eredményezett. Ennek egyik velejárója a québeci etnikai nacionalizmus erősödése volt, amelyben fontos szerepet játszott a francia nyelvű televízió. A kommunikációs csatornák kiépítésével és kiterjesztésével lehetőség nyílt arra, hogy a québeciek népként lássák magukat, közös identitást formáljanak, hogy elfogadjassák azokat a jelképeket és mítoszokat, amelyek a mai napig összetartó kapcsolóként működnek. Adásalternatíváik nincsenek a kanadai franciáknak. Az amerikai műsorok az emlegetett nyelvi akadályok miatt népszerűtlenebbek, miközben az európai francia nyelvű műsorok nem szólítják meg közvetlenül Québec népét. Ennek is köszönhetően a québeci tartalmú műsorok nagy népszerűséget élveznek. Ráadásul Québecben a médiaszereplőket és az újságírókat az értelmiség részének tekintik, és gyakori az átjárás a média-, a jogi-akadémiai, a kulturális és a politikai szférák között. Ez szinte elképzelhetetlen angol Kanadában, ahol az újságírókat furcsa kívülállóknak tekintik (Attallah, 2000). Ilyenformán a média egyfajta rekrutációs bázisa a politikai életnek, amit a nevezetes szeparatista kormányzó, René Lévesque – aki politikai pályafutása kezdete előtt közéleti médiaszemélyiség volt – példája is bizonyít.

A *CBC* és *SRC* ritkán kísérletezik olyan koprodukciókkal, amelyeket mindkét nyelvterületen lehet sugározni, s ha igen, ezek általában sikertelen próbálkozások. Paul Attallah szerint Kanadában valójában két elkülönült és különálló nyilvánosság létezik. Ez a híradások komparatív elemzésében is tetten érhető. Miközben az *SRC* híradásai Québec-centrikusak és a kanadai szövetségi politikai eseményeket egyfajta külpolitikaként mutatják be, a *CBC* Québecet belügyként kezeli, de gyakran fókuszál Québec angol ajkú kisebbségére. További különbség, hogy Québecben az alkotmányozási kérdések élveznek előnyt a hírekben, miközben az angol nyelvű média inkább gazdasági közügyekkel van elfoglalva. A közszolgálati média két szárnya gyakran másképp értelmezi a szövetségi eseményeket is (Fletcher, 1998). Ilyenformán nehezen állíthatja a *CBC-SRC* magáról azt, hogy hozzájárul a kanadai összetartás és közös identitás formálásához. Ezt a megfigyelést az is alátámasztja, hogy az angol médiapiacra belül is erősen fragmentált a nézőtábor. Minden régióban más-más jellegűek a műsorok nézettségi indexei (Attallah, 2000).

Egy másik fontos eleme a *CBC* legitimációs válságának a mindenkori kormányhoz fűződő kapcsolata. Az utóbbi 50 év markáns politikai szakaszai mind jellemző konfliktusokat hoztak a kormány és a *CBC* között. Az 1960-as években a Pearson-kormány azzal vádolta a közszolgálati médiumot, hogy ellenlábasa a politikai elitnek. Pierre Trudeau kormányzásának legjellemzőbb konfliktusa a québeci szeparatistákkal volt. Trudeau nem a semlegességet és az objektivitást várta el az *SRC*-től, hanem a szövetségi argumentáció teljes szeparatistaellenes felkarolását. Ennek érdekében a miniszterelnök erős patronázsprecedenseket teremtett a *CBC* elnökének kinevezésében annak ellenére, hogy a *CBC-SRC*-t törvényi mandátuma olyan közszolgálati (és nem állami) médiumnak tekinti, amely független a kormánytól. A konfliktusok folytatódtak az 1980-as években, Brian Mulroney konzervatív kormánya alatt. Itt kevésbé az elfogultságról (vagy annak hiányáról) szóltak a viták, hanem a költségvetési megszorításokról. Jean Chrétien miniszterelnöksége alatt rendezték Québecben a második népszavazást a függetlenségről-szuverenitásról: ebben az időszakban Chrétien az *SRC*-ben látta québeci népszerűtlenségének okát (lásd Raboy & Taras, 2004; Attallah, 2000).

A kiéleződött versenyhelyzet és a legitimációs válságban szenvedő *CBC* alapelveinek megreformálása a médiakutatók és -kommentálók kedvelt témája. Egyesek a multikulturalizmus szolgálata érdekében a decentralizációt és a regionális műsorkészítésre való áttérést javasolják (Murray, 2001). Mások a kulturális és a demokratikus jogokra hivatkozva egy olyan *CBC*-t képzelnek el, amely kulturális tőkét és demokratikus jogokat biztosít (Murray, 2001). Az egységes nemzetépítés koncepciójának vonzereje már meggyengült, és helyette olyan javaslatokkal állnak elő, amelyek szerint a közszolgálati médianak a demokratikus civil kultúrát és a pluralista társadalmat kell támogatnia (Hoskins et al., 2001). Catherine Murray új legitimációs alapnak a piac „fölkötti” szereplést, az államtól való függetlenséget, a demokratikus jelleget, a relevanciát, a számonkérhetőséget és az elitista és bürokratikus jelleg elutasítását tartja (Murray, 2001).

3.2. A magánszféra

A nézettség nagy hányada a nem állami mediaszereplőké. A szabályozó hatóságok kevesebb kanadai tartalmat követelnek meg a magánszféra csatornáitól (50–60 százalékot), és ilyenformán ezeknek lehetőségük van több népszerűbb és jövedelmezőbb amerikai műsrot adni csúcsidőben is. A fő szereplők az előbb említett Bell Globemedia, CanWest, Quebecor és Rogers cégek melletti helyi adók hálózata. A tömegmédiában – akár a lapkiadásban – a tulajdon koncentrálódik e cégek kezében.

A műholdas sugárzás és a digitális fejlesztések lehetővé tették – főleg a főszereplők (köztük a *CBC*) – számára az úgynevezett specialistaadók (*speciality channels*) beindítását. A csatornák különböző stratégiákkal folyamatosan igyekeznek befolyásolni a szabályozó testületet (a CRTC-t, lásd alább) azért, hogy a profit maximalizálása érdekében változtathassanak engedélyük feltételein. Céljuk a minél több amerikai műsor sugárzása és a kijelölt adásformátum módosítása. A specialista adók nem hirdetési bevételekből, hanem kábel-előfizetési díjakból gazdálkodnak (Killingsworth, 2005).

Egy különös szereplő a specialistaadók között az *Aboriginal Peoples Television Network* (APTN: őslakó népek televíziós hálózata). Ez a szórvány és alig egységes kisebbség a multikulturalizmus térnyerése és a technológiai fejlesztések lendületét meglovagolva 1999-ben kezdte adását. Ezt az egyedülálló kisebbségi kulturális fórumot a

kanadai kábeltársaságoknak kötelező az alapsomagban kínálni a fogyasztóknak; a hálózat kábel-előfizetőként havi 15 cent díjból gazdálkodik. Ezek az előnyös feltételek komoly lobbisikernek tekinthetők, mint ahogy az is, hogy az óslakos népeknek nyújtott szolgáltatás bekerült az 1991-es Broadcasting Act szövegébe (Roth, 2000).

4. Médiapolitika: szabályozás és protekcionizmus

A kanadai médiapolitika visszavezethető az 1928-as Royal Commission on Radio Broadcasting (Királyi Rádiós Műsorsugárzási Bizottság vagy *Aird*-bizottság) tevékenységéhez. Ez volt az ország első kulturális vizsgálóbizottsága, és kiindulópontja volt a kanadai médiapolitikában máig tartó konzultációs folyamatnak. A bizottság lényegében az addig helyi magántulajdonnak tekintett rádiók államosítását javasolta. Ezáltal a rádiófónia nemcsak állami kézbe került, de igazi nemzeti üggyé is vált.

A kanadai médiapolitika viszonylagosan intervencióss jellegű. Az állami hatóságok nem a liberális, szabadpiaci felfogást követve viszonyulnak a médiához, hanem – a nemzeti identitás védelmében – aktívan befolyásolják azt. Az aktivista megközelítés Edwin R. Black szerint bizonyos feltételezéseken alapszik. Ezek a következők:

- a kormánynak fontos szerepe van a kanadai kultúra megvédésében;
- a kanadai közösséget (az állampolgárokat) rá kell venni arra,
- hogy kanadai műsorokat hallgassanak, illetve nézzenek;
- a média állami befolyásolása erősítheti a sajátos kanadai kultúrát;
- a sajátos kanadai kultúra a politikai szuverenitás előfeltétele;
- ilyenformán a sajátos kanadai kultúra az alapja a kanadai állam légyogosultságának (Black, 1968).

Az intervencionista szabályozás nem csupán reakció az USA kulturális dominanciájára. M. S. Shedd és munkatársai négy fő indokot látnak a kanadai médiapolitika mögött. Az első az, hogy a védett és szabályozott médiapiac kanadai munkahelyeket teremthet. A második az, hogy a kanadai média más országokéhoz képest kezdetleges vagy fejletlen iparágna tekinthető; a védett piac lehetőséget ad a kanadai szereplőknek arra, hogy fejlesszék magukat. A harmadik az, hogy az iparág csak több gyakorlattal fejlődhet, a védett piac pedig garantált gyakorlóterepet biztosít (Shedd et al., 1990). A legfontosabb érv a szabályozás mögött azonban az úgynevezett külső javakban vagy melléktermékekben található. Eszerint a szabályozás olyan pozitív hatásokkal járhat, amelyeket a tiszta piaci helyzet nem feltétlenül teremt meg. E javak a közjót, a kanadai nemzeti identitást és a demokratikus társadalmat szolgálják. Példaként fel lehet sorolni a tájékozott nyilvánosságot, a kulturális identitás erősödését és a nemzeti egységesítést (Shedd et al., 1990).

A médiapolitika fő eszközei Liss Jeffrey szerint a következők: a hatósági szabályozás, a törvényi szabályozás, az állami finanszírozás, az anyagi ösztönzési rendszer, a kanadai tartalomszabályok, az adópolitika, a külföldi tulajdon korlátozása és a szellemi tulajdon védelme (Jeffrey, 1999). Történetileg a kanadai médiahatóságok a kanadai tartalom-előírásokra és a külföldi tulajdon korlátozására tették a hangsúlyt, bár kisebb-nagyobb mértékben a többi eszközzel is éltek.

A médiaszabályozás és a médiapolitika fő intézménye az 1968 óta létező Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (rövidítve CRTC). A CRTC 13 főállású és hat részidős tagját a szövetségi kabinet nevezi ki. A jelölteket nem hallgatja meg a parlament, ilyenformán a kabinetnek szabad keze van a jelölésben (Raboy & Taras, 2004). A kinevezési viták általában nem a pártkötődés körül forognak: fontosabb kérdés, hogy a biztosok mennyire kötődnek a médiapiac szereplőjéhez, mivel gyakran a médiaipar szereplői közül kerülnek ki. A CRTC szabályai szerint a lemondott biztosok egy évig nem vállalhatnak médiaüzleti ügyeket. A mandátumuk egyszer megismételhető. A CRTC törvényi háttérét az 1991-es Broadcasting Act és az 1993-as Telecommunications Act jelenti; működése és döntései függetlenek a kormánytól. Felelős a parlamentnek, és azon belül főleg a Kanadai Örökség Miniszterének (*Minister of Canadian Heritage*). Valójában a kormány megszabja a CRTC mozgásterét és irányzatát. A médiapolitika terén a fő tevékenysége a műsorsugárzási engedélyek kiosztása. Ezek az engedélyek az utóbbi években történt technikai fejlesztések ellenére még mindig szűkös javaknak tekinthetők, és ezért intenzív versenyt eredményeznek a magán- és az állami piaci szereplők között. Ennek köszönhetően a CRTC olyan műsorsugárzási feltételeket szabhat, amelyeket a pályázók kötelezően vállalnak az engedélyezés érdekében. A szabályozótestület munkája eddig protekcionista és nacionalista tendenciákat mutatott (mint ahogy a fent emlegetett Broadcasting Act is előírja). Colin Hoskins és munkatársai szerint a CRTC és a jelentkező csatornák közötti, ki nem mondott megegyezés úgy jellemezhető, hogy „sugározatok minél több kanadai műsort, cserében mi megvédünk a versenytől” (Hoskins et al., 2001). A kötelező kvótarendszerű kanadai tartalomszabályok a CRTC működésének egyik legvitatottabb területét jelentik. A CRTC annyira megfelelőnek találja a tartalomszabályozást, hogy adó- és tarifapolitikai eszközökhöz nem szokott folyamodni.

A szabad kereskedelem korában egyre nagyobb kihívást jelent a kulturális tartalmak privilegizálásának kérdése. Miközben az Egyesült Államok álláspontja szerint a kultúra „csupán” kereskedelmi cikk, akár az autó vagy a rágógumi, és ezért agresszívan próbálja érvényesíteni érdekeit a kanadai médiapiacra (például miniszteri közbenjárással vagy a szabályok megkerülésével), a kanadai nézet szerint a médiakultúra a nemzetépítés kulcsfontosságú eszköze, ilyenformán a kulturális műsorokra nem vonatkozhatnak az egyéb területeken elfogadott szabad kereskedelmi szabályok. A szellemi tulajdon védelme az egyetlen olyan terület a kulturális termékek kereskedelmében, ahol nagy egyetértés van a két ország között. Nem kizárt, hogy a globalizáció hatására egyre több ország kerülhet Kanada helyzetébe, ahol a kulturális elit védekezni igyekszik az amerikai kulturális dominancia ellen.

Kanada egyértelműen másképp értelmezi a média és a kultúra szerepét, mint az Egyesült Államok. A kanadai protekcionista-nacionalista álláspont mögött politikai konszenzus áll: szinte valamennyi politikai erő egyetért ezzel az állásponttal. A kereskedelmi fórumokon (WTO, NAFTA stb.) a kanadai tárgyalók olyan fogalmakat használnak,

amelyek az erős protekcionizmust igyekeznek alátámasztani. Olyan szlogenyszerű kifejezéseket hangoztatnak, mint a kanadai „szuverenitás és identitás szorgalmazása”, a „helybiztosítás a kanadai termékeknek”, „a kanadaiaknak lehetőséget teremteni, hogy megosszák egymással történeteiket”, „ellenállni az amerikai médiadömpingnek”, „ellensúlyozni az amerikai piaci előnyt” vagy a „kanadai cégek és produkciók támogatása” (Maule, 2003). Bár a fenti érvek között van csupán gazdasági-kereskedelmi jellegű, hangsúlyozni kell azokat az elemeket, amelyek a kanadai sajátosságokat hivatottak védeni. Egyrészt a médianak garantálnia kell azt a teret, amelyben párbeszéd folyhat a kanadai politikáról. Másrészt a szabályozás és a protekcionizmus szolgálhatja a kanadai gyártóipar érdekeit a multikulturális környezetben (Jeffrey, 1999).

