

2008. 4. szám

JEL- KÉP

KOMMUNIKÁCIÓ, KÖZVÉLEMÉNY, MÉDIA

A Magyar Médiaért Alapítvány
és az MTA–ELTE Kommunikációelméleti
Kutatócsoport folyóirata

Szerkesztőbizottság

ANGELUSZ RÓBERT
GÁLIK MIHÁLY
GYÖRGY PÉTER
HORÁNYI ÖZSÉB
TAMÁS PÁL
TERESTYÉNI TAMÁS (főszerkesztő)
WESSELY ANNA

Tanácsadó testület

ALMÁSI MIKLÓS
CSEPELI GYÖRGY
HANN ENDRE
SVENNIK HOYER
HUNYADY GYÖRGY
LEVENDEL ÁDÁM
PETŐFI S. JÁNOS
PLÉH CSABA
TARDOS RÓBERT
VASS LÁSZLÓ

A szerkesztőség címe:

JEL-KÉP

MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport

1064 Budapest, Izabella u. 46.

Tel.: 461-2696, 461-2600

Fax: 461-2690

e-mail: terestyeni@ppk.elte.hu

Tördelés és sokszorosítás: Gondolat Kiadó

HU ISSN 0209–584X

TARTALOM

KÖZGONDOLKODÁS

- Csepeli György*: A DEVIANCIA VÁLTOZATAI 3
- Síklaki István*: INTEGRÁLT REKLÁMOK FOGADTATÁSA 9

MÉDIA

- Szekeres Péter*: A KISEBBSÉGEK ÉS AZ ELEKTRONIKUS MÉDIA I. 31

INTERNET

- Julesz Máté*: AZ INTERNETES KÖLCSÖNHATÁSOK NORMATÍV JELLEGZETESSÉGEI 47

MŰHELY

- Kucsera Olga*: VILÁG ÉS VILÁGLÁTÁS A MAI MAGYAR
TELEVÍZIÓS HÍRKÖZLÉSBEN
Az olaszliszkai lincselés megjelenése a féműsoridős híradókban 63

TALLÓZÓ

- HIÁNYPÓTLÓ TANULMÁNYKÖTET A SZAKRÁLIS
KOMMUNIKÁCIÓRÓL (*Spannraft Marcellina*) 99

A JEL-KÉP ezen száma a Nemzeti Kulturális Alap támogatásával jelent meg.



ÚJRA HELYESBÍTÉS ÉS BOCSÁNATKÉRÉS

Nincs szerencsénk tisztelt szerzőnk, Lepcsényi Lilla nevével. Előző számunkban helyesbítést közöltünk és bocsánatot kértünk amiatt, mert 2007/4. – 2008/1. számunkban A közvélemény operacionalizálása és a nem válaszolás értelmezésének lehetőségei című tanulmány szerzőjeként rosszul – Lep Lillaként – adtuk meg a nevét. Sajnos a helyesbítésbe is hiba csúszott: Csillát írtunk Lilla helyett. A szerző neve helyesen: Lepcsényi Lilla. Újabb tévedésünkért a szerzőtől és az olvasóktól ezúton kérünk – immár ismételten és nagyon szégyenkezve – bocsánatot.

Terestyéni Tamás főszerkesztő

KÖZGONDOLKODÁS

Csepeli György

A DEVIANCIA VÁLTOZATAI

A deviancia fogalma mintha Platón barlangjában született volna, ahol az emberek gyerekségüknél fogva lábuknál és nyakuknál megbéklyózva egy helyen ülnek, és csak előre néznek: fejüket a béklyóktól nem tekerhetik körbe, a hátuk mögül, föntről lobogó tűz világít, e tűz és a béklyózottak között fent út vezet. Az út mentén alacsony fal épült, mint amilyen a közönség és a bűvészek között lévő kerítés, mikor az utóbbiak csodákat mutogatnak. A kis fal mentén mindenféle holmit hurcolnak úgy, hogy a fal fölé magasuljanak: emberszobrokat, állatok kő és fa képmásait, és amint valószínű, a holmikat hurcolók egy része beszél, a másik meg hallgat. Az ilyen emberek önmagukból és egymásból nem látnak mást, mint árnyakat, amelyeket a tűz a barlang szemközti falára vetít. Nem sejthetik, hogy más is lehet igaz, mint ama holminknak összképe.

Szókratész ezzel a helyzetleírással lepi meg az ámulkodó Glaukont, akit (és azóta is mindenkit, aki a dialógust olvassa) rádöbbsent az igazi megismerés rettenetére: „Képzeld el most, milyen volna a bilincsekből való felszabadulásuk, s az értelmetlenségéből való meggyógyulásuk, ha a következő módon természetes helyzetbe kerülnének. Ha valamelyiküket feloldanák, s kényszerítenék, hogy hirtelen álljon föl, forgassa körül a nyakát, járjon, és nézzen fel a tűz fölé, s ha mind e mozdulatok közben fájdalmat érezne, s a ragyogó fény miatt nem volna képes ránézni azokra a tárgyakra, amelyeknek árnyékát azelőtt látta: mit gondolsz, mit felelne az ilyen ember, ha valaki azt mondaná neki, hogy előbb csak üres semmiségeket látott, most azonban, mivel a valósághoz közelebb esik, s mivel az igazibb valóság felé van fordulva, sokkal helyesebben lát: s ha az előtte elhaladó tárgyakra mutatva kényszerítené, hogy feleljen a kérdésre: mi az?” (Platón, Az állam. VII. 515 – 516)