Nem meglepő, hogy az Egyesült Államok médiaszereplői gyakran panaszkodnak. Kifogásolják például a filmexport akadályait (Québecben például szinkronizálási kényszer van), a szellemi tulajdon túl gyenge védelmét (annak ellenére, hogy ezen a részterületen zökkenőmentes az együttműködés a két szövetségi kormány között), a kanadai tartalmat előíró szabályokat és a befektetési lehetőségek korlátozását. További konfliktus forrása, hogy több amerikai film- és televíziós produceri cég Kanadában forgat (általában a gyengébb kanadai dollár gazdaságossá teszi ezt), ami munkahelyvesztést eredményezhet az Egyesült Államokban. Makroszinten pedig azt kifogásolja az Egyesült Államok, hogy Kanada nem hajlandó a kultúráról tárgyalni a GATS-en (General Agreement on Trade in Services) belül (Maule, 2003).

A kanadai protekcionizmus két újabb tendenciát eredményezett a kanadai szereplők körében. Az egyik az, hogy egyre több kanadai producer fókuszál az exportra. Ez a kanadai piac különleges logikájának felel meg. Mivel egy produkció költségei nagyrészt az elején – a forgatás alatt – jelennek meg, a nyereséget úgy lehet maximalizálni, ha a nézettséget emelik. Ennek érdekében a forgalmazók minél több piacra igyekeznek exportálni. Ez a tendencia megfelel a protekcionizmus néhány elvárásának (ilyen például a munkahelyteremtés vagy az iparág fejlesztése). Ugyanakkor az exportálók – a piac maximalizálása érdekében – nem felismerhetően kanadai termékeket bocsátanak ki. Ilyenformán a védelmezett produkciós szféra kanadai *inputot* és általános *outputot* eredményezhet, ami alig szolgálja a médiaprotekcionizmus kulturális-nacionalista céljait (Maule, 2003). Továbbá minél sikeresebbek a kanadai produkciós cégek a nemzetközi piacon, annál kevésbé támaszkodhat Ottawa a kereskedelmi tárgyalásokban a „fejlődő iparág” érvére.

A protekcionizmus által eredményezett második tendencia a kormány és a nagyobb piaci szereplők azon hajlandósága, hogy az úgynevezett *kulturális diverzitást* támogassák a különböző nemzetközi fórumokon. A kanadai médiapolitikának ez az új szlogenje egyfajta ellenállást jelent a szabad kereskedelmi folyamatokkal szemben. A kanadai vezetők a WTO-n kívül igyekeznek partnereket találni egy olyan nemzetközi egyezmény aláírásához, amely elismerné azt, hogy a kultúra nem kezelhető úgy, mint más kereskedelmi cikkek, és hogy megérdemli a protekcionista politikát. Kanada az Egyesült Államok háta mögött igyekszik egyezkedni, hogy esetleg körbevehesse, elidegenítse azt, és nyomást gyakorolhasson rá. Kétséges, hogy e stratégia sikeres lehet-e, de mindenképpen tükrözi a multikulturalizmus felkarolását Kanadában (Maule, 2003).

A kanadai médiahatóságok fő szabályozási eszközét az úgynevezett kanadai tartalomszabályok (Canadian Content Regulations vagy CanCon) jelentik. Azt feltételezve, hogy a kanadai kultúra valóban egyedülálló és védelmet érdemlő, a CRTC a műsorsugárzási engedély megítélésénél előírhatja, hogy a sugárzott műsoridőből mennyit kell megtölteni kanadai tartalommal. A CanCon mind a televízióra, mind a rádióra vonatkozik (de az internetes rádióra már nem).

Azzal, hogy a CanCon a sugárzott és nem a nézett órákra vonatkozik, a médiumoknak lehetőségük nyílik a kanadai műsorokat – amelyek általában nem rendelkeznek nagy nézőtáborral vagy népszerűséggel – olyan időszakokban sugározni, amikor eleve kevés a néző vagy a hallgató (Shedd et al., 1990). Annak ellenére, hogy a CRTC elő szokta írni, mennyi kanadai tartalmat kell sugározni az esti csúcsidőben, a csatornák ezt a rendszert is ki tudják játszani, például azzal, hogy a helyi vagy a kanadai hírműsorokat a csúcsidőszak elejére és végére teszik, ami gyengíti a kanadai drámák és komédiák esélyeit a nézőtábor erősítésére. Ha a kulturális-nacionalista célok eléréséhez valóban szükséges a kanadai produkciók népszerűsége, a CanCon-rendszer nem büszkélkedhet nagy sikerekkel. Angol nyelvterületeken a nézők messzemenően az amerikai műsorokat fogyasztják. Kivételt jelentenek a kanadai sportközvetítések (főleg a jégkorongnál) és hírműsorok (Attallah, 2000). A kanadai tartalmú drámák, komédiák, közéleti és gyermekműsorok, dokumentumfilmek alulteljesítenek a nézettségi indexeken, ezért kétséges, hogy mennyire járulnak hozzá a kanadai identitás megteremtéséhez és megerősítéséhez.

A CanCon-szabályok a zene sugárzására is vonatkoznak. Itt hagyományosan (1971 óta) a rádiózás szabályozása volt a fő eszköz, de a videoklipeket játszó televíziócsatornák a rádiókéhoz hasonló feltételekkel működhetnek. A CRTC általában minden egyhetes időszakban 35 százaléknyi kanadai zenei tartalmat vár el az adóktól. Ez a CBC esetében 50 százalék. A zenei termékek (dalok) kanadai mivoltának meghatározása négy lépcsőben történik. A CRTC megvizsgálja, hogy a zeneszerző, az előadó, a gyártó és a szövegíró kanadai eredetű-e (Etling, 2002). Az 1990-es évek elején kisebb botrány tört ki Bryan Adams énekes körül, akinek akkori lemeze – a külföldi gyártásnak és a társszerzőknek köszönhetően – nem minősült kanadai tartalomnak. Megint érdemes megvizsgálni, hogy a zeneipari CanCon-rendszer mennyire felel meg a protekcionizmus kitűzött céljainak. Mennyire járult hozzá a CanCon Kanada nagyobb nemzetközi sikereihez, például Shania Twain vagy Celine Dion eredményeihez? Mennyire erősíti a kanadai identitást azok a zenészek, akik talán a protekcionizmusnak köszönhetően csak Kanadában elismertek, de akik inkább arra koncentrálnak, hogy az Egyesült Államokban nyerjenek piacot?

Az új távközlési technológiáknak (a műholdnak és a kábelnek) köszönhetően csökken a földi műsorsugárzás fontossága. Napjainkban a kanadai háztartások kevesebb, mint tíz százaléka nézi az ingyen vehető adásokat (Hazlett, 2002). Az új televíziós világban egyre több az adás, ilyenformán a hagyományos műsorsugárzók is egy új rendszerben működnek. A CBC is reagál az új környezetre. Kommerszebb jellegű műsorokat ad, diverzifikálja anyagi forrásait és több adásra pályázik, hogy a nézőinek egy CBC-„csokrot” tudjon kínálni. Ilyenformán a CBC

már nem azt a politikát választja, hogy korlátozza a potenciális konkurenciát, hanem vállalja a közvetlen versenyt.

Az új technológia térnyerése ugyanakkor fontos változásokat hozhat a szabályozás terén is. A szabályozás hatékonysága várhatóan csökkenni fog egy olyan konstellációban, ahol háztartásonként több mint 200 adó érhető el, és ahol egyre könnyebb a külföldi adókat fogni interneten vagy műholdról (Maule, 2003).

További új kihívást jelenthet a konvergencia, amelynek köszönhetően lassan elmosódnak a televízió, a rádió, az internet és a távközlés közötti határok. Ez azért figyelemre méltó, mert a média és a távközlés szabályozása Kanadában két külön megközelítésen alapszik. Miközben a média szabályozása a kanadai szuverenitás jegyében intervencionista, addig a telekommunikáció szabályozása liberális. Mi várható? Steven Globerman és munkatársai szerint a CanCon-szabályok valószínűleg megmaradnak, bár egyre kevésbé fogják elérni eredeti céljaikat. Az adók minimalizálni fogják a kanadai műsorokra fordított költségeket, több állami támogatást fognak igényelni ezekért, a szabályozás végrehajtása pedig többre fog kerülni (Globerman et al., 1995). Mindez egy olyan környezetben várható, ahol egyes népszerű platformok (például az internet) aligha szabályozhatók.

5. A kanadai média hatása a politikára és a közéletre

A kanadai média elemzése során az egyik legalapvetőbb kérdés sokáig az volt, hogy miként hat a média a nemzeti egységre. A média sokak (például a hatóságok) szemében a nemzeti szuverenitásnak, az összetartásnak és a közös értékeknek volt alárendelve. Az utóbbi évtizedek politikai eseményei és társadalmi folyamatai ezt az alapvető elemzési keretet is átformálták. A Québecben a szuverenitásról tartott népszavazások, az őslakók politikai aktivizálódása és az erősödő konfliktus Nyugat- és Közép-Kanada között meggyőzték az elemzőket arról, hogy kulturális és értékrendbeli egységesítés alig képzelhető el az országban. A bevándorlók növekvő hányadának nincs sem angol, sem francia nyelvtudása. A multikulturalizmus hivatalos propagálása pedig gyengíti Québec kulturális pozícióját, tovább fragmentálja a publikumot és egyben a piacot. E tényezőknek köszönhetően a társadalomtudósok egyre inkább azt hangsúlyozzák, hogy a médiának fontos szerepe van a nyitott közélet, a többszintű és részvételi demokrácia és a közösségépítés erősítésében, valamint a demokratikus jogok biztosításában.

A média közéletre és politikai szférára gyakorolt hatása nem foglalható össze egy ilyen rövid dolgozatban. Ugyanakkor a kanadai média-közélet viszonyának (és annak tanulmányozásának) vannak olyan figyelemre méltó sajátosságai, amelyek említést érdemelnek.

Matthew Mendelsohn az 1990-es évek közepén választási és médiafigyelési adatok felhasználásával tanulmányozta a médiának a kanadai politikai magatartásra gyakorolt hatását. Az *issue priming* (a fontos közügyek hierarchizálása) fogalmát használja és elemzi. Feltételezése szerint a média képes előidézni változásokat az állampolgárok véleményében és politikai magatartásában. Elemzése azt mutatták: a kanadai média arra vette rá nézőit, hogy az egyéni jelöltekre koncentráljanak, ezzel jelentéktelenné téve el (például) a pártok szerepét a politikában. Ez a tendencia tovább gyengíti a pártidentifikációt és a közügyekre (a politikai problémákra) való fókuszálást. Az *issue priming* hatása persze gyengülhet az állampolgári politikai diskurzus hatására, de Mendelsohn szerint minél erősebb médiafogyasztó egy kanadai szavazópolgár, annál inkább az egyéni jelöltek (feltételezésem szerint elsősorban a miniszterelnök-jelöltek) megítélése alapján fog szavazni (Mendelsohn, 1996).

Élesebb kritikát fogalmaz meg Walter D. Young, aki azzal vádolja a médiát, hogy a közügyek leegyszerűsítésével és az úgynevezett „lóverseny-zsurnalizmussal” (amelyben nem a közügyek értelmezése, hanem a verseny közvetítése – például Chrétien kontra Parizeau vagy Trudeau kontra Loughheed) kivonja az állampolgárokat a politikai diskurzusból. Ilyenformán a média újkori működése arra ösztönzi a kanadai állampolgárokat, hogy a politikai szféra vagy aréna nézői – és ne résztvevői – legyenek. Young a média hatását nem becsüli alá, amikor azt állítja, hogy a média nem azt diktálja, hogy mit, hanem azt, hogy miről gondolkodjunk, és ezzel aggodalmát fejezi ki a kanadai demokrácia állapota iránt (lásd Young, 1981).

Hasonló kritikai megközelítést alkalmaz David Hogarth, aki a közéleti műsorokat elemzi (ezek körébe nem tartoznak a hírműsorok). Miközben az 1950-es években, a kanadai televíziózás kezdetén e műsorok pedagógiai, közoktató jellegűek és társadalmi (nemzetépítési) célúak voltak, a gyakorlatban ma a közéleti média a nézőket nem állampolgárként, hanem fogyasztóként kezeli. A nézettség maximalizálása fontosabb, mint a közösség tájékoztatása és oktatása. (Az alapvető dilemmát úgy fogalmazza meg, hogy „ponyva vagy pedagógia?”) A közéleti műsorok gyakran torz képet festenek Kanadáról azzal, hogy nem ismerik el az országon belüli regionális különbségeket. Hogarth ezek alapján a médiapolitika átgondolását (és a közszolgálati célok realisabb újrafogalmazását) szorgalmazza (Hogarth, 2001).

Hasonló szellemben készült Stuart N. Soroka tanulmánya, amely azt elemezte, hogy az *agenda setting* (azaz tematizációs) folyamatokban kik a főszereplők. Egy tízéves perióduson keresztül mérte fel a környezetvédelmi, az inflációs és az államadósság-deficittel foglalkozó témák említéseit és azonosította be azok kezdeményezőit. Kissé meglepő módon a mediaszereplők csak a környezetvédelmi kérdésekben voltak a fő tematizálók, ami azt mutatja, hogy – legalábbis Kanadában, legalábbis ebben az időszakban (1985 és 1995 között) – a média politikai diskurzust befolyásoló képessége kisebb, mint hinnénk. Az inflációs kérdésekben a közvélemény, az államadósság és a deficit kérdéseiben pedig a kormány volt a tematizálás fő ereje. Ez azt sugallja, hogy a politikai diskurzus (a médián belül is) plurális alapú (lásd Soroka, 2002).

Ugyanakkor a média hathat olyan értékekre és beállítottságokra, amelyek talán jellemző módon kanadaiaknak tekinthetők. Ezek között szokás megemlíteni a tekintélytiszteletet, a békés konfliktusrendezést vagy az állam szociális kérdésekben játszott aktív szerepének elfogadását. A figyelmes olvasó már valószínűleg felismerte, hogy ezek a jellemzők csak abban az esetben figyelemre méltók, ha az Egyesült Államok lakóinak beállítottságaival hasonlítjuk össze őket. Kevesebb érték fontosabb Kanadában, mint az „amerikai” lét tagadása vagy az Egyesült

Allamoktól való határozott megkülönböztetés. Lydia Miljan és Barry Cooper – bár nem ok-okozati szinten – a *CBC* fő országos hírműsorát tanulmányozta 2002-ben. A *The National* című hírműsor ebben az évben 2383 alkalommal említette meg az Egyesült Államokat. A szerzők megítélése szerint ezek 49,1 százaléka semleges, 34 százaléka negatív kicsengésű volt. A kritikák emocionálisak (és nem racionálisak) voltak, és általában a kanadai nemzeti érdekek alapján hangoztak el. Állításuk szerint ha a *CBC* valóban fontos szerepet vállal az ország közpolitikai napirendjének formálásában, akkor valamennyire felelős az ország akkori Amerika-ellenes hangulatáért (lásd Miljan & Cooper, 2005).

Mennyire lehet jellemző az effajta beállítottság a *CBC* és a magánművelődés hírigazgatóinak körében? Marsha Barber és Ann Rauhala egy szociológiai tanulmányában a kanadai hírigazgatók nézeteit tanulmányozta és vetette össze a közvéleménnyel. Azt állapították meg, hogy Kanadában e kör beállítottságai nagyjából egyeznek a lakosságáéival, pártpreferenciájuk nagyjából tükrözi a lakosságét. Ugyanakkor politikailag valamennyivel aktívabbak az átlagnál, a nők és a kisebbségek pedig alulreprezentáltak körükben. Érdekes módon a *CBC* hírigazgatói valamivel „balosabbak” (azaz a kanadai kontextusban szociáldemokratábbak) voltak a magánszférában dolgozó kollégáiknál. A szerzők elismerik, hogy a tematizáció folyamatában a tulajdonosoknak és az újságíróknak is jelentős – de eddig nem tanulmányozott – szerepük lehet (lásd Barber & Rauhala, 2005).

A közpolitikai és politikai kulturális hatásokat keresve nemcsak a média magatartása lehet érdekes, hanem maguk a szakpolitikai folyamatok is megérdemelnek némi figyelmet. A kanadai médiapolitika Marc Raboy és David Taras szerint mindig a nyilvánosság előtt és annak bevonásával zajlott (Raboy & Taras, 2004). A legnagyobb szakpolitikai döntéseket általában nyilvános konzultáció előzi meg. Ennek leggyakoribb eszköze az 1930-as évek óta az országot járó, a parlament vagy a kormány által megbízott szakbizottság, amely nyilvános fórumokon hallgatja meg a különböző véleményeket. Ez biztosítja az átláthatóságot és a nyilvános politikai párbeszédet, és jól tükrözi azt a felfogást, hogy a média ellátja a politikai fórum szerepét, amelyen nyílt és racionális beszélgetés folyhat az állampolgárokat érintő ügyekről. Ugyanakkor érdemes egy kicsit realisan megközelíteni a nyilvános konzultációs folyamatokat. Raboy és Taras is rámutat arra, hogy a 2003-ban jelentést tett Lincoln Bizottság javaslatait a kormány nagyrészt figyelmen kívül hagyta. Mások pedig arra hívják fel a figyelmet, hogy a konzultáció lehetőséget teremthet a döntéshozóknak arra, hogy a már kifejtett véleményeiket legitimálják a nem reprezentatív publikum (a közérdekű civil szervezetek, a művészeti és az üzleti érdekszervezetek vagy akár maga a *CBC*) bevonásával (Gasher, 1998).

6. Következtetések

A kanadai médiát képtelenség megítélni a nemzeti identitás értékelése nélkül. A kanadai politikai közösség törésvonalai erősek, és ahogy fent olvasható volt, e törésvonalak megjelennek a médiaszereplők viselkedésében is, ami akár a mélyüléshöz is vezethet. Ugyanakkor – az Egyesült Államok potenciális (és médiában aktuális) dominanciája ellenére – a kanadai társadalom és annak politikai intézményei ragaszkodnak sajátosságaik megőrzéséhez. A nemzeti identitás jelképei és felfogásai lassan változni látszanak. Egységesítés helyett több szó hangzik el a demokratikus közösségfejlesztésről és a kanadai nyilvánosságok tereinek (helyi, regionális és országos szinten való) biztosításáról (Fletcher, 1998). Ilyenformán azt mondhatjuk, hogy a kanadai nemzet- és identitásépítés nem vallott kudarcot, hanem átértelmezés alatt van. A kanadai média jövőbeli értékelési mércéi már nemcsak a nemzeti tudat és közművelődés felméréséről, hanem a demokratikus egyenjogúsághoz és a plurális részvételhez való hozzájárulásáról fognak szólni.

Irodalom

Anderson, Benedict (1991) *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Revised Edition. London and New York: Verso.

Attallah, Paul (2000) Public Broadcasting in Canada: Legitimation Crisis and the Loss of Audience. *International Communications Gazette*, Vol. 62 (3-4) 177-293.

Barber, Marsha & Rauhala, Ann (2005) The Canadian News Directors Study: Demographics and Political Leanings of Television Decision-Makers. *Canadian Journal of Communications*, Vol. 30, 281-292.

Black, Edwin R. (1968) Canadian Public Policy and the Mass Media. *The Canadian Journal of Economics*, Vol. 1, No. 2., May, 368-379.

Brady, Alexander (1987) The Meaning of Canadian Nationalism. In R. S. Blair and J. T. McLeod *The Canadian Political Tradition*. Toronto: Methuen.

CBC/Radio-Canada – Annual Report 2004-2005, www.cbc.radio-canada.ca/annualreports/2004-2005/index.shtml, utolsó letöltés: 2006. június 3.

CRTC-website, www.crtc.gc.ca, utolsó letöltés: 2006. június 3.

Dickenson, Victoria (2002) Canadian Content: The Authorized Version. *Canadian Journal of Communications*, Vol. 27, 453-459.

Etling, Larry (2002) O Canada, We Stand on Guard for Thee: Protecting the Canadian Media Industry. *Journal of American & Comparative Cultures*, 25.1-2, 134-38.

Fletcher, Frederick J. (1998) Media and Political Identity: Canada and Quebec in the Era of Globalization. *Canadian Journal of Communications*, Vol. 23, No. 3.

Gasher, Mike (1998) Invoking Public Support for Public Broadcasting: The Aird Commission Revisited. *Canadian Journal of Communications*, Vol. 23., Number 2.

Globerman, Steven & Janisch, Hudson N. & Stanbury, W. T. (1995) Convergence, Competition, And Canadian Content. In Stanbury, W. T. (szerk.) *Perspectives on the New Economics and Regulation of Telecommunications*. Montreal: Institute for Research on Public Policy.

Hazlett, Thomas W. (2002) Canadian Television Policy after Broadcasting: Paper presented to the University of Montreal. Montréal: Centre d'études sur les médias.

Hogarth, David (2001) Public-Service Broadcasting as a Modern Project: A Case Study of Early Public-Affairs Television in Canada. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 26, 351-365.

Hoskins, Colin & McFayden, Stuart & Finn, Adam, (2001) Refocusing the CBC. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 26, 17-30.

Hroch, Miroslav (1996) From National Movement to the Fully-Formed Nation: the Nation-Building Process in Europe. In Balakrishnan, Gopal (szerk.) *Mapping the Nation*. New York: Verso.

Jeffrey, Liss (1999) The Impact of Technological Change on Canada's Affirmative Policy Model in the Cultural Industry and New Media Sectors. *Canada - United States Law Journal*, Vol. 25, 379-389.

Killingsworth, Jamie (2005) Licence and Poetic Licence: A Critical Examination of the Complicated Relationship Between the CRTC and Speciality Channels. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 30, 211-232.

Maule, Christopher (2003) State of the Canada-U.S. Relationship: Culture. *American Review of Canadian Studies*, Vol. 33, Issue 1, 121-143.

Mendelsohn, Matthew (1996) The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders, and Party Identification. *The Journal of Politics*, Vol. 58, No. 1. (Feb.), 112-125.

Miljan, Lydia & Cooper, Barry (2005) The Canadian Garrison Mentality' and Anti-Americanism at the CBC. *Fraser Institute Occasional Paper*, no. 4.

Murray, Catherine (2001) Wellsprings of Knowledge: Beyond the CBC Policy Trap. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 26, 31-52.

Raboy, Marc & Taras, David (2004) Transparency and accountability in Canadian media policy. *Communications*, Vol. 29.

Roth, Lorna, (2000) Bypassing of Borders and Building of Bridges: Steps in the Construction of the Aboriginal Peoples Television Network in Canada. *International Communications Gazette*, Vol. 62(3-4), 251-269.

Shedd, M. S. & Wilman, Elizabeth A. & Burch, R. Douglas (1990) An Economic Analysis of Canadian Content Regulations and a New Proposal. *Canadian Public Policy - Analyse de Politiques*, XB:1:60-72.

Soroka, Stuart N. (2002) Issue Attributes and Agenda-Setting by Media, the Public, and Policymakers in Canada. *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 14, No. 3, 264-285.

Young, Walter D. (1981) The Voices of Democracy: Politics and Communication in Canada. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, Vol. 14, No. 4. (Dec.), 683-700.

Lábjegyzetek

1

Írásom további részeiben az „amerikai” kifejezés az Amerikai Egyesült Államokra vonatkozik, mint ahogy a kanadai (és a magyar) szóhasználatban is szokásos.

2

A kanadai közszolgálati médiáról lásd még Cinzia Padovani, Michael Tracey és Lustyik Katalin „A közszolgálati média helyzete” című írását lapunk 2001. téli számában – a szerk.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)

- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

> [könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

> [régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



> [korábbi pódiumbeszélgetések](#)

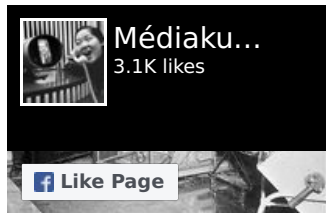
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)





- [Korábbi lapszámok](#)
- [Rovatok](#)
- [Szerzőink](#)
- [Rólunk](#)

Médiakutató 2006 tél

Bulvár

[Haulis Zoltán:](#)

A televíziós műsorformátumok természetete a Friderikusz-show elemzése alapján

A televíziós műsorformátumok az elmúlt bő egy évtizedben a televíziózás egyik legdinamikusabban fejlődő szakmai területét jelentették. Napjainkban a különböző formátumok (format) előállítására és a világ különböző pontjain történő értékesítése önálló, impozáns üzleti lehetőségeket is kínáló iparágat jelent. Ez a dolgozat az 1990-es évek egyik legsikeresebb magyar televízióműsorának, a Friderikusz-show-nak az elemzésén keresztül a műsorformátumok sajátos természetének leírására törekszik. Egyben egyfajta médiatörténeti írás is, hiszen a műsorformátumokban rejlő lehetőségeket Magyarországon első ízben kihasználó Friderikusz-show-ról mindeddig nem született (a műsor médiatörténeti jelentőségét is hangsúlyozó) átfogó elemzés.

1. Műfajtörténeti bevezető

A televíziós műfajok közül a különböző show-műfajok népszerűsége (még napjainkban is) elsöprő erejű. A legdominánsabb televíziós műfajról van szó, amely sorra gyűri maga alá a többi műfajt is: ilyenek a show-jellegű politikai műsorok, show-elemekkel tarkított vetélkedők, a show-műsorok formai sajátosságait alkalmazó televíziós sorozatok – és még hosszan folytathatnánk azon műfajok sorát, amelyek szuverenitása a show-k megjelenésével jelentősen gyengült. A műfaji keveredésekből, illetve az egyre szegmentálódó nézőközönség igényeinek megfelelően bizonyos célcsoportoknak készített show-műsorokból fakadóan a show műfaja számos alműfajra oszlott (Hume, 2004). A legtágabb célközönség számára készített egész estés szórakoztató show-k (*entertainment show*) még egy műsoron belül rengeteg olyan műfaji lehetőséget egyesítettek, amelyekre ma már önálló show-formátumok építkeznek (például beszélgetős show-k, társkereső show-k stb.). Ezen dolgozat a show-formátumok segítségével vizsgálja egyrészt magát a műfajt, másrészt pedig a show-k sajátos belső viszonyrendszerét. A televíziós műsorformátumok természetének leírásán keresztül ugyanis közelebb kerülhetünk ahhoz a sajátos belső törvényszerűségekkel rendelkező világhoz, amely a show-műsorokat – leginkább az Amerikai Egyesült Államokban – övezi, és amelynek jellegzetességei (például a hirtelen jött népszerűség, majd a bukás stb.) hazánkban is időről időre megfigyelhetők.

A műfaj magyarországi történetének rövid leírásához Vitray Tamás Öt szemközt (1973–1974) névre keresztelt, 21 adást megélt „interjú-show”-ját érdemes kiindulópontként kezelni. A műsor portrészzerű beszélgetései egy újfajta riporteri szerepen keresztül váltak egyedivé. Vitray ugyanis a tényeket kutató, objektív, a témától távolságot tartó riporteri magatartás helyébe a személyiséget előtérbe helyező, az adott témához vagy vendéghez érzellemmel viszonyuló, ezért a nézőkhöz is közelebb álló műsorvezetői szerepet állította. A televíziós közvetlen stílusban beszélt a nézőihez, velük gyakran saját élményeit, benyomásait, érzéseit is megosztva. Majd Vitray erre az akkoriban merőben újszerű szerepre alapozva az 1980-as évek elején színházi, éttermi közönség előtt folytatott beszélgetésekkel több rövidebb élettartamú kísérletet is tett a *talkshow* műfajának honosítására is (Vitray, 2000). Ezeket a műsorokat a *Magyar Televízió* (MTV) még nem közvetítette, de az egyik ilyen próbálkozáson (ez volt az AzNap című műsor a Vigadó kamaratermében 1983 áprilisától) jelen van a *Magyar Rádió* politikai riportere, Friderikusz Sándor is, aki itt érez kedvet először, hogy maga is hasonló műfajjal kísérletezzon.¹ Innentől a műfaj két, magyarországi története párhuzamosan fut: míg Friderikusz vidéki művelődési házak közönségét szórakoztatja Csak Ma című estjeivel (először Nyíregyházán 1984 szeptemberében, majd Debrecenben és Szentesen is),² Vitray a fővárosi Mikroszkóp Színpad közönsége előtt készíti a *Magyar Televízió* által is közvetített Telefere című műsorát (az elsőt 1985 januárjában). Ugyanakkor a két műsor szerkesztési elveiben több hasonlóságot is mutatott, ami részben abból következett, hogy Friderikusz volt a Telefere egyik szerkesztője is.