Az árny, melyet a barlangban ülők a szemközti falon látnak, nem a deviancia, hanem annak hiánya, a normalitás, melynek üressége akkor válik nyilvánvalóvá, ha megkérdezzük: „mi az?” A szociológus erre a kérdésre azt válaszolja, hogy a deviancia összegző jellegű kategória, „amely egységes szemléletben kívánja értelmezni a társadalmi élet ’mikroszintjének’, az egyéni viselkedésmódoknak a kulturális normáktól eltérő vagy éppen abba ütköző válfajait. Olyan ’viselkedéseterések’ természetére igyekeznek a különféle diszciplínák fényt deríteni, amelyek konkrét megvalósulásuk során szigorúan személyhez, egyénhez kötöttek, ám közvetve mégis mindig adott társadalmak, adott kultúrák termékei”. (Kolozi, 1992. 34. o.) A deviancia az élet varianciájának terméke, amiből egyként támad a hasonlóság és a különbözőség. Szókratész jogosan teszi fel a kérdést Zenonnak, amikor a sokféleségben rejtőző hasonlóság és különbözőség problémáját feszegeti: „Nem

gondolod-e, hogy önmagában létezik a Hasonlóságnak valami formája (ideája) és viszont más valami, ami ennek ellentéte, a 'Különböző'? S e két létezőben részesülünk én is, te is, és a többi is, amit 'soknak' hívunk, s a Hasonlóságban részesülők hasonlóvá lesznek ezáltal és annyiban, amennyiben részesülnek, a különbözőségeikben részesülők pedig különbözővé, s a mindkettőben részesedők mindkettővé lesznek, sőt, ha minden dolog ellentétes formában részesül, s a mindkettőben való részesülés folytán egymáshoz hasonlók és egymástól különbözők is, mi csodálatos van ebben?" (Platón, Parmenidesz. 128 – 129.)

A magyar szövegben „különbözőnek” fordított görög „heteron” szó jelentése egyszerre „különböző” és „másik”. A szöveg második része arra utal, hogy nem lehetünk hasonlók anélkül, hogy ne különböznénk, s ha akarjuk, ha nem, a Másik bennünk van. A deviancia igazabb valóság, mint a normalitás, mely nem az egyén, hanem a közösség parancsa. A különbözőség az egyén, a hasonlóság a közösség attribútuma. Hasonlóság nélkül nem lenne közösség, különbözőség nélkül nem lenne egyén. A hasonlóság a rend, a különbözőség a káosz alapelve. Az egyén eredendően deviáns, hiszen szabad, s szabadságában senkihez nem hasonlítható, mindenkitől különböző lény, akit azonban, ha nem korlátoznak, szabad akarata folytán szétveti a rendet, megszabadítja magát a hasonlóság béklyóitól. A rend és a káosz erői egymást tagadják, miközben eltéphetetlen szálak fűzik őket egyggyé. A deviancia a rend tagadása, a normalitás a káosz tagadása. A deviancia a Semmi hangja, melyet Madách hallott meg, az isteni rend ellen lázadó Lucifer szájába adva a következő szavakat:

*S nem érzed-é eszméid közt az űrt,
Mely minden létnek gátjául vala,
S teremtni kényszerültél általa?
Lucifer volt e gátnak a neve,
Ki a tagadás ősi szelleme.
Győztél felettem, mert az végzetem,
Hogy harcaimban bukjak szüntelen,
De új erővel felkeljek megint.
Te anyagot szültél, én tért nyerék,
Az élet mellett ott van a halál,
A boldogságnál a lehangolás,
A fénynél árnyék, kétség és remény.*

A Semmi nevében indított lázadás éppen úgy jelenthet totális pusztítást mint teremtő rombolást, radikális újítást. Merton anómia-elméletében nem véletlenül tekinti az újítást devianciának, amikor a cselekvő a nem konvencionális eszközökkel tör társadalmilag jóváhagyott célokra. Merton a lázadást a deviancia specifikus esetének tartja, amikor a cselekvő megszakítja a cselekvési célok és eszközök társadalmi jóváhagyását szentesítő hagyományt, és helyette újat hoz létre. A visszahúzó és a ritualizmus viszont a viselkedés terméketlen, sehova nem vezető anómia-formái. (Merton, 1980)

Aki nem deviáns, az társadalmilag jóváhagyott célokat társadalmilag jóváhagyott eszközökkel valósít meg. A deviáns benne van a nem deviánsban, akinek a deviánssal szemben érzett idegensége a deviancia kísértésének elhárítása, pszichológiai távolítása. A deviancia az Én-ben rejtőző Másik okozta meg hasonlítás. Ha a meg hasonlítás manifesz-

táldodik, kétféle módon törhet utat az emberi lélekben. A befelé vezető út az öngyilkosok, elmebetegek, alkoholisták, szenvedélybetegek útja, akik saját sorsukat vetik oda a káosz erőinek. A lélekből kifelé vezet a gyilkosok, rablók, vérfertőzők, sikkasztók, tolvajok, hazaárulók útja, akik mások végzetét töltik be.

A kérdés nem is az, hogy miért vannak deviánsok, hanem az, hogy miért vannak, akik nem deviánsok? Bár az Úr kilátásba helyezte Lucifernek a megsemmisítést, mégsem tette meg. Helyette száműzte és totális magányra ítélte lázadó angyalát. A deviancia mindig, minden korban beleütközött a tilalomfákba, melyeket a hatalom állított törvények, parancsok, normák képében. Ezekhez a szabályozókhoz szankciók társultak, melyek a törvénysértőket, parancsmegtagadókat, normaszegőket büntették.