A művelődési házak színpadáról a Friderikusz-show (a későbbiekben: Show vagy FS) első alkalommal 1992. január 20-án került a *Magyar Televízió* 1-es csatornájának programjára, és a kisebb leállásokkal együtt közel öt évig a magyar televíziózás legnagyobb nézettséget produkáló műsorának számított.³ A műsor (indulásakor) a politikától megfáradt, a feltárolt nyugati értékrendek iránt különösen fogékony társadalom számára biztosította a televízió nyilvánosságát, hogy mintegy saját ízlésük alapján alakíthassa mindennapjainak kulturális közegét. A Show

nyilvánosságán keresztül a nézők (jelképesen) maguk választhatták meg saját sztárjaikat, formálhattak véleményt a műsor vendégeiről, akik között már egyre nagyobb számban feltűntek a nyugati kulturális iparágak hírességei is. A műsor első két évadában a normaszegő elemekre építő, a nézők toleráns magatartását megkövetelő műsorszámoknak köszönhető népszerűségét. A nézettség a második adásban bogarakat evő francia étteremtulajdonos, Bruno Combi (FS 9), majd a negyedik adásban egy emberekkel teli Suzukit a nemi szervével elhúzó kungfuvilágbajnok, Robert Lyans mutatványa után (FS 11) korábban nem tapasztalt mértékben emelkedett. A következő három évad pedig már a „csoda” jegyében telt. A Show megvalósította mindazt, amit addig a nézők lehetetlennek gondoltak. Így például „halmozott” számban vonultatott fel ismert sztárvendégeket, extravagáns személyiségeket, látványos produkciókat stb.

2. Módszertani bevezető

Az irodalmi műfajokat az adott mű formája és a benne kifejezhető tartalom sajátosságai alapján határolják el egymástól. Ugyanez igaz a sajtóműfajokra is, ahol a különböző formák (riport, publicisztika, hír stb.) ugyancsak más és más lehetőséget teremtenek ugyanazon információ átadására (Bernáth, 2002). A televíziós műfajok elemzésénél azonban ettől a kettős kritériumrendszerrel rendszerint eltekintenek, és a műfajok vizsgálatánál mindenekelőtt tartalmi szempontú elemzésekkel találkozhatunk. Pedig a televíziós műfajok esetében az adott műsor formátumának megfelelő ismerete legalább ugyanolyan fontossággal bír, mint akár az irodalomtudomány, akár a nyomtatott sajtó területén. A leginkább azért, mert a televízió esetében a formátum nemcsak strukturális felépítést, terjedelmi kritériumokat vagy nyelvi stílust határoz meg, mint az írott műfajoknál, hanem – a vizualitás segítségével – sokkal komplexebb hatást képes kiváltani a nézőkben. Az, hogy a stúdióban foglalnak-e helyet nézők, vagy a műsor díszletezésében mit jelenítenek meg, de akár már az is, hogy a műsorvezetőn milyen ruha van, kommunikál a nézőknek valamit, mindennemű (verbális) tartalmi elem nélkül is. A formátumok tanulmányozásának ugyanakkor nem pusztán ezen üzenetek megfejtését kell szolgálnia, hanem annak vizsgálatát is, hogy milyen összetett mechanizmusok révén bocsátják ki ezeket az üzeneteket, és a nézők miképp dekódolják azokat, azaz milyen hatást váltanak ki bennük.

A televíziós műsorok esetében a díszlet kialakítása, vagy az, hogy milyen berendezésekkel töltik meg a stúdiót, és az operatőr mindebből mit mutat meg, a világosító a stúdiólámpák segítségével milyen hangulatot teremt mind olyan sajátosságok, amelyek a nézők számára közvetlenül is érzékelhetőek, és amelyekre együttesen mintegy az adott műsorformátum „külső szervezőelveire” is tekinthetünk. Ugyanakkor a külső szervezőelvek előre meghatározhatják, hogy az adott produkció például milyen műsorvezetői magatartást kíván meg. Így a híradóformátumok esetében, ahol a műsorvezető egy íróasztal mögött – rendszerint egy dolgozó szerkesztőség előtt – olvassa a híreket, csak komoly, kimért, tárgyias stílusban viselkedhet. Viszont például a talkshow-k esetében, ahol a stúdió közönsége előtt kell állnia és kérdéseket feltennie a vele szemben ülő vendégeknek, már sokkal komplexebbé válhat a megkívánt magatartás: a nézőkkel kell közösséget vállalnia, képletesen az ő kérdéseiket kell feltennie, miközben a meghívott vendégeket is közelebb kell hoznia hozzájuk. Így a műsorformátumok külső szervezőelvei (a belőlük eredeztethető) egyfajta belső szervezőelvekkel társulva fejtik ki hatásukat. A belső szervezőelvek ugyanakkor gyakran visszahatnak az őket indukáló külső szervezőelvekre is, ami révén a külsőségekben rögzülnek, ezzel jobban elősegítve a belső szervezőelvek érvényesülését. Például a talkshow-k által megkövetelt műsorvezetői magatartásnak kialakultak bizonyos jellegzetességei, amelyeket már a show-man kategóriája fog egybe. A show-manek már „szabályrendszerrel leírható” formai tartozékok, csakúgy, mint a díszlet vagy bármi egyéb külsőség.



A fenti ábra az eddig leírtakat teszi szemléletesebbé. Magyarázatra vár még az úgynevezett *kísérőjegyek* kategóriája. Egy műsorformátum ugyanis különböző gazdasági, jogi, marketingkonstrukciókkal, stratégiákkal ellátva kerülhet egy televíziós csatorna műsorszervezetébe. Az értékesítésre szánt formátumokban már ugyanúgy megtalálhatjuk őket, mint például azt, hogy miképp kell kialakítani a díszletet vagy milyen műsorvezetői magatartást igényel az adott műsor. De nemcsak ez indokolja, hogy a formátum részének tekintsük őket, hanem az is, hogy közvetlen hatással vannak a tartalomra is. Például az, hogy közszolgálati vagy kereskedelmi csatornára szánják-e az adott formátumot, már önmagában befolyásolja a később fogadható tartalmat. Vagy a szerzői jogi törvényekben rögzítik, hogy az értékesítésre szánt műsorformátumokon milyen mértékben tudnak az azt megvásárló televíziócsatornák változtatni, ami szintén kihat a tartalomra, korlátokat támaszt elé. A fenti ábráról azonban az is leolvasható, hogy mind a gazdasági, mind a jogi sajátosságok csak különböző „jegyeket” adnak az adott műsorformátumnak, amivel együttesen hatnak a tartalomra. A show-k esetében, ahol rendkívül fejlett, összetett formátummal dolgoznak a műsorkészítők, a formátum tartalomra való hatása nagyon jelentős, gyakorlatilag különböző sémák szerint építi azt fel. Így a mai talkshow-k szerkesztési szabályai is rendkívül

egyszerűek, napi szinten ugyanolyan szisztémában bemutatott történeteket, egyéni sorsokat láthat a néző (Császi, 2005).

3. A Show nyilvánossága (belső szervezőelvek)

A Friderikusz-show belső szervezőelveit annak a sajátos nézői nyilvánosságnak a leírásán keresztül tekintjük át, amely a műsort övezte, és amely Magyarországon az 1990-es évek elején merőben újszerűnek számított. Az ötéves műsorfolyam első vendége Klapka György volt, akit több milliárd forintos sikkasztással vádoltak akkoriban, ennek kapcsán pedig személye hosszú ideig a sajtó és így a közérdeklődés középpontjába is került. Klapka kétes gazdasági ügyleteit azonban csak érintőlegesen vitatták meg, inkább Klapka mint ember, mint szubjektum felett dönthettek a nézők. A vállalkozó szereplését több show-elem tarkította, így például egy primás kíséretében elénekelt a „Nem loptam én életemben” című betyárballadát. A beszélgetés végén pedig akkori feleségével, Mary Zsuzsival is dalra fakadt, majd a gyerekei is a stúdió színpadára érkeztek, hogy együtt hajolhasson meg a család. S bár Friderikusz egyáltalán nem finomkodik Klapkával, a közönség érezhetően „felmenti” a vállalkozót. A show nyilvánosságának ereje ekkor vált igazán érezhetővé, és az a fajta tolerancia, amellyel ez a nyilvánosság rendelkezik, szintén ekkor válhatott sokaknak szembeötlővé és egyben sok értelmiségi számára ijesztővé.

A Show-ba több olyan szereplő is meghívást kapott, akik akkoriban már évek óta nem voltak láthatók a *Magyar Televízió* képernyőjén, és a műsorban való megjelenésükkel ismét lehetőséget kaptak a visszatérésre. Mindenekelőtt Friderikusz személyiségéhez közel álló közéleti szereplők, újságírók, színészek, sportolók részesültek a Show közönségének ilyen megbecsülésében. Példának most Aczél Endre a műsorba való „visszatérését” hozhatjuk. Aczél vendégeskedett Friderikusznál a vidéki művelődési házak színpadán rendezett talkshow-k keretében is – mint a *Híradó* és *A Hét* című műsorok főszerkesztője –, de 1990-ben elbocsátották a *Magyar Televíziótól*, és évekig a közelébe se engedték. Az 1995 márciusában rögzített műsorban Friderikusz Aczél fényképével a pesti utcákat járta, és a járókelőket kérdezgetve arra keresett választ, hogy vajon emlékeznek-e még a képen szereplő újságíróra (hatból egy ismerte fel). Friderikusz stúdióvendégétől, akit nyíltan a legjobb öt újságíró egyikének nevezett, a beszélgetés során azt akarta megtudni, hogy mivel foglalatostkodott az elmúlt években, és hogy az kellő mértékben kielégítette-e. Az est legmeghatóbb részét akkor láthatták a nézők, amikor Aczél érezhetően megrendülve a következőket mondta: „mindenfélét lehet csinálni, amit hoz a sors, de az ember álmodik valamiről...”, de a mondatot már nem tudja befejezni, ami hosszas csenddel járt (FS 25). A műsor nyilvánossága tehát olyan értékek megismerésére és újrafelfedezésére is halmozottan mutatott hajlandóságot, amelyek különböző okokból akkoriban eltűntek a mindennapokból. Másrészt a Show nyilvánossága már egy olyan újfajta nyugati értékrend megismerése köré is szerveződött, amely a diktatórikus politikai berendezkedés okán az 1990-es évek elején vált csak lehetségessé.⁴

A nyilvánosság szervező eleme viszont maga a műsorvezető, Friderikusz Sándor volt, akinek a személyiségén keresztül a nézők újra felfedezhették az őket körbevevő világot. Így a műsorvezetői magatartás fontos alkotóelemeinek ismerete elengedhetetlen ahhoz, hogy a műsor belső szervezőelveit megérthessük. A leglényegesebb műsorvezetői vonás, amely talán a legtovább érlelődött, az a közvetlen, a nézőket felebarátainak tituláló, a „Mindent a nézőkért!” álláspontját hirdető műsorvezetői stílus, amely hatására kialakult a „mindenki Fridije” típusú nézői reakció is. Az előbbieket nagy része tudatos műsorvezetői magatartásról árulkodik (már láthattuk őket Vitraynál is), amelyek nem is annyira a műsorvezető személyiségében gyökereztek, mint inkább a hosszú évek alapján megszerzett tapasztalatokban. Olyan erős nézői közösséget hozott létre a műsor, hogy annak 1993-as (ideiglenes) megszűnésekor⁵ valóságos mozgalom indult a műsor újraindításáért. Voltak, akik például aláírásgyűjtésbe kezdtek, aminek eredményeként több mint 72 ezren nevüket, címüket adták ahhoz, hogy a produkció ismételt műsorra kerülhessen. Friderikusz egyúttal tudatosan fel is használta nézői táborát, hogy az elnökkel vívott csatából (amely jelentősebb költségvetésből készülő, strukturálisan eltérő show készítésében körvonalazódott) győztesen kerülhessen ki. Az utolsó műsor a Nemzeti Múzeumból jelentkezett, ahol vendégül látta az elmúlt két év vendégeit, de mellettük két népszerű világsztárt is sikerült megnyernie (Alain Delont és Claudia Cardinalét) a búcsúestére. Friderikusz a műsor végén vette kabátját, miközben a nézőktől „nekem itt már nincs dolgom” mondattal búcsúzott. Ezt követően egy hatalmas tűzijáték kezdődött, miközben a konferansziéhang még egyszer felhívta a nézők figyelmét arra, hogy „Friderikusz Sándor bizonytalan ideig szünetelteti tevékenységét a Magyar Televízióban” (FS 20). A hatás nem maradt el, a kinevezett új elnök (Horváth Ádám) már nemcsak hagyományos showkészítésére kötött Friderikusz cégével szerződést, de a *Magyar Televízió* kettes programján kéthetente jelentkező Friderikusz Talk-Show (és egyéb Friderikusz-műsorok) gyártásában is megállapodott Friderikusz produkciós irodájával.

4. A Show formai jellemzői (külső szervezőelvek)

Szimbolikusan a stúdióban helyet foglaló közönség kontrollálta a kulturális megújulás mentén szerveződő nyilvánosságot, ők töltötték be a televíziónézők helyett is a közönségre háruló funkciókat.⁶ A Csak Ma című műsortól eltérően viszont ezt a nézői nyilvánosságot nemcsak ők teremtették meg, hanem a televíziós közvetítés révén ettől a közösségtől térben elkülönülő televíziónézők sokasága is. A műfaj belső szervezőelési elvei így csak olyan műsorkészítési megoldásokon keresztül érvényesülhettek, amelyek egyrészt az otthon ülő nézőket is részesíteni tudták abban a közösségi élményben, amelyet a stúdióban helyet foglaló nézők élhettek át, másrészt pedig tudatosítani tudták bennük azt, hogy ők is aktív formálói lehetnek az egyes műsoroknak, ezáltal pedig a maguk teremtette nyilvánosságon keresztül alakítói mindennapi (kulturális) életüknek. Ez utóbbit nagyrészt nézői levelek műsoron belül történő folyamatos megválaszolásával (Dessewffy, 1997), míg az előbbi a műsorok képi megvalósításának mikéntjével érték el. A stúdió nézőterét több kamera folyamatosan pásztázta, így a televíziónézők a stúdió nézőinek minden (érzelmi) rezdüléséről értesülhettek: a közönség egészét mutató totálképek ugyanolyan gyakoriak voltak, mint az egyes nézőkre fókuszáló félközeli képek. Ezzel a technikával a televíziónézők folyamatosan kontrollálhatták a nézői nyilvánosságban őket képviselő közönséget, és érzelmi

reakcióik révén alakíthatták ki önmaguk vélekedését is. A show-műsorformátumok megkívánta belső szervezőelvek érvényesülését tehát olyan technikai módszerekkel segítették elő, amelyek a külsőségeken keresztül, mindenekelőtt a műsor képi világának kialakításának mikéntjével hatottak.

A külső szervezőelvek révén a műsorkészítők számára kiszámíthatóbbá válik az adott műsor sikere. Ezért cél is, hogy a csak nehezen megragadható belső szervezőelési elvek a minél hatásosabb érvényesülés érdekében mintegy kódolva legyenek a külsőségekben is. A stúdióban helyet foglaló nézők érzelmi reakcióit – amelyekről értesülve a televíziónézők kialakítják önmaguk vélekedését – például ténylegesen a műsorkészítők irányítják. Ennek megfelelően a stúdió közönségére a teljes összhang a jellemző: tapsgéppel tudatosan vezérlik a show egyes eseményeire adott érzelmnyilvánításait, a műsor előtt történő „bemelegítéssel” hozzák őket azonos hangulati fokra, de még a műsorban való megjelenésük tekintetében is elvárásokat támasztanak velük szemben (például meghatározzák a viselendő öltözet típusát) – ahogy e formai sajátosságok már mind megfigyelhetőek voltak a Friderikusz-show-ban is. Ezen formai elemek funkciója egyértelműen az, hogy a stúdióban helyet foglaló nézők irányításával a műsorkészítők legalább részben irányíthassák a televíziókészülékek előtt ülő nézőket is. Ugyanakkor ezen a ponton meg kell jegyeznünk, hogy egy televíziós show-műsor esetében rendkívül fontos az a társadalmi igény is, amely az adott műsor nézőit ténylegesen közösséggé tudja csiszolni. Tehát a külső szervezőelvek nem tudják önmagukban befolyásolni a nézőt akkor, amikor nincs meg az az igény, amely nézői nyilvánosság létrehozására ösztönözné őket.

4.1. A formátumok összehasonlíthatósága

A nézők az egy műfajba tartozó televízióműsorok összehasonlításánál a formátumok külső szervezőelvei között vannak ténylegesen párhuzamot, hiszen ha a (sok esetben sajátos) belső szervezőelési elveket nem is, a formátum külsőségeit mindig érzékelhetik, még a mienkétől eltérő kulturális, társadalmi, politikai viszonyok között működő show-k esetében is. A világ számos show-jában egyező formai sajátosságok egy idő után kilépnek a műsorformátumok külső/belső szervezőelési elveinek sajátos, egymást meghatározó viszonyából, és elsődleges funkciójukká a show-k „összekapcsolása” válik. Például a televíziónézők és a stúdió közönségének szimbolikus kapcsolata a show-k fejlődésének kezdetén mindkét fél számára érzékelhetőbb lehetett, az idő előrehaladtával viszont a legtöbb nézőnek feltételezhetően már nem jutott eszébe ilyen összefüggés – a közönség jelenléte a show-k kötelező formai elemévé vált. De a példák sorát tovább folytathatjuk. A Friderikusz-show utolsó éveiben a show-man a műsor elején (közvetlenül bejövetele után) rendszeresen kezét fogott a stúdióban helyet foglaló közönség néhány tagjával. Ez a világ legtöbb hasonló show-műsorában megfigyelhető „szertartás”, amely a show-man közvetítő funkciójával van kapcsolatban: a kézfogással a műsorvezető szimbolikus minden műsor elején szövetséget köt a nézőkkel, ezen aktussal is biztosítja őket, hogy a műsorban végig őket képviseli. Viszont ennek a szertartásnak ez a szimbolikus jelölete mára elhalványult, és a legtöbb néző olyan formális gesztusként tekinthet rá, amely a legtöbb show-műsornak szükséges formai tartozéka. De szintén a más show-formátumokkal való kapcsolat kifejezése az elsődleges funkciója az adott show emblémáját „viselő” bögrének vagy a show-manek asztalán álló használaton kívüli rádiómikrofonnak.

A globalizálódó médiapiacra a formák fenti tulajdonsága adja az értékesítésre szánt műsorformáknak (*licensing format*²) leginkább a létalapot: a műfajt bizonyos oldalukról megragadó formátumok az összehasonlítás lehetősége révén később már egymást erősítik. Ehhez természetesen az is szükséges, hogy olyan formai elemeket alkalmazzanak, amelyek nem tükrözik annak a kulturális közegnek a sajátosságait, amelyben keletkeztek. A Friderikusz-show működésének öt éve alatt sokat és látványosan fejlődött, ami annak tulajdonítható, hogy sikeresen vette át és alkalmazta amerikai, európai testvérműsorainak kulturális sajátosságokat nem tükröző formai elemeit. Ez különösen tetten érhető a műsor díszletének folyamatos alakulásában. Háromszor váltott a Show díszletet, amelyek közül az utolsó váltás (az 1996. március 14-i adástól) egy képzelte várost megjelenítő díszletre való áttérést jelentett. Eltérő kivitelezésben ezt a díszletezési megoldást alkalmazza a világ legtöbb show-műsora, de leginkább az amerikai *Late Night Show*-kra („késő esti show”-k) jellemzők. A beszélgetések háttérül felhőkarcolószerű épületeket lát a néző, amelyek egy városi közterekhez hasonlatos térére alakítják a stúdiót, ezzel a televízió kínálta nyilvános teret a gyűlések, fórumok helyszínéül is szolgáló városi nyilvános terekhez teszi hasonlatossá. Ez a díszletezési megoldás tehát kiválóan ragadja meg a műfaj lényegét úgy, hogy miután nem konkrét város jelenik meg a háttérben (ami már kulturális függést jelentene), a díszlet egyúttal a show-k közötti kapcsolatot is kifejezi.

4.2. A formátumok lokalizálása

A show-műsorokat egy országhatároktól független térbe helyező műsorformátumok következtében felértékelődik a lokális tér szerepe is, amivel összhangban hatványozott fontosságúvá válnak azok az eszközök, amelyek segítségével a (kulturális kontextustól mentes) formátumok egy adott társadalmi, kulturális és politikai közegbe tudnak illeszkedni. Miután Magyarországon a Friderikusz-show alkalmazott először nemzetközi show-formátumokat, már különös hangsúlyt kellett fektetnie azokra a nemzetközi televíziózásban is alkalmazott műsorkészítési megoldásokra, amelyek révén hatásosabban lokalizálhatóvá tehetőek a tárgyalt formátumok. A díszletnek a televízióstúdió kontextusában való bemutatása például ezt a célt szolgálta: a televíziónézők számára láthatóvá váltak a kamerák, a mögöttük dolgozó stáb, a fénytechnika, de gyakran a kamera követte a díszlet falai mögött zajló eseményeket is, vagy éppen kívülről érkezett a stúdióba – követve a műsorvezetőt vagy az adott vendéget. Így ténylegesen nem a díszlet szabta keretek között zajlott a műsor, hanem a *Magyar Televízió* egyik stúdiójában, amelyet már a hazai show-nézők vehettek birtokukba, és amely tér már az alkalmazott formátum okán átjárhatóságot biztosított egy nemzetközi szintre is.

A stúdiót helyileg is beazonosíthatóvá tették, nemcsak azt adták a nézők tudtára, hogy a *Magyar Televízió* Kunigunda utcai stúdiókomplexumában rögzítették a Show-t, de azt is, hogy a VIII-as számú stúdiót használták a

felvételekhez. Egy közel féléves kihagyás után az 1994-es évad első adásában a konferansziéhang például a következőket mondta a főcím alatt: „Itt a Magyar Televízió nyolcas stúdiója. 294 nappal a legutóbbi jelentkezés után ismét az Önök képernyőjén az új Friderikusz-show.” Ebben az adásban Friderikusz egy kézikamera segítségével bemutatja a nézőknek az új díszletet is, valamint a nézők a díszlet mögé is bepillantást nyerhetnek a műsorvezető kameráján keresztül, illetve a stáb néhány tagját név szerint is bemutatja (az ügyelőt, a stúdióasszisztenst) Friderikusz. A stúdió közegének ilyen használata, a lokalizálás fenti alapvető módszerei egyértelműen nemzetközi minta alapján kerültek a műsorba, de a műsorvezető, a producer a nemzetközi testvérműsoroknál is sokkal hatványozottabban törekedett a stúdió fenti szellemben történő hasznosítására. Gyakran műsor közben is elhagyta a stúdiót, illetve annak épületét, amit egy kamera folyamatosan követett. A néző előtt gyakorlatilag semmi nem maradt láthatatlan, ami az 1990-es évek közepén zajló magyar televíziózásban meglehetősen újszerűnek, forradalminak számított.

A stúdió egészének láthatóvá tétele mind a nézők, mind a műsor vendégei számára a nyilvános szereplést is tudatosította – ez lényeges műfaji kritérium a show-műsorok esetében (Gamson, 1998). A televízióstúdió (kamerák, lámpák...) teremtette nyilvános teret a nézők viszont csak akkor érzik a magukénak, ha az számukra érzékelhetően része annak a közegnek, amelyben mindennapjaik telnek. A show-formátumok lokalizálása pedig akkor történik meg véglegesen, ha a műsorok helyszínéül szolgáló lokális téren átszűrődik az a közeg, amelyben a műfaj szabta irányelvek érvényesülni tudnak. Voltaképpen már a közeg bevonását jelentik a stúdióban helyet foglaló nézők és a műsorvezető személye is, akik egy adott kulturális, társadalmi közeg sajátosságait tükrözik. Azonban a világ legtöbb show-jához hasonlóan a Friderikusz-show-ban is gyakoriak voltak a külső kapcsolások (például a Corvin Áruházba) vagy a külső helyszínen felvett anyagok (például a Keleti pályaudvaron), de előfordult az is, hogy a műsor egészét külső helyszínen rögzítették.⁸ Ezzel a műsor nézői számára érzékelhetővé vált, hogy a Show ugyanabban a közegben létezik, amelyben annak nézői is élnek mindennapjaikat, és egyúttal tudatosulhatott bennük az is, hogy a műsor erre a közegre befolyással lehet. A Corvin Áruház például csak a műsor kedvéért nyitott ki, vagy a Keleti pályaudvaron nem indult volna el (persze látszatra) egy vonat, ha Friderikusz a stúdiót elhagyva nem ad neki zöld jelzést.

4.3. A formátumok közti átjárhatóság

A show-műsorokhoz hasonlóan egy lokális téren keresztül szűrjük át a mindennapok közegét az úgynevezett komédiasorozatok (*situation comedy*) is. A magyar televíziózásból a Friderikusz-show-val egy időben népszerű Família Kft. hozható példaként, amelyben (hasonlóan az amerikai testvérműsorokhoz) egy képzeletbeli közönség előtt, egy „mindennapi élet” helyszínül is szolgáló nappaliban játszódtak az események. Ezekben a sorozatokban a színpadszerűen kezelt téren kívülre csak ritkán lépnek ki a szereplők, hiszen így (jelképesen) a stúdió közönségét is elhagynák. De ezt a teret különböző műsorkészítési megoldásokkal esetükben is lokalizálják. A Família Kft.-ben például mindig mutatták kívülről is azt a házat (de elhangzott az utca és házzám is), amelyben a nappali található, így a nézőknek térhez köthetővé vált a cselekmények helyszíne, de a budapesti utcákon is felvettek rövidebb jeleneteket (hasonlóan a show-k külső kapcsolásaihoz), aminek révén pedig egy adott közegbe helyeződtek a sorozat egyes részei. A komédiasorozatoknak a show-műsorokkal való ilyen hasonlósága abból következik, hogy a műfaj kialakulása a szappanopera műfajának (*soap opera*) a show-k formai elemeivel való kombinálásához köthető, így a komédiasorozatok formátuma ugyanolyan külső szervezőelvekkel rendelkezik, mint az ugyanilyen formátummal rendelkező (leginkább szórakoztató) show-műsoroké.

A komédiasorozatokban is található olyan formai elemek, amelyeknek elsődleges funkciója abban ragadható meg, hogy az összehasonlítás lehetősége révén kifejezzék a más hasonló „show”-kkal való kapcsolatot. Ilyen például a Família Kft.-ben is berendezési tárgyként használt kanapé, amely a legtöbb amerikai komédiasorozatban is a történések központi helyszínéül szolgál. A kanapé előtt (általában) egy televíziókészülék található, amelyben a Família Kft. egyik epizódjában a sorozat egyik szereplője, Szép Krisztina (Xantus Barbara) tűnt fel, aki (a sorozatbeli foglalkozása alapján) újságíróként kapott meghívást a Friderikusz-show-ba, a vendégszereplést pedig a Szép család a kanapén kísérte figyelemmel. A Friderikusz-show-ba nem kerülő beszélgetést valóban leforgatták, a Show díszletében, Friderikusz Sándor közreműködésével, és a sorozat nézői is láthattak. De a sorozat több szereplője ténylegesen is jelen volt vendégként a szórakoztató műsorban (Esztergályos Cecília, Csonka András, a Spáh testvérek). Az ilyen mértékű átjárhatóság a két produkció között, ami gyakorlatilag elképzelhetetlen lett volna az akkoriban szintén népszerű Szomszédok című teleregény esetében, az egyező formai elemek alkalmazása révén vált lehetségessé. Alapjaiban az effajta átjárhatóságra épül a szórakoztatóipar (*show-business*) világa: az eltérő műfajú produkciók közös formátumával egyfajta körforgás válik így lehetségessé, amelynek révén egymást tudják erősíteni, illetve tartalommal tudják megtölteni a különböző produkciókat.⁹

5.A show világa

A dolgozat jelen fejezetében a show-műsorok központi elemével, a műsorvezetővel és annak személyiségével foglalkozunk. A show-man alapvetően a formátum része, ahogy már maga az angolszász elnevezés is egy adott formátumban betöltendő szerepet jelöl. A műsorvezető show-beli szerepe mégsem redukálható egy szükséges formai tartozékra. A néző számára a show-man személye szimbolizálja a tényleges show-műsort (már a show címében is az ő neve szerepel), aki a formai keretek alapján kiépíti és szabályozza az adott műsor belső világát. A nézői nyilvánosság hatékony működéséhez megfelelő cselekvési rendszert (Parsons, 1988) hoz létre, amely különböző értékek, normák, szerepek alapján determinálja a műsorba kerülők magatartását, és a nézőket így segíti a róluk alkotott értékítéletének meghozatalában.