A társadalom rendjét fenntartó hatalom ambivalens módon viszonyul a káosz üzenetét magukkal hozó deviánsokhoz. A hatalom jón és rosszon túli üres tér, ahol ha nem is történik meg bármi, de bármi megtörténhet (Csepeli, 2008). A deviancia a hatalom terében értelmetlen, miként a normalitás is az. A hatalom azáltal bizonyítja be isteni eredetét, hogy nem tartja magára érvényesnek az emberi rendet. Az egyiptomi uralkodók vérfertőző viszonyban éltek, anyák fiaikkal, apák lányaikkal, fiúk húgaikkal éltek házasságban. A római császárok az agresszió és a szexualitás normáit a legváltozatosabb módon sértő viselkedéseket tanúsítottak. Az örület és a lelki zavar nem befolyásolta a királyok hatalomérvényesítő képességét a középkorban. A diktátorok mertoni értelemben mind újítók vagy lázadók. A világ varázstalanodásának köszönhető, hogy a modern, demokratikus szabályok szerint uralomra jutott, leváltható politikusok körében a deviancia elveszti legitimáló szerepét. Nem véletlen, hogy demokratikus rendszerekben a politikusokkal szemben a leggyakoribb vád a lopás, mely a dolog természeténél fogva többnyire büntetlen marad.

Míg a hatalom elnéző önnön devianciáival szemben, saját jól felfogott érdekében üldözi és bünteti az alávetettjei körében jelentkező devianciákat. A hatalom védő rétege a devianciával szemben a bűn, mely a hatalom logikája szerint együtt jár a büntetéssel. A „Gemeinschaft” társadalmi szerkezetek „Gesellschaft” szerkezetű átalakulása egyben a bűn (és a büntetés) alakváltozását hozta maga után.

A korai közösségi társadalmakban a hatalmi szférán kívül jelentkező deviancia tűrhetetlen és elviselhetetlen kockázatot jelentett a rend számára, hiszen a közösség túlélése volt a tét. Ennek megfelelően a deviáns sorsa a kiirtás volt. Az ítélezés és a kivégzés a hatalom nagyszerű szertartása volt, mely a deviáns kísértések elriasztására, az alávetettek megfélemezésére szolgált. A nyilvános kivégzés egyben a tömegszórakoztatás bevett műfaja is volt. Foucault joggal nevezi a bírósági kínhalált „politikai rituálénak”, melynek feladata, hogy a bűnös megkínzott, véres, de még élő teste figyelmeztesse a büntetetre csak készülődőket, elriassza a potenciális deviánsokat. A tiltott, de leleplezett gonosztett nyílt szembeszegülés a hatalommal, mely a büntetéssel nem egyszerűen megtorolja a büntettet, hanem helyreállítja a deviáns által felforgatott rendet. Foucault szerint a nyilvános kivégzés „olyan szertartás, amely helyreállítja az egy pillanatra megsértett legfelsőbb hatalmat. Visszaállítja azt, miközben teljes ragyogásában nyilvánvalóvá teszi. A nyilvános kivégzés, bármilyen elsietett vagy mindennapos legyen is, a megcsorbult, majd visszaállított hatalom nagy szertartásainak sorába tartozik.” (Foucault, 1990. 66.)

A deviancia és a deviáns fizikai kiiktatásának kevésbé látványos, de nem kevésbé ősi módszere a száműzés. De a rendet fenyegető rendtelenség megbélyegzése akkor is lehetséges volt, ha a hatalom úgy döntött, hogy a deviáns megtarthatja életét, s fizikai

ottléte sem fenyegető. Ebben az esetben elegendő volt az elrettentéshez szimbolikus eszközök bevetése, melyek alkalmazása révén a deviáns megmaradhatott a közösség látókörében, csak éppen elveszítette jogát arra, hogy a nem deviánsok érintkezhessenek, kommunikálhassanak vele. Erre a módszerre emlékeztet a katolikus egyházban mind a mai napig az *ex-communicatio* eljárása, mely annak idején az eretnekké nyilvánítás eszköze volt, amit a világi igazságszolgáltatás szervei által hozott halálos ítélet (máglya) követett. A stigmatizáció mind a mai napig a többség bevett elkülönítő, távolságtartó technikája mindazokkal szemben, akik cselekvéseiket nem akarják vagy nem képesek társadalmilag jóváhagyott eszközök és célok jegyében alakítani. (Goffman, 1963)

A modernizációval bekövetkező tömeges individualizáció körülményei között egyre terheesebbé és diszfunkcionálisabbá vált a bűnössé nyilvánítás és büntetés kegyetlen és véres színháza. A francia forradalom idején jelent meg a törvényes kivégzés új, humánusnak nyilvánított eszköze, mely a halált egy pillanat alatt idézte elő, amikor is a nyakra felülről zuhanó, vasból készült éles tiló lemetszette az elítélt fejét. Amikor a nyaktiló véget vetett Isten választottja, a király életének, akkor XVI. Lajossal együtt Isten is meghalt. A hatalmat a nép nevében gyakorlók hatalma önmaguk ellen fordult, akik büntelen bűnösként követték a királyt a halálba. A szertartás megmaradt, de elveszítette varázserejét.

Új korszak kezdődött. A bűn interiorizálódott. A büntetés zárt térbe került. A deviánsok eltűntek az utcákról és a terekről. Az elmebetegeket, bűnözőket, szexuális eltévelyedőket, nyomorékokat, krónikus betegeket, a világ szeme elől elzárt, hatalmas épületekbe telepítették. A pokol színháza bezárt.

A normalitás és a deviancia közötti határ bürokratizálódott. A deviancia intézetek falai és kerítései közé szorult. A falakon és a kerítéseken túl volt a normalitás. Két, egymást tagadó világ jött létre, melyek között nem volt átjárás. A két világ kölcsönösen misztifikálta egymást. Új szerepek jöttek létre, melyek betöltői egyedül jogosultak a határátelérésre.

A normalitás antitéziseként felfogott deviánsokat katalogizálták és szortírozták. Az intézetekben elkezdődött a javító-nevelő és gyógyító munka, melynek célja a deviáns visszavezetése volt a helyes útra.

A metafizikai dimenzióitól megfosztott, professzionizált és bürokratizált deviancia fizikai valóságában távol került a mindennapoktól, miközben lelkileg közelebb került a mindennapokhoz mint valaha volt. A deviancia a média, a művészeti és szakmai kommunikáció központi témájává vált, s minden devianciára vonatkozó közlés bizton számíthatott arra, hogy a közfigyelem középpontjába kerül. A modern társadalmi rend nem nélkülözhetette a deviancia szorongást és rettenetet keltő reprezentációit.

Szabó Dezső nem volt deviancia – szakértő, csak egy éles elméjű magyar író, aki igen korán felismerte a deviancia professzionális és bürokratizált episztemológiájának korlátait. Az író a maga korában a deviancia első számú modern szakértőjének számító Lombroso elméletein megütközve a következőket írja: „Ha csak egy kicsit gondolkozunk, észrevevesszük: hogy ezeknek a tetteknek majdnem mindegyike igen konstruktív ténykedés: sőt társadalmi és történelmi érték. Az emberölés nemcsak a honvédelemben lehet szükséges és kiváló teljesítmény. Bizonyos hivatásbeli embereknek, bizonyos esetekben mintegy esküvel megkötött kötelességük teljesítése bizonyos emberek megölése. A hazugság az emberi élet ezer viszonyában valóságos áldás, szükségesebb a napi kenyérnél. Néha zseniális politikai fogás. A csalás száz és száz neme vagy bevett szokás, vagy, néha,

valóságos történelmi eszköz. A lopás s rablás, ha más néven is, de mint erőszakos eltulajdonítás a történelem örök, állandó ténye. Az erőszakos vagy úgynevezett erőszakos nemi közösülésből igen sok boldog házasság vagy tartós jó viszony lett, és csak kis része kerül mint bűn a törvényszék elé. A vérfertőzés esete? Hány esetben van, megfelelő hivatalos engedéllyel, igen jó és egészséges házasság első unokatestvérek között. A súlyos kötelességmulasztás helyes megítélése mindig az összes körülmények pontos ismeretétől függ. A hazaárulás? Hányszor minősítettek hazaárulásnak olyanényt, mely éppen elszántan hősi magatartás volt a haza igazi érdekében.” (Szabó, 1996. I. 342. o.)

Szabó Dezső érvelésének érvényére példa Sir Roger Casement esete, aki mind a mai napig az írek nemzeti hőse. De hős lenne ő Írsége nélkül is. Brit konzuli tisztviselőként bátran viselkedett Kongóban és Peruban. Nélküle semmit sem tudnánk a szörnyűségekről, melyeket ezekben az országokban a hatóságok az emberi jogok ellen követtek el a faji felsőbbrendűség nevében. A király 1911-ben lovaggá ütötte. Vesztere ír is volt, aki az első világháború idején a németek oldalára állt, hogy rab hazájában felkelést szervezhessen. Amikor egy német tengeralttjárón hazaérkezett, már várták. Per és kivégzés következett. Hogy kevesebb legyen a tiltakozás, a leleményes ügyész a titkos tárgyalásról kiszivárogtatta a vádlott Peruban írt „Fekete naplóját”, mely a hős éjszakaiiról számolt be. Fiú fiú hátán. Casement kényszeresen kereste a nála fiatalabb férfiak társaságát, s a napló olvastán sokan arra a következtetésre juthattak, hogy inkább volt homoszexuális mint hős. Az angolok hat évtizeddel később kiadták az ír testét az íreknek, akik időközben függetlenek lettek, kivéve szigetük északi csücskét. Bár Casement azt szerette volna, hogy sírja ott legyen, az angolok nem engedték haza, mivel szemükben az ír hős még mindig csak egy deviáns hazaáruló volt. (Reid, 1987)

A nyugati civilizáció országaiban korunkban elindult az a folyamat, melynek eredményeképpen a devianciára és a normalitásra vonatkozó gondolatok változnak. Mérséklődik a közvélemény előítéletessége, tisztul a közbeszéd, nő a tolerancia. Az intézetek kapui kinyílnak, a deviancia és a normalitás közé vont merev határok oldódnak. Egyre többen vannak, akik képesek és hajlandók arra, hogy felálljanak, megforduljanak és szembenézzenek a ragyogó fénnel, mely még eleinte vakít, de ha hozzászokunk, a dolgot magát nézve keressük a választ a kérdésre, hogy „mi az?” A helyes választ csak akkor tudjuk megadni, ha a kérdést átalakítjuk. Helyesen megfogalmazva, a kérdés a következő: „Ki az?” Ez a kérdés egzisztenciánk alapjait érinti. A deviancia tárgya a bennünk élő Másik, akit nem kívül, az utcán, az intézetekben, a média által mutatott valóságban, hanem belül, önmagunkban kell megkeresnünk. Rá kell jönnünk, hogy labirintusban élünk, ahol nincs helyes és deviáns út, csak utak vannak. A keresztutakhoz érkezve a sors és az akarat határozza meg, hogy merre forduljunk.

A világ nagyobb részét még nem érte el és nem hatja át a posztstrukturalista gondolkodás. A civilizációk harca (Huntington, 2008) azt is jelenti, hogy az egyes társadalmak mélységesen különböznek abban, hogy miként határozzák meg a devianciát és a normalitást. A keletről nyugatra, délről északra irányuló migráció következtében a modern társadalmakban premodern szigetek keletkeznek, amelyek szítják az intoleranciát, és újraélesztik a mássággal kapcsolatos szorongást. A modernizációs kihívás a világrend egészét fenyegető, nyugati szemmel nézve deviáns viselkedéseket hívott elő, melyeknek nehéz más nevet adni, mint a terrorizmus.