A show-man szerepre – a fenti követelmények kielégítése érdekében – csak teljesen kiforrott személyiséggel rendelkező műsorvezetők, színészek, komikusok alkalmasak, akiknek már például kialakult értékszemszélletük van, így értékítéletet tudnak mondani vagy érzékeltetni a műsorban feltűnő szereplőkről. Ezzel összefüggésben

rendkívül fontos tulajdonság a hitelesség és az önirónia képessége is, gyakran még annál is fontosabb, mint az, hogy az adott show-man értsen az interjúk készítéséhez vagy ismerje a televíziózás szakmai fogásait. Ha a show-man nem tudja a személyisége alapján kiépíteni a show belső rendszerét, illetve ha a nézőknek ez a személyiség nem meggyőző, a műsor nem fog eredményesen működni. Friderikusz a fenti kritériumrendszernek kétségtelenül megfelelt, a műsorvezető saját személyiségét alapul véve gyakran mondott értékítéletet, lépett át normákat, szorított különböző szerepekre vendégeket, ezáltal pedig körvonalazott egy olyan cselekvési rendszert, amely belülről működtette a műsort.

5.1. Értékek, normák, szerepek

A nézői nyilvánosságban részt vevő nézők a műsorban bemutatott vendégekről kétféle értékítéletet hozhatnak: a látottak, hallottak alapján az általuk (a mindennapok során) végzett tevékenységet, illetve a személyiségüket vagy értékesnek fogják találni, vagy értéktelennek. Az interjúkra építő show-műsorok esetében a show-man feladata segíteni a nézőket a helyes értékítéletek meghozatalában. A saját értékrendjének megfelelően (szubjektív módon) egyrészt a vendég személyiségének bizonyos vonásairól mond (vagy érzékeltet) értékítéletet, másrészt az általa végzett tevékenység esik ugyanilyen mérce alapján megítélésre. A kettő közül viszont alapvetően a személyiség dominál. Példának hozhatjuk Petrasovits Anna Friderikusz-show-ban való szereplését (FS 8), akinek a neve alatt a képernyőn a következő titulus volt olvasható: magánember – a Szociáldemokrata Párt politikusa. Miután a műsor távol akarta magát tartani a politikától, Petrasovits hétköznapi életét végzett foglalkozását értéktelennek találta, a műsorvezető pedig gyakran kifejezte rosszallását a választott pálya okán. Új foglalkozást is talált neki: gyerekekre kell vigyázni egy óvodában. Az új munka révén megismert személyiség viszont már értékessé vált Friderikusznak, így pozitív értékítéletre „terjesztette fel” a politikusnőt a nézők elé.

A nézők egy show-műsoron belül tehát folyamatosan átértékelik az őket körbevevő világot, ezzel pedig felállítják az adott show értékmezőjét. Egyúttal olyan normákat is legitimálnak – annak érdekében, hogy értékelni tudjanak –, amelyek a hétköznapi élet normarendszerénél sokkal tágabbak, tulajdonképpen azok folyamatos megsértésén alapulnak. A show-man mozgásterét például csak kevés norma gátolja: így válik lehetővé számára az is, hogy olyan kérdéseket tegyen fel az adott vendégnek, amelyek az alapvető illem, tisztelet normáit átléphetik, és amelyek bár a show-ban természetesnek hatnak, de a valóságban megbotránkoztatóak lennének. Vegyük példának egy francia bogarakat szervírozó étterem tulajdonosának, Bruno Combinak szereplését (FS 9). A műsorszám a bogárkóstolásra épített, az évekig tartó (negatív) visszhangra az okot mégsem ez adta, hanem az, hogy Friderikusz is megkóstolta a bogarakat. A közönség kívánságára (taps, bekiabálás) tette ezt, noha részéről eredetileg nem volt tervbe véve a bogárevés. A közönség tehát engedélyezte számára a normaszegést, de ezt a cselekedetet a show-n kívüli világban már az ott érvényes normák szerint (mit szabad egy műsorvezetőnek) ítélték meg. Épp ezért szakad el egymástól a show-n belüli és a valós világ, az előbbiben sokkal tágabb normák érvényesek, ugyanakkor a valós világban létező normákra alapoznak. Érdekes kérdés, hogy ezzel gyengítik-e vagy – épp ellenkezőleg – erősítik ezeket a normákat. Annyit bizonyosan megállapíthatunk, hogy a nézők tűrőképessége a folyamatos normaszegésekkel párhuzamosan tágul – gondoljunk csak bele, hogy Friderikusznak elegendő volt szendvicsekben elhelyezett bogarakat enni a nézők megbotránkoztatásához, viszont napjaink valóságshow-iban már a földigiliszta elfogyasztása sem képes hasonló indulatok kiváltására.

A nézők és a show-man szövetségét a (látszólag) konszenzusosan kialakított értékek, átírt normák tovább erősítik. A stúdióközönség és az eseményeket otthonukból követő közönség olyan nézői közösséggé alakul, amelyet a közösen vallott értékek tartanak egyben, vezérelnek, és amely így a közösségen belül különböző szerepek körvonalazódásához is vezet. A Friderikusz-show-n belül például a következő szerepek alakultak ki: Friderikusz tudatosan egyfajta bohócszerepet húzott magára, amely így feljogosította őt a különböző normaszegésekre. A közönség egyes tagjai egyenrangú státusúaknak számítottak, akiknek egységesen az volt a szerepe, hogy aktív figyelmükkel, érzelemnyilvánításukkal vegyék ki a részüket a nézői nyilvánosság működtetésében. A vendégek pedig alapvetően két szerepkategória egyikébe nyerhettek besorolást: lehetnek „megbecsültek” (pozitív értékítélet esetén), illetve „céltablák” (negatív értékítélet esetén).¹⁰ A show-ban olyan erős volt a nézői közösség, hogy a vendégek nem bújhattak ki egyik szerep alól sem. Természetesen további szerepek is léteztek, amelyeket azok a vendégek tölthettek be, akik nem estek értékítéletek alá. Ilyennek minősül például a „fellépők” szerepköre (egy dal erejéig jelen lévő zenei együttesek) vagy a „mutatványosok” szerepe (például zsonglőrök).

5.2. Pszeudo jelleg

A show teremtette világ és a valós világ közötti kapcsolat megteremtésére az úgynevezett show-elemek alkalmazásával nyílik lehetőség. A show-elemek olyan verbális és/vagy látvány- vagy egyéb olyan műsorelemeket jelentenek, amelyek a műsor vendégeinek az adott show közegébe való bevonását szolgálják. Friderikusz sűrűn alkalmazott ilyen elemeket, már önmagát is a segítségükkel illesztette a show közegébe: egy konferansziéhang adásról adásra eltérő módon, a show-ban érvényes szerepére humorosan utalva jelentette be a show-mant.¹¹ Az ezekhez hasonló nyelvi frazeológiák gyakran részévé válnak az értékesítésre szánt formátumoknak is, segítségükkel a formátumon belül előre meg lehet határozni a különböző szerepek kialakulását, egyúttal vezérelni lehet a show belső világának felépülését. A Friderikusz-show-ban egy külön *team* (gag-csapat) foglalkozott az egyes műsorszámokhoz (vendégekhez, fellépőkhöz) kapcsolódó show-elemek kitalálásával. Feladatuk közé tartozott például annak megtervezése, hogy miképp érkezzen az adott vendég a műsorba (Sophia Loren egy lovas kocsin ülve), vagy ott milyen feladatokat kelljen teljesítenie.

A show-elemek jelentős mértékű kötöttséget visznek a show-műsorokba. Olyan aprólékosan megtervezett, begyakorolt műsorelemekről van szó, amelyek a műsoron belül tudatosan spontánnak vannak beállítva. Használatukkal előre determinálttá válik a show belső viszonyrendszere, így például az, hogy a vendégekről már azelőtt megszületik az értékítélet, és kiosztják neki az ahhoz tartozó szerepet, mielőtt ténylegesen megjelentek

volna a show-ban. Vegyük példaként Pap Rita műsorba való bevonását. Az énekesnőnek az 1990-es évek elején jelentek meg népszerű gyermeklemezai, ehhez kapcsolódtak a különböző show-elemek: a „Csovi csovi Jasper” című egykori slágerét elemeztették egy esztéta/kritikussal, valamint „lefordították” finnre is, amely nyelven kellett az énekesnőnek elénekelnie az ismert slágeret, miközben Friderikusz mögötte kartonból kivágott kutyafigurával táncolt, énekelt – nem kis derűtségre adva okot (FS 26). Ezek a show-elemek csak úgy érvényesülhettek, ha a show-man az énekesnőnek olyan kérdéseket is feltett, amelyek őt a „céltablák” kategóriájába helyezték. Tehát a show-elemek bizonyos szerepekre vannak (előre) kitalálva, amelyek így önmagukat beteljesítő jóslatok sorozatává alakítják a show belső világát. Ez a pseudojelleg a világ bármely show-jában megfigyelhető, de miután a Friderikusz-show-ban rengeteg show-elemet alkalmaznak, a produkció előre meghatározottsága nagyobb volt, mint a nemzetközi show-műsoroké.

A műsorban vendégeskedő világhírű sztárvendégek esetében a show-elemek már nem csak azt segítették elő, hogy az adott vendég a Show teremtette világban betölthesse a neki ítélt szerepet. Esetükben arról is gondoskodniuk kellett, hogy a vendégek abba a kulturális környezetbe tudjanak illeszkedni, amelyben a magyar show-műsor is funkcionált. Ennek voltak verbális módszerei: Friderikusz őket tegezte (miközben a legtöbb magyar vendéget magázta), ezzel a módszerrel közelebb tudta hozni a nézőkhöz a korábban elérhetetlennek tűnő hírességeket. De a velük folytatott beszélgetések során gyakran az is témává vált, hogy milyen magyar szavakat ismernek. Mindkét módszer egyértelműen show-elemnek kategorizálható: a műsorvezető a műsoron kívül minden bizonnyal magázta volna a meghívott sztárokat, de gyakran az érkező vendégek a szereplésük sikere érdekében tanulnak meg az adott ország nyelvén szavakat (például köszönés). De számos egyéb műsorelem is hozható példaként: Sophia Lorent (aki szemüvegmárkához adta a nevét) a magyar SZTK-szemüveggeretekkel ismertette meg a show-man (FS 30), Antonio Banderas a költészet napja alkalmából József Attila *Születésnapomra* című versét szavalta el (angolul), vagy Gérard Depardieu-nek (aki szabadidejében borászkodik) egy helyben rendezett borkóstolás során az egri bikavért is fel kellett ismernie (FS 32).

5.3. Sztárság

A „sztár” kifejezés a show-business kreálta fogalom, egy olyan szerepet jelöl, amelynek segítségével színészek, rendezők, ügyvédek, műsorvezetők jelenhetnek meg a show-k világában, és az általuk végzett tevékenységet népszerűsíteni tudják. Egy híresség ugyanis nemcsak a tevékenysége révén válik sztárrá: legalább ugyanakkora súllyal szerepel a személyisége is abban, hogy a szerepkört magára ölhessen. A sztárok és a televíziós show-műsorok viszonya éppen ezért egy kölcsönös, szükségszerű és rendkívül intenzív kapcsolatként ragadható meg: egyrészt e műsorok világítják meg a hírességek emberi oldalát – ily módon segítik őket a sztárrá válásban –, másrészt köréjük szerveződnek a show-műsorok, így a televíziós show-eknek is elengedhetetlen a létezésük. Az előbbi okból a sztár egy olyan szerep a show-k világában, amelyet különböző megfellebbezhetetlennek hitt, már-már misztikus értékek legitimálnak. A Friderikusz-show-ban például hiába került a legtöbb nemzetközi sztár a céltabla kategóriába,¹² ők – sztárszerepükből adódóan – csak megbecsülteként távozhattak. Ugyanakkor azzal, hogy céltablaként viselkedett velük szemben a show-man, legitimáló hatásuk volt a show kiépített belső világának helyességére is, azaz arra, hogy a magyar szereplők is besorolást nyerjenek a kínált szerepek valamelyikébe.

Egy adott személyiség akkor alkalmas arra, hogy sztárrá váljon, ha egy olyan sajátos – rendszerint gyötrelmes, buktatókkal teli – életút formálta, amely később nem pusztán részévé tud lenni a show-műsoroknak, de bennük is képes kiteljesedni. A show-k műfaji jellegzetességeinek megfelelően a kirekesztett, az átlagostól eltérő személyiséggel rendelkező, de céljaiban maximálisan hívó személyiség akadályokkal teli életútja teremt lehetőséget a közönségnek, hogy azt toleránsan elfogadhassa, és a nézői nyilvánosság erejével segíthesse az adott személyiséget céljai elérésében. Amennyiben ez a segítő összefogás megtörténik, akkor az adott személyiség által végzett tevékenység is teljesen más megvilágításba helyeződik, értéke a nézők körében a show-n kívüli világban is növekszik. Ez a sztárrá válás első jelentős szakasza, amelyet kiválóan példáz Jászai Jolán (Joli néni) esete. Joli néni gyermekkori álma volt, hogy színésznő lehessen, de nagynénje (Jászai Mari) „árnyékában” erre nem adatott meg a lehetősége, noha céljait sosem adta fel. Álmairól egészen addig kevesen tudtak csak, amíg Jászai Mari ászári szobrának avatásakor egy vers formájában nem adta azt a jelenlétük tudtára. Ennek apropóján először Vitray Tamás mutatta be a talkshow-jában az akkor már közel 80 éves asszonyt, de a Friderikusz-show tette igazán sztárrá, ahol többször is vendégeskedett. Joli néni életútja és az így formálódott személyisége ideálisnak bizonyult a show-műfaj számára, ami egy rövid ideig valóban sztárrá tette, de a sztárrá válás második szakaszába már nem tudott belépni.