IRODALOM

- Bíró, J. (1997) *Démonok. Kulturális jelenségek devianciája*. Budapest, Új Mandátum.
- Csepei, Gy. (2008) A politikai én paradoxonai. *Társadalomkutatás*. 26. 1. 3 – 11.
- Foucault, M. (2004) *A bolondság története*. Budapest, Atlantisz.
- Foucault, M. (1990) *Felügyelet és büntetés. A börtön története*. Budapest, Gondolat.
- Goffman, E. (1963) *Stigma. Notes on the Management of Spoiled Identity*. Englewood Cliffs, N. J., Prentice Hall.
- Huntington, S. P. (2008) *A civilizációk összezsapása és a világrend átalakulása*. Budapest, Európa.
- Kolozsi, B. (1992) *Deviancia*. Budapest, Gondolat.
- Merton, R. K. (1980) *Társadalomelmélet és társadalmi struktúra*. Budapest, Gondolat.
- Platón (1943) Az állam. In *Összes Művei*. Budapest. I. köt. 1009 – 1010. o. Kövendi Dénes fordítása.
- Platón (1943) Parmenidesz. In *Összes Művei*. Budapest. II. 384. o. Kövendi Dénes fordítása.
- Reid, B.I. (1987) *The Lives of Roger Casement*. London, The Yale Press.
- Szabó, D. (1996) *Életeim. Születéseim, halálaim, feltámadásaim*. Budapest, Püski.

Síklaki István

INTEGRÁLT REKLÁMOK FOGADTATÁSA

Az integrált reklámok lehetséges jelentősége

Mit is értünk integrált reklámon? A reklámokban a romák ma Magyarországon nem léteznek. Volt ugyan néhány „etnikai reklám”, amikor a reklám eszközeivel próbáltak befolyást gyakorolni az etnikai előítéletekre, ám ezek a „köz célú” reklámok teljesen más kategóriába tartoznak a célcsoport szemében, mint a szokásos reklámok. Az „integrált reklám kifejezés tehát azt jelenti, hogy a „normális”, többségi szereplőkkel dolgozó reklámok kontextusában megjelennek olyan változatok is, ahol egy szokványos használati cikket roma szereplő, vagy roma és nem roma szereplő reklámoz.

Az etnikai sztereotípiák és előítéletek markáns vonása, hogy bizonyos élethelyzetekbe skatulyázza, szorítja be az etnikai kisebbséget – pl. nyomorúságos semmittevés, sorban állás a szociális segélyért, nehéz és piszkos fizikai munka, tolvajlás, tisztátalan jövedelemből kihívó gazdagság, kéregetés, szórakoztató zeneipar. Ezt a kategorizációt azután szándékos vagy önkénytelen, rejtett vagy nyílt diszkrimináció útján fenn is tartja, a sztereotípiától idegennek tartott területekre be sem engedi az illető kisebbséget. Jó példa volt erre a „roma Mikulás” reklámkampány fogadtatása. Emlékeztetőül, egy etnikai előítéletekkel szemben tervezett akció beharangozó aktusaként készült, s adásba is került egy olyan tévéreklám, amelyben a Mikulás meglátogat egy – nem roma – óvodát. Az első epizód, ami az elfogulatlan nézőnek leleplezte a trükköt, hogy a Mikulás egy ponton előkap két evőkanalat, és a jellegzetes roma ritmushangszerként használva szórakoztatja a gyerekeket. Mivel a Mikulás és a roma kisebbség sztereotípiája igen távol esnek egymástól, a fókuszcsoportos kutatás többségi résztvevői egyszerűen „nem vették észre”, hogy itt valami szokatlan történik, egy Mikulás nem szokott „kanalazni” az óvodában! A reklám poénja, hogy a Mikulás, távozóban visszafordul és leleplezi magát: egy cigány fiatalembert rejtett az ősz szakáll. Nagyon sokatmondó volt a csoport egyik tagjának a spontán reakciója erre a fordulatra: „Már a Mikulásunkat is elveszik?!” Elképzelhető, hogy az integrált reklámok esetében is hasonló reakcióval számolhatunk a többségi emberek részéről: vagy „észre sem veszik”, hogy a reklámban egy cigány ember szerepel, vagy „kikérik maguknak”.

Ez tehát a lehetséges negatív kimenetele egy ilyen kampánynak. Mi lehet a pozitív kimenetel? Régi és általános szociálpszichológiai tapasztalat (pl. Zajonc, 1968), hogy ha egy ingerrel gyakran találkozunk, az ismerőssé válik, s az ismerősségnek pozitív hatása van az attitűdökre. Ha semleges vagy konfliktusmentes helyzetekben valaki gyakran találkozik egy kisebbséggel, akkor az ismerőssé válás csökkenti a negatív előítéletet. Az integrált reklámok elterjedésének feltételezhetően volna ilyen hatása: ha gyakran lát a többség

a többségihez hasonló élethelyzetekben kisebbségi embereket, akkor az ismerőssé válás csökkentheti az előítéleteket, legalábbis azok tisztán negatív karakterét. Továbbá ebben az esetben a kisebbség képviselőjével markánsan nem sztereotip kontextusban, hanem eddig a többség számára fenntartott kontextusban találkoznak, aminek lehet olyan hatása, hogy enyhít a sztereotip kategorizálás merevségén.

Fentebb a többségi társadalom szemszögéből vettük szemügyre az integrált reklámok lehetséges hatásait, mintegy feltételezve, hogy a kisebbség szempontjából egy ilyen kampány problémamentes. Nem szabad azonban magától értetődőnek venni, hogy a kisebbség önképe, identitása szempontjából egyértelműen pozitív kell, hogy legyen egy ilyen ábrázolás. A legkülönbözőbb kulturális, szociológiai, szociálpszichológiai okok lehetnek a háttérben, amelyek ezt a kézenfekvőnek tűnő várakozást cáfolják. A kérdés tehát ebben az általános formában is empirikus ellenőrzést kíván. Ám ha még általában megalapozottnak bizonyul is a fenti várakozás, nyilvánvaló, hogy számos tényező árnyalja – például a roma önsztereotípiával milyen jellegű reklámábrázolások vannak összhangban, melyek ütköznek, milyen szituációk ellenkeznek a roma kultúra hagyományaival, és így tovább. Mindezek alapján átgondolt és alapos kutatásnak kell megelőzni egy ilyen vállalkozást, ugyanakkor súlyos hiba volna a többségi társadalom részéről ezt a lehetőséget kihasználatlanul hagyni.

A kutatás, amelyről ebben a cikkben beszámolunk, egy pilóta vizsgálat, amelyre megbízást a Szociális és Munkaügyi Minisztérium Romaintegrációs Főosztálya adott, s amelynek célja kettős volt. Egyrészt általános benyomást szerezni az integrált reklámok fogadtatásáról a többségi és a roma populáció körében, másrészt hozzájárulni egy olyan kutatási módszer kidolgozásához, amely egy remélhetőleg elkövetkező szisztematikus projektben hatékonyan alkalmazható lesz. Az alapvető kérdés tehát az volt, hogy az integrált reklámok fogadtatása milyen módszerrel vizsgálható, s hogy első nekifutásra milyen reakciókat vált ki a gondolat a többségi, illetve a roma emberekből.

A kutatás módszere

A marketing kommunikációban a reklámok várható hatásának tesztelésére a hagyományosan bevett módszer a fókuszcsoport – beszélgetés. A fókuszcsoport hosszú múltra visszatekintő kvalitatív kutatási technika, amelynek története folyamán számos, kisebb-nagyobb mértékben eltérő definíciójával találkozhatunk (l. Síklaki, 2006a). A lényege az, hogy 8-10 fős beszélgető csoportokat alakítunk ki olyan emberekből, akik bizonyos paraméterekkel jellemezhetők, és közös bennük, hogy részük volt egy adott élményben. Például nők vagy férfiak, adott szintű az iskolázottságuk, városban vagy kisközségben lagnak stb.; közös számukra, hogy egy adott ingeranyaggal – pl. bizonyos fajta reklámokkal – találkoztak. A csoport a közös élményeket megvitatja egy moderátor segítségével, aki nem közvetlen kérdéssel, hanem a beszélgetés irányának közvetett terelgetésével eléri, hogy a résztvevők egymás, az ingerrel kapcsolatos érzelmi, értékelő vagy egyéb megnyilvánulásaira reagáljanak, s ez a csoportdinamika felszínre hozzon olyan attitűdöket, amelyek korábban nem váltak a résztvevők számára tudatossá, s így közvetlen rákérdéssel hozzáférhetetlenek maradtak volna. A csoportbeszélgetésről az anonimitás biztosítása mellett videofelvétel készül a későbbi elemzés számára.

Az etnikai előítéletek kényes kérdés, gyakori, hogy az emberek „nyilvánosan” inkább a társadalmi elvárásoknak megfelelő válaszra hajlanak, s nem a spontán, valódi attitűdjüket fogalmazzák meg. Bár a mai Magyarországon a cigányokkal kapcsolatos negatív előítélet nyilvános hangoztatása kevésbé számít elítélendő dolognak, mint e tekintetben érettebbnek tekinthető társadalmakban, mégis, számítani lehetett arra, hogy a téma nyílt megvitatása olyan csoportban, ahol idegenek ülnek, ahol valamilyen formális tekintély élvező moderátor irányítja a beszélgetést, s ahol még ráadásul rögzítik is az elhangzottakat, nem fog kedvezni a valódi attitűdök őszinte kinyilvánításának. Különösen kényesnek gondoltunk egy olyan változatot, amikor többségi és kisebbségi résztvevők vegyesen vitatják meg az ingerként bemutatott reklámokat. Ezért éltünk azzal a lehetőséggel, amit az internet és a mai informatika biztosít: szerveztünk teljesen anonim, online beszélgetéseket is. Ennek az a lényege, hogy a résztvevők egy számítógépről bejelentkeznek egy megadott jelszóval egy internetcímre, ahol „bevezetik” őket egy virtuális beszélgetőszobába, miután választottak maguknak egy avatart (tetszőleges kis arckép ikont) és egy becenevet. A beszélgetés lényegében a személyes csoportokhoz hasonló módon, de írásban (chat) zajlik (a módszer részletesebb ismertetését l. Síklaki, 2006a, 5. fejezet; Síklaki, 2006b; továbbá www.meroving.hu). Háromszemélyes és három online fókuszcsoportra került sor, az alábbi résztvevőkkel.