Egy sztár ugyanis ismertté válását követően egyúttal szükségszerűen el is kell hogy távolodjon a közönségétől. Nemritkán kirívó – de az átlagostól mindenképpen eltérő – életvitelével, szokatlan allűrjeivel, normaszegő viselkedésmódjával tartja ébren a közönség figyelmét, amivel egyben arra is ösztökéli, hogy az újból és újból elfogadja, ezzel pedig sztár mivoltában megerősítse. Ezért egy sztárnak az átlagos néző számára egyszerre közelinek (életszerűnek) és távolinak (elérhetetlennek) is kell tünnie. Érdekes kérdés, hogy egy show-man sztárnak minősül-e, illetve szabad-e engedni, hogy a fenti értelemben sztárrá váljon. A válasz a nemzetközi példák alapján egyértelmű nem. Egy show-man nem szakadhat el a közönségétől, ellenkező esetben nem tudja eredményesen közvetítő funkcióját betölteni, nem tudja a közönséghez valóban közelebb hozni a meghívott sztárokat. Ha a Friderikusz-show gyengeségeit keressük, akkor ebben a vonatkozásban tudjuk azt leginkább megragadni. Friderikusz sztárrá akart válni: a műsor utolsó éveiben a meghívott világsztárok barátságát akarta elnyerni, közéjük akart tartozni; legendák keringtek arról, hogy testőrök gyűrűjében merészkedik az utcára; és a megközelíthetetlen médiasztár képzetét is sikeresen átültette a köztudatba. Ezzel folyamatosan eltávolodott a hétköznapi nézőktől, ami hosszú távon biztosan nem bizonyult volna működőképesnek. A néző ugyanis azt érezte, hogy a műsorvezető már nem abban a közegben mozog, amelyben közönsége, így a „mindenki Fridije” képzet is folyamatosan alábbhagyott. Egy esetleges újratekésznél is ez jelentené Friderikusznak a legnagyobb akadályt abban, hogy a show-műsora ismételten sikeres lehessen.

6. A Friderikusz-show médiatörténeti értékelése

A formátumokban olyan kísérőjegyek is helyet kapnak, amelyek elsődleges funkciója, hogy kereskedelmi vagy közszolgálati környezetbe illeszthetővé tegyék az adott műsort. A műsorformátum része így a produkcióhoz kapcsolódó üzleti terv (például a nézőszám) vagy különböző műsorkészítési megoldások – a kameramozgásoktól a látványvilágig, amelyek az értékesítésre szánt formátumok esetében már szilárdan lefektetett és követendő irányelvek sokaságaként jelennek meg (ezek a *production guide*-ok). A Friderikusz-show azért jelentette – az 1990-es évek elején Magyarországon még több vonatkozásban ismeretlen – kereskedelmi televíziózás élményét a televíziónézőnek, mert a műsor készítői a show-formátumokkal együtt az azokban fellelhető kereskedelmi jellegzetességeket is átültették a közszolgálati *Magyar Televízió* képernyőjére. De a produkcióval kapcsolatban felhozható legtöbb ellenérv is ez utóbbi sajátosságából kifolyólag fogalmazható meg: egy pénzügyileg meggyengült, az akkor folyó médiaháborúban szakmailag is egyre inkább megkérdőjelezhető intézménynek (Bajomi-Lázár, 2001) inkább a közszolgálatosság lényegét, és így a továbbhaladás irányát kellett volna kijelölnie magának, nem pedig elmozdulni a kereskedelmi televíziózás irányába. Más oldalról nézve viszont a Friderikusz-show médiatörténeti jelentősége a leginkább abban rejlik, hogy az első, minden vonatkozásában kereskedelmi szempontrendszer szerint készített műsornak minősül.

A Friderikusz-show-ban a nézőszám már olyan értéknek jelent meg a Show értékmezejében, amely egyrészt a televízió vezetői felé a magas költségvetésű műsor létét, másrészt a műsor nézői felé választásuk helyességét legitímálta. A műsorvezető a Show-k elején gyakran elmondta, hogy hányan nézték az előző adást, és egyúttal kifejezte háláját is ezért a nézőknek. A nézettség ugyanakkor mégsem egyszerű mérőszámként szolgált Friderikusz számára. A műsorvezető tudatosítani próbálta a nézőkben, hogy a műsor révén egybefogott közösség egyes tagjai ugyanolyan értékesek számára, mint a műsort figyelemmel követők egésze. Ezt gyakran különböző show-elemek formájában tette: egy alkalommal például úgy ment el reklámszünetre a műsor, hogy Friderikusz behozta az ország összes telefonkönyvét, amelyeket jelképesen elkezdett az elejéről felolvasni, külön-külön köszönve így meg az összes nézőnek a figyelmét. Az ehhez hasonló show-elemeknek a műsor nézői bázisának a megerősítésén kívül egyéb fontos funkciójuk is volt: úgy mutatták meg a műsor kereskedelmi természetét a nézőknek, hogy egyúttal azt el is fogadtatták velük. A nézők tisztában voltak azzal, hogy a produkció üzleti vállalkozásként működött, és a magas nézettség magas bevételeket is eredményezett, de ez nem zavarta őket, sőt részt vállaltak a sikerben.¹³

Ugyanakkor a Friderikusz-show-t tarthatjuk az első olyan produkciónak is, amely – a kereskedelmi televíziózás logikáján belül maradván – egyfajta értékvezérelt televíziózást volt képes megvalósítani, így például halmozott számban voltak jelen benne úgynevezett pozitív üzenetek is. A pozitív üzenetek rendszerint egyfajta nyílt állásfoglalással társított felhívást fogalmaznak meg valamilyen aktuális társadalmi problémával kapcsolatban (például droggkérdés, rasszizmus, szegénység, AIDS), és/vagy egyfajta szellemiség, értékrend, ízlésvilág (például világra való nyitottság, az idősek tisztelete) átadására törekszenek.¹⁴ Friderikusz műsoraiban ilyen üzenetek formájában küzdött például a hajléktalanok sorsának jobbításáért, a biztonságos közlekedésért vagy éppen a dohányzás ellen. E rövidfilmek ugyanakkor mégsem hasonlíthatók a napjainkban népszerű „társadalmi célú hirdetésekhez”, hiszen nem kapcsolódnak különböző programokhoz, leginkább a show értékmezejére építkezve az abban helyet kapó értékek hatékonyabb legitimálásához járulnak hozzá. A show értékmezejébe segítségükkel úgy lehet különböző, például egyetemes értékeket bevonni, hogy azok már a nézői közösséget a show közegén kívül, egy jobb világ megteremtéséért folytatott küzdelemben is képesek összefogni. A pozitív üzenetek ugyanakkor a kereskedelmi televíziózásban jelennek meg a leginkább, és ott is csak azoknál a műsoroknál tudnak igazán érvényesülni, amelyek nézői közösségeket tudnak kialakítani. A magyar televíziózásban a Friderikusz-show után az ilyen típusú üzenetek gyakorlatilag teljesen eltűntek a képernyőről, ami abból is következik, hogy az új kereskedelmi adók nem fektettek (fektetnek) kellő hangsúlyt nézői közösségek létrehozására.

7. Összegzés

Jelen tanulmány céljai közé egy újfajta közelítésmód, műsorelemzési módszertan kidolgozása tartozott, egy olyan magyar médiatörténeti jelentőségű műsor segítségével, amelyről korábban nem született átfogó elemzés. De a vizsgálat tárgya is megkövetelte a némileg rendhagyó módszertant, ugyanis a magyarországi televíziózás története szempontjából a Friderikusz-show értékelése mindaddig nem lehetett teljes körű, amíg egy olyan elemzési modellt nem állítottunk fel, amelyben a műsort már annak formátuma szempontjából tudtuk vizsgálni. A tanulmány ugyanakkor mindenekelőtt a műsorformátumok legfontosabb összetevőivel (például díszlet, szereplők, műsorvezetői magatartás), azok egymáshoz való viszonyával, valamint ezek lehetséges funkcióival foglalkozott, és csak részleteiben érintette azt a folyamatot, amelynek során egy adott televíziós produkcióból a világ bármely pontján értékesíthető műsorformátum válik. Itt mindenekelőtt arra a „kreatív folyamatra” gondolunk, amely azt célozza meg, hogy a világ bármely pontján sugárzott televízióműsort olyan mértékben és olyan szempontrendszer szerint alakítsanak át, hogy az a világ legtöbb (különböző kultúrájú, történelmi hagyományú) országában működőképes legyen. Bár részben ezt a problémakört is boncolgattuk a formátumok lokalizálásáról és a formátumok közti átjárhatóságról írt fejezetekben, ez a terület még további kutatásokat igényel, és egyik lehetséges útja a témával foglalkozó későbbi vizsgálódásoknak. Annál is inkább, mert a világ legjelentősebb műsorformátumokat forgalmazó cégeinek sikere jelentős részben az effajta gondolkodásmódnak is köszönhető.

A Friderikusz-show-hoz hasonló televízióműsorok ugyanakkor kevésbé alkalmasak arra, hogy világszerte értékesíthető, azonos irányelvek mentén szerveződő televíziós produkcióvá tudják őket alakítani. Ennek oka, hogy túlzottan személyiségfüggő televíziós műsортípusról van szó, azaz a műsorvezető személye nem helyettesíthető anélkül, hogy ne csorbulna az eredeti műsor jellege (a leginkább annak belső szervezőelvei). Ezért napjainkban a különböző játék-show-k (*game show*) jelentik az értékesíthető műsorformátumok számára a legnagyobb piacot. Ugyanis bár a televíziós játékok műfaja számos alműfajt egyesít (műveltségi vetélkedők – *quiz show*, tehetségkutató műsorok – *talent show*, valóságshow-k – *reality show*), mindegyikük meglehetősen egyszerű belső

szerveződési elveket követ. Rendszerint egy kiválasztottnak valamilyen (szellemi, fizikai, adottságbeli, érzelmi) próbatételt kell kiállnia valamilyen cél (értékes nyereség és/vagy ismertté válás) érdekében. A játék a show-formátumok külső szervezőelveiben (díszlet kialakítása, stúdió berendezési tárgyainak megválasztása és elrendezése vagy a lefektetett játékszabályok révén) egyszerűen kódolható, hogy az előbbi elvek érvényesüljenek, és ezen túlmenően számos formai elem iktatható be annak érdekében, hogy a játékos és a néző a világ bármely pontján a kívánt érzelmi reakciókat mutassa. Ezért a játékműsorok esetében a műsorvezető, a játékosok vagy adott esetben a zsűri cserélhető elemeket jelentenek, szerepük egy adott műsorformátumban minden kulturális közegben azonos lesz.

Irodalom

Babarczy Eszter (1997) Szeressétek Fridit! *Mozgó Világ*, 1997/6.

Bajomi-Lázár Péter (2001) *A magyarországi médiaháború*. Budapest: Új Mandátum Kiadó.

Bernáth László (2002) Bevezetés a műfajelméletbe. In Bernáth László (szerk.) *Új műfajismeret*. Budapest: Sajtóház Kiadó.

Császi Lajos (2005) A Mónika-show kulturális szociológiája. *Médiakutató*, ősz.

Dessewffy Tibor (1997) A Fridisták avagy a kvalitatív közönségkutatás relevanciája. In Terestyéni Tamás (szerk.) *Médiakritika*. Budapest: Osiris/MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

Friderikusz Sándor (1985) *Hal(l)hatatlan interjúim*. Budapest: Magánkiadás.

Friderikusz Sándor (1989) *Szigorúan nyilvános*. Budapest: Magánkiadás.

Gamson, Joshua (1998) *Freaks Talk Back: Tabloid Talk Shows and Sexual Nonconformity*, Chicago & London: The University of Chicago Press.

Gulyás Ágnes (2000) Bulvárlapok a rendszerváltás utáni Magyarországon. *Médiakutató*, ősz.

Haulis Zoltán (2005) Interaktív műsorformák a tematikus televíziózásban. *Médiakutató*, tavasz.

Hume, Ellen (2004) *Talk Show Culture*. USA: University of Massachusetts.

Horvát János (2002) A televíziós újságírás alapjai. In Bernáth László (szerk.) *Új műfajismeret*. Budapest: Sajtóház Kiadó.

Jenei Ágnes (2005) Kereskedelmi televízió és demokrácia. *Médiakutató*, ősz.

Parsons, Talcott (1988) A modern társadalmak rendszere. In Némedi Dénes (szerk.) Talcott Parsons a Társadalmi rendszerről (válogatás). *Szociológiai Füzetek 45*. Budapest: ELTE Szociológiai Intézet.

Szabados Péter (2005) Karnevál a médiában. *Médiakutató*, ősz.

Vitray Tamás (2000) *Vitray: összegzés*. Budapest: HungaLibri.

Interjú

Interjú Friderikusz Sándorral. Budapest, 2005. május 9.

Műsorok

Ez van! (FS 1) Debrecen, Kölcsey Ferenc Művelődési Központ, 1988. január 29.

Ez van! (FS 2) Debrecen, Kölcsey Ferenc Művelődési Központ, 1988. február 26.

Ez van! (FS 3) Debrecen, Kölcsey Ferenc Művelődési Központ, 1988. március 25.

Friderikusz Talk-Show (FS 4) Debrecen, Kölcsey Ferenc Művelődési Központ, 1989. május 26.

Friderikusz-show (FS 5) Nyíregyháza, Váci Mihály Művelődési Központ, 1990. március 26.

Friderikusz-show (FS 6) Nyíregyháza, Váci Mihály Művelődési Központ, 1990. április

Friderikusz-show (FS 7) Nyíregyháza, Váci Mihály Művelődési Központ, 1992. nyár

Friderikusz-show (FS 8) Magyar Televízió, 1992. január 20.

Friderikusz-show (FS 9) Magyar Televízió, 1992. február 2.

Friderikusz-show (FS 10) Magyar Televízió, 1992. február 14.

Friderikusz-show (FS 11) Magyar Televízió, 1992. március 5.

Friderikusz-show (FS 12) Magyar Televízió, 1992. április 2.