A minta

A személyes csoportoknál roma és többségi csoportokkal dolgoztunk, s a három csoport úgy adódott, hogy volt egy tisztán roma férfiakból álló csoport, egy tisztán roma nőkből álló csoport, és egy nőkből és férfiakból álló vegyes többségi csoport. Az aszimmetriának több oka van. A fókuszcsoport módszer (különösen a személyes) eléggé költséges, így három csoportra nyílt lehetőség, ezért a nemek szerinti homogenitás szimmetriáját nem tudtuk biztosítani. Az volt a feltevésünk, hogy kulturális okokból a roma csoportokban erősebb lett volna a férfiak véleményének dominanciája a nők véleményével szemben, ha vegyes csoportot alakítunk ki, mint a többségi résztvevők esetében, ezért született ez a kompromisszum. Egy további kompromisszum volt, hogy személyes csoportokat csak Budapesten szerveztünk, ugyanis ebben az esetben értelemszerűen egy adott helyen, egy stúdióban fizikailag kell együtt lenniük a résztvevőknek, ami több földrajzi helyszín esetén jelentősen növeli a költségeket.

Az online csoportok összeállításánál jóval nagyobb szabadságot élveztünk részint az internet (nem szükséges fizikailag egy helyen lenni a résztvevőknek), részint az anonimitás miatt. Ennek megfelelően a három online csoport az alábbi megoszlást mutatta:

- többségi nők és férfiak az ország különböző régióiból és különböző településtípusokról
- roma nők és férfiak Budapestről és környékéről
- többségi és roma nők és férfiak Budapestről

A személyes és az online csoportok összetételének aszimmetriája a kutatás szempontjából nem volt szerencsés, de a költségvetési korlátok ennyit engedtek meg. Különösen sajnálatos volt ez az aszimmetria – mint utóbb kiderült – a többségi és roma vegyes csoportok tekintetében, erre később még visszatérünk.

1. táblázat
A fókuszcsoportok résztvevői

Személyes csoportok	Online csoportok
Roma nők (Budapest)	Roma nők és férfiak fele-fele arányban (Budapest és környéke)
Roma férfiak (Budapest)	Többségi nők és férfiak (országos minta)
Többségi nők és férfiak fele-fele arányban (Budapest)	Roma és többségi nők és férfiak arányosan (Budapest)

Az ingeranyagok

Mivel a céljainknak megfelelő reklámok nem léteznek a magyar reklámpiacon, továbbá, ha léteztek volna is, a résztvevők által korábban eltérő mértékben és módon megismert ingeranyagok nem szolgálták volna az eredmények megbízhatóságát, hivatásos reklámgrafikusokkal A4-es, sajtóreklám jellegű színes anyagokat készítettünk. Arra törekedtünk, hogy a reklámok teljesen valóságűek legyenek, tekintettel arra, hogy a kutatás célját előre nem árultuk el a résztvevőknek, ők úgy tudták, hogy szokásos reklámkonceptió tesztelésen vesznek részt. A reklámokon négy jól ismert cég logója szerepelt, ezeket az itt közölt változatokon kitakartuk.

Az ingeranyagok összeállításánál arra törekedtünk, hogy a reklámozott termékek valamilyen asszociatív kapcsolatban legyenek a romákra vonatkozó negatív vagy pozitív sztereotípiákkal, s mindegyik változatnak elkészítettük a többségi szereplős párját is (lásd illusztrációk). Így az alábbi reklámpárok készültek el:

- fiatal roma és többségi férfi szereplő, a roma sztereotípiával ütköző termék reklámjában (fűnyíró),
- fiatal többségi nő és roma nő nem a roma sztereotípiához illeszkedő termék reklámjában (porszívó),
- roma és többségi család több gyerekkel, összhangban a roma sztereotípiával (felújítható kerti medence),
- többségi férfi és középkorú vagy idősebb roma férfi luxusnak számító műszaki cikk reklámjában, összhangban a gazdag roma sztereotípiájával (drága mobiltelefon).

Természetesen a tudományos kutatás kritériumainak akkor feleltünk volna meg, ha egy előzetes kutatásra alapozva tervezzük meg az ingeranyagokat. Ebben az esetben erre a költségvetésből nem futotta, így a kutatói megérzésre hagyatkoztunk a fenti összeállítás kialakításakor.



BOMBA ÁR
34 990 Ft/db

GO-ON 900 elektromos fűnyírógép

www.bricostore.hu

BRICO
STORE



BOMBA ÁR
34 990 Ft/db

GO-ON 900 elektromos fűnyírógép

www.bricostore.hu

BRICO
STORE



**A trendi,
csajos garzonok
porszívója!**

PLASZTIKUS, MERÉSZ, ÉLŐNK ÉS VONZÓ:
ezekkel a szavakkal lehet leginkább jellemezni a stílusos Electrolux Clario porszívókat, amelyek kialakításuk az egyik cél az volt, hogy az életükben magukra vonják a figyelmet. Az Electrolux vásárlási szokásokról készített felmérésen szerint a vásárlók 88 százaléka azt a terméket veszi meg végül, amelyen előbbiek magukad a tekintete.

Electrolux




**A trendi,
csajos garzonok
porszívója!**

PLASZTIKUS, MERÉSZ, ÉLŐNK ÉS VONZÓ:
ezekkel a szavakkal lehet leginkább jellemezni a stílusos Electrolux Clario porszívókat, amelyek kialakításuk az egyik cél az volt, hogy az életükben magukra vonják a figyelmet. Az Electrolux vásárlási szokásokról készített felmérésen szerint a vásárlók 88 százaléka azt a terméket veszi meg végül, amelyen előbbiek magukad a tekintete.

Electrolux

10 PUHAFALÚ MEDENCE
@v bizalom!

12.990,-




Praktiker

366 x 76 cm • 2906 l/h-s vízforgatával • 5619 l-es • takaróponyva • Tájékoztató jellegű felvétel!
www.praktiker.hu Amig a készlet tart.


10 PUHAFALÚ MEDENCE
@v bizalom!

12.990,-



Praktiker



366 x 76 cm • 2906 l/h-s vízforgatával • 5619 l-es • takaróponyva • Tájékoztató jellegű felvétel!
www.praktiker.hu Amig a készlet tart.