Friderikusz-show (FS 13) Magyar Televízió, 1992. április 16.
Friderikusz-show (FS 14) Magyar Televízió, 1992. április 30.
Friderikusz-show (FS 15) Magyar Televízió, 1992. május 17.
Friderikusz-show (FS 16) Magyar Televízió, 1992. június 11.
Friderikusz-show (FS 17) Magyar Televízió, 1992. június 25.
Friderikusz-show (FS 18) Magyar Televízió, 1992. július 9.
Friderikusz-show (FS 19) Magyar Televízió, 1992. július 23.
Friderikusz-show (FS 20) Magyar Televízió, 1993. december 23.
Friderikusz-show (FS 21) Magyar Televízió, 1994. október 13.
Friderikusz-show (FS 22) Magyar Televízió, 1994. november 10.
Friderikusz-show (FS 23) Magyar Televízió, 1994. december 8.
Friderikusz-show (FS 24) Magyar Televízió, 1995. január 5.
Friderikusz-show (FS 25) Magyar Televízió, 1995. március 30.
Friderikusz-show (FS 26) Magyar Televízió, 1995. április 13.
Friderikusz-show (FS 27) Magyar Televízió, 1995. április 27.
Friderikusz „Gang” Show (FS 28) Magyar Televízió, 1995. május 25.
Friderikusz-show (FS 29) Magyar Televízió, 1995. június 8.
Friderikusz-show (FS 30) Magyar Televízió, 1995. június 22.
Friderikusz-show (FS 31) Magyar Televízió, 1996. február 1.
Friderikusz-show (FS 32) Magyar Televízió, 1996. március 14.
Friderikusz-show (FS 33) Magyar Televízió, 1996. május 9.
Friderikusz-show (FS 34) Magyar Televízió, 1996. június 6.
Friderikusz-show (FS 35) Magyar Televízió, 1996. június 20.
Friderikusz-show (FS 36) Magyar Televízió, 1996. december 19.
Friderikusz-show (FS 37) Magyar Televízió, 1997. január 30.
Friderikusz-show (FS 38) Magyar Televízió, 1997. február 27.
Friderikusz-show (FS 39) Magyar Televízió, 1997. április 24.
Friderikusz-show (FS 40) Magyar Televízió, 1997. május 22.
Friderikusz-show (FS 41) Magyar Televízió, 1997. szeptember 25.
Friderikusz-show (FS 42) Magyar Televízió, 1997. október 24.
Friderikusz-show (FS 43) Magyar Televízió, 1997. november 20.
Friderikusz-show (FS 44) Magyar Televízió, 1997. december 18.

Lábjegyzetek

1

Friderikusz Sándorral folytatott beszélgetés alapján.

2

A Csak Ma című Friderikusz-estek szerveződésében egyfajta kirekesztettség-érzet dominált. A közélet politikai okokból száműzött egykori szereplői (például Balczó András olimpiai és világbajnok öttusázó, Kósa Ferenc filmrendező, Béres József feltaláló) a talkshow keretei között vélték megtalálni azt a nyilvánosságot, amely előtt tisztázhatták magukat az ellenük felhozott „vádak” alól (Friderikusz, 1985; Friderikusz, 1989). Ugyanakkor Friderikusz kérdéseivel nem pusztán egy adott ügy hátterének felderítésére vállalkozott: a készített interjúi a vendég szubjektumára irányultak, leginkább arra, hogy interjúalánya emberileg miképp élte meg az adott konfliktust és annak következményeit. Az államszocialista hatalmi rendszerrel való

találkozásokról szóltak ezek a beszélgetések, amelyeken keresztül mindenekelőtt a rendszer fonákságai tárultak fel a közönség előtt. Az interjúk hangneme végig kritikus volt, a műsorvezető nem fogadta el a vendégek által elmondott igazságot, mélyebb okok után kutatott, amelyeket gyakran interjúalanyai emberi gyengeségeiben vélt megtalálni. A műsorban a politikai témák mellett az évek előrehaladtával egyre nagyobb hangsúly helyeződött a szórakoztatásra is. A műsorvezető a közönsége toleráns magatartására építve olyan vendégeknek és témáknak is nyilvánosságot biztosított, amelyek megismerésére (miután ellentétesek voltak a közízléssel) a nézőknek nem vagy csak részleteiben volt mindaddig lehetősége. A talkshow-ban így a tabu ismeretlen fogalomnak számított: ugyanazon a színpadon énekelhetett Nagy Feró, ahol máskor Grósz Károly akkori miniszterelnökkel beszélgetett (telefonon) a műsorvezető, vagy épp Pécsi Ildikó falatozott egy sült csirkéből.

3

Az utolsó adás 1997. december 18-án került adásba.

4

A nyugati értékrend egy olyan viszonyítási alapként szolgált a műsor számára, amely gyakorta a magyar értékrenddel párhuzamba állítva szerepelt, kiemelve annak sivárságát vagy – épp ellenkezőleg – annak gazdagságát. Például Fekete László erőművészt mint Arnold Schwarzenegger magyar megfelelőjét a Friderikusz-show teszi országosan is ismertté. Friderikusz nézőinek elmondta, hogy míg az amerikai erőember szinte nemzeti jelkép hazájában, addig hazánkban a magyar erőemberről szinte senki nem tud (FS 10). Vagy e helyütt megemlíthetjük Valker Rheinisch genfi ékszerészt, aki (akkori áron egymillió dollárt érő) aranyból, drágakőből készült kerékpárját mutatta be a műsorban. Majd pár perc múlva Méhes András, a „magyar biciklikirály” érkezett önmaga „eszkábálta” kerékpárján a stúdióba, amely minden részletében a volt KGST-idézte (Wartburg kormányja és lengéscsillapítója volt, jugoszláv külső és lengyel belső gumival látták el..., FS 15). És szintén idekíváncozik Vanessa Mae nemzetközileg ismert fiatal hegedűvirtuóz, akit a mindössze 12 éves Horváth Bélával, a 100 Tagú Cigányzenekar primásával ismertetett össze a műsorvezető (FS 28).

5

Az utolsó adás 1993. december 23-án volt látható.

6

A jelen lévő közönség pedig több funkciót is betöltve vett részt a beszélgetésekben: taps formájában közvetlenül értékelte az elhangzottakat (*jutalmazó funkció*); segíteni tudta a műsorvezetőt, hogy kérdéseivel minél mélyebbre áshasson az adott vendég személyiségében, hiszen a kényes kérdéseket és az arra adott válaszokat taps formájában szintén jutalmazta (*feszültségoldó funkció*); fizikai jelenlétével pedig hitelesítette mindazt, ami a beszélgetés során elhangzott (*hitelesítő funkció*).

7

A *licensing format* egy olyan televíziós műsorformátumot jelent, amelynek szerzői jogai (*copyright*) többnyire valamilyen televíziós produceri irodánál vagy televíziónál vannak.

8

A fentieket megvilágító empirikus példánkat egy 1995 májusában készített show-műsor szolgáltatja, amikor a teljes produkciót egy budai bérház gangján (sajátos udvarán) vették fel (FS 28). A televízió képernyőjén sugárzott program egy werk-összeállítással kezdődött, amelyben a Friderikusz-show stábjá egy cirkuszi karaván formájában (cirkuszi kocsikkal, cirkuszi állatokkal) az MTV Kunigunda utcai stúdiójától a felvétel helyszínéül szolgáló bérházig haladt át a városon, miközben Friderikusz egy hangszóróval felszerelt cirkuszi kocsiból tájékoztatta a járókelőket a különös „költözésről”. A műsor elején a helyszínváltás okát Friderikusz a következőképp fogalmazta meg: „Mi önökkel, önökért vagyunk. És minden korábbi híresztelés ellenére önök és mi szorosán összetartozunk.” Ezzel a mondatával (és természetesen az egész költözéssel) a műsorvezető azt tudatosította a nézőkben, hogy a műsor ugyanabban a közegben létezik, amelyben annak nézői is élnek, tehát a show csillogó-villogó világa nem különül el élesen a hétköznapi világától. Az est sztárvendége Linda Gray (aki a Dallas című szappanoperában Samantha Ewing szerepét alakította) is egy kis kerülővel érkezett a műsorba: meglátogatta a Szomszédok című teleregény helyszínéül választott Gazdagréti lakótelepet, vásárolt a helyi közértben, találkozott a lakótelepen élőkkel, sőt még egy átlagos magyar családnál is vendégeskedett.

9

A Friderikusz-show a show-formátum hatékony alkalmazása révén kerülhetett be a nemzetközi show-business körforgásába is. A show-man például meghívást kapott Connan O'Briannek az NBC televízióban sugárzott show-jába (The Late Night Show with Connan O'Brian), ahol részleteket is bemutattak a magyar műorból, az amerikai show pedig egy hasbeszélő kórusát küldte „cserében” Magyarországra, amelynek vendégszerepléséről (egy rövidfilm erejéig) szintén beszámolt az NBC „testvérműsora”. De a Friderikusz-show európai show-kkal is kapcsolatba került, például partnerségi viszonyt ápolt Thomas Gottschalknak a német Sat 1 televízióban sugárzott show-jával, ahonnan különböző látványprodukciókat (pantomimesek, zsonglőrök...) tudott így nagy számban átvenni. De a világhírű szupersztárok is többek között azért fogadták el a produkció meghívását, mert a műsor formátuma számukra olyan közeget teremtett, amely révén önmaguk vagy saját produkciójuk népszerűsítésére is lehetőségük nyílt. Ekkor nyílik meg a kelet-európai piac a világot átfogó kulturális iparágak (film, zene) előtt, amelyek (főként) az Egyesült Államokban szintén a show-business köré szerveződnek. A magyar show pedig megjelenési lehetőséget adott az iparág termékeinek (azaz a sztároknak).

10

Egy show-műsor esetében ha egy adott vendéget a céltábla kategóriába sorolnak be, az még nem feltétlenül jelenti azt, hogy megalázó bánásmódban részesül vagy a műsor a lejáratására törekszik. A személyiségét teszik ekkor leginkább próbára, és ha a vendég rendelkezik a megfelelő öniróniával, ugyanolyan szimpátiát kelthet a nézőben, mint az, aki megbecsültként érkezik a műsorba. A Friderikusz-show-ban vendégeskedő világsztárok például kiválóan tudták kezelni azt a helyzetet (kérdéseket, feladatokat), amelyet több magyar híresség a személye elleni támadásként értékelt (például Fenyő Miklós, Vitray Tamás). Természetesen akadt olyan nemzetközileg is ismert csillag, akinek a személyisége nem volt elég erős ahhoz, hogy ki tudjon törni a rá kiosztott szerepből. Ilyen volt Anita Ekberg svéd filmszínésznő (FS 23). A műsorvezető „valaha volt

világsztárként” konferálta be a művésznőt, a beszélgetés alapfeltevéseit is az adta, hogy Friderikusz letűnt csillagnak tartotta őt, amit viszont a színész nem volt hajlandó elismerni. Öniróniával azonban ő is ki tudott volna bújni a (hozzá egyébként ténylegesen méltatlan) szerepkörből, de így a közönség negatív értékítéletét kiváltva kényszerült távozni a Show-ból. Ugyanabban az adásban Presser Gábor jelentette az ellenpólust, aki megbecsülteként érkezett a műsorba, és talán még jelentősebb megbecsülés övezte, amikor vastaps közepette távozott. A zenész esetében a beszélgetés alapfeltevéseit az adta, hogy Presser Magyarországra született, és csak ezért nem lehetett belőle nemzetközileg is ismert és elismert sztár. A műsorvezető őt nem titkoltan az egyik legnagyobb kedvenceként mutatta be, és a Show zenekarát is figyelmeztette, hogy Pressernek hosszabban játszanak, mint Anita Ekbergnek.

11

„Az a férfi, aki minden tévéelőzőnek szívügye...”; „A televízió jövőjének szelleme...”; „Az egyetlen életbiztosítás, és még ér is valamit...”; „Következzék az a férfi, akinek egyre jobban hullik a haja, bár egyelőre jól álcázza”; „És most jöjjön a kokain- és koleszterinmentes, valamint antialkoholista, de azért nem minden szenvedélytől mentes Friderikusz Sándor.”

12

Ez a nekik feltett kérdésekből és az alkalmazott show-elemekből derül ki.

13

A nézői összefogás ilyen kiaknázása egyébként nemzetközi viszonylatban is egyedinek számít.

14

A Friderikusz-show-ban az első ilyen típusú üzenet két német fiatalember (Thomas Stettbacher, Mark Kälin) mutatványához kapcsolódott. A fiatalok „STOP AIDS” feliratú pólóban érkeztek a műsorba, ahol az egyikük a másik fejére húzta a condomgumikat, amelyeket az az orra segítségével egészen addig fűjt, amíg szét nem durrantak. Ezzel a produkcióval már számos show-t megjártak, hiszen nem épp hétköznapi mutatványukkal ők tartották a világrekordot is. Friderikusz (bár elmondta, hogy tisztában van a kritika várható negatív fogadtatásával) így akart harcolni a HIV vírus terjedése ellen. A beszélgetés során azt is elárulta, hogy mi a már több adás óta a szíve felett viselt piros szalagnak a jelentése (az AIDS-ellenes küzdelem jelképe), és egy összeállítás is helyet kapott a beszélgetés végén, amely felhívta a nézők figyelmét a vírus rohamos terjedésére (FS 22). A példából világosan kitűnik a pozitív üzenetek fent már tárgyalt szerepe: egy szórakoztató mutatvány segítségével – amely önmagában kevés értéket képvisel –, kilép a műsor egy olyan értékmezőbe, amelynek jósága (jelen esetben az AIDS elleni küzdelem) sokak számára megkérdőjelezhetetlen, ezzel legitimálva az adott produkció helyénvalóságát is. Azt a vitát ez a dolgozat nem akarja eldönteni, hogy vajon ízléses tiltakozási módról van-e jelen esetben szó, de ha a show-műsorok közegre való hatásának eredményességét nézzük, akkor nem kizárt, hogy valóban célt érhetnek ezen üzenetek. Ebből a szempontból mindenképp veszteségként kell értékelnünk a jelen televíziózásából való hiányukat.



Állásfoglalás

[Közös állásfoglalás a kommunikációs alapképzés tervezett megszüntetéséről](#)

Legolvasottabb

- [Manipulál-e a média?](#)
- [Az internetes kommunikáció története és elmélete.](#)
- [Reklámhatás, problémamegoldás, intencionalitás](#)
- [Médiaerőszak: tények és mítoszok](#)
- [A tévémaci tudatformáló szerepe](#)

Könyvajánló



<>

Szomszédok közt

[> könyv rendelés](#)

Megrendelés



<>

2016 nyár

[> régebbi lapszámok](#)

Pódiumbeszélgetések

[„Szomszédok közt” pódiumbeszélgetés](#)

Kérdez: Bajomi-Lázár Péter Médiakutató

Válaszol: Kovács M. András és Lányi Balázs forgatókönyvíró



[> korábbi pódiumbeszélgetések](#)

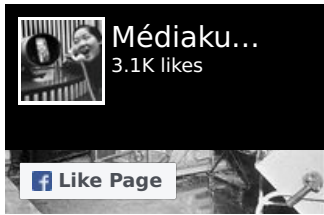
Partnereink

[Magyar Kommunikációtudományi Társaság](#)

[Sajtószabadság Központ](#) (rendszeres tevékenységét források hiányában megszüntette)

[Eastbound - Culture, Society, Media](#)

[Infokommunikáció és jog](#)



© [Médiakutató Alapítvány](#) 2000-2017. [Impresszum](#) [Szerzőinkhez](#)