Minden másodperc egy lehetőség

Nem csak akkor, de szinte mindig használható kommunikáció. Soha ne feledd: minden pillanat, minden pillanat számít.


Ez a Te pillanatod



Minden másodperc egy lehetőség

Nem csak akkor, de szinte mindig használható kommunikáció. Soha ne feledd: minden pillanat, minden pillanat számít.

Ez a Te pillanatod



Az integrált reklámok fogadtatása

Mivel a személyes és az online csoportok nem voltak közvetlenül összehasonlíthatók több szempontból sem, a tanulságaikat először külön-külön foglaljuk össze, s a végén próbáljuk meg a két módszer eredményeit egymással összefüggésbe hozni.

A személyes csoportok legfontosabb tapasztalatai

A csoport megfelelő szakaszában a moderátor azt mondja a csoportnak, hogy most reklámkonceptiókról fogunk beszélgetni, arról, milyen benyomást tesz az adott reklám, mennyire hiteles, mennyire kelti azt az érzést, hogy ennek hatására megvásárolnánk az adott terméket. Alább a terméket reklámozó figurára adott válaszok jellegzetes változatait ismertetjük. A reklámpárokat véletlenszerű sorrendben mutattuk be, a párok rendszere csak menet közben válhatott világossá a résztvevők számára. A csoportok végén arra kértük a résztvevőket, hogy a párokból válasszák ki, melyiket tartják jobbnak, hitelesebbnek, melyik változattal lehetne sikeresebben eladni a reklámozott terméket.

Mobiltelefon

A roma férfiak számára a többségi férfi egyszerűen a gazdag üzletembert képviselte, míg az idősebb roma férfire vagy mint tekintélyes emberre néztek, vagy ellenszenvesnek találták, amit a korával magyaráltak.

A roma nőknek határozottan tetszett a többségi férfi. Jóképűnek, vonzónak találták, az idősebb roma férfit azonban ellenszenvesnek, önteltnek tartották.

A többségi csoport tagjai a roma férfiakhoz hasonlóan az üzletember karaktert látták benne, s ennek megfelelően találták rokon- vagy ellenszenvesnek, vagy semmitmondónak. Az idősebb roma férfit viszont döntően rokonszenvesnek látták, beérkezett, kiegyensúlyozott, vezető (igazgató bácsi, polgármester, beérkezett nagypapa) képzelték hozzá.

A csoport végén a párok közötti választás eredménye a következőképpen alakult (a roma férfiakat nem sikerült rávenni a szisztematikus páros összehasonlításra, az ő esetükben másként foglaljuk össze a preferenciákat):

A roma nők közül mindenki a többségi verziót választotta, elsősorban azon az általános alapon, hogy szimpatikusabb.

A többségi csoport 5:3 arányban a roma változatot választotta, hasonló magyarázattal. A származásra két utalás is történt: „meggyőzőbb, függetlenül attól, hogy roma”, „a származás nem tűnt fel, akár olasz is lehetne”.

Fűnyíró

A roma férfiak erős autosztereotípiával reagáltak ennek a reklámnak a roma változatára:

„Én ritkán látok ilyet, hogy romát látok dolgozni, meg nem is áll a kezébe valahogy.”

„Szimpatikus a roma gyerek, de nem hiszem, hogy lenne ilyen kertje.”

„Cigánygyereket a fűnyíró mellé tenni! Nem hihető. A fehér emberek, az más világ.”

A többségi változatot könnyebben elfogadták.

A roma nők mindkét változatot először néma kuncogással nyugtázták. A roma változatot elutasították azzal, hogy erőltetett, nem természetes. Az érvek finomabbak, mint a férfiaknál:

„Látszik, hogy még életében nem fogott fűnyírót.”

„Hosszú nadrágban nem állok neki fűvet nyírni.”

A többségi változatot viszont egyszerűen csak furának, mókásnak találták, a karakterét nem érezték közel egy komoly kerti munkához. Beszédés, hogy ők nem tettek említést a cigány szereplő származásáról.

A többségi csoport egy darabig kerülgette a forró kását, de végül egyikük világosan kimondta, amit gondol: „Ezzel a roma gyerekekkel reklámozni! Életében nem dolgozott ez a fiú!” Egy másik, kifinomultabb ellenvetés: „Abszurd 2008-ban Magyarországon ez a figura, ma még korai romákat a reklámba.” A nők még inkább áttételesen fogalmaztak, hasonlóan a roma nőkhöz:

„Nem túl hiteles, úgy áll ott, mint akit odaraktak.”

„Fehér cipőben fűvet nyírni!”

A csoport végi választás során a roma nők közül mindenki a többségi változatot választotta, mondván, hogy „jobban áll a kezében”. A többségi csoportnál ugyanez az eredmény született, de az indoklásokban nyíltan feltűnik az etnikai előítélet, pl. „Sokkal hihetőbb a fehér emberrel”.

Porszívó

A roma férfiak körében enyhe bizonytalanság van a roma változattal kapcsolatban, hogy cigány származású-e a lány, a megítélésben pedig ugyanaz a jelenség tapasztalható, mint amit a roma nők és a többségiek egy része alkalmazott: nem jól áll a kezében, nem megfelelően van öltözve:

„Ez a kiscsaj azt sem tudja, hogy kell fogni a porszívót! Szerinted szokott ő takarítani?”

A többségi szereplős változat egyértelmű lelkesedést váltott ki a roma férfiakból:

„Ez már jobb, hihetőbb sokkal, ez már jobban fogja.”

„Oda kívánczok egyből lakni, ahol ő takarít.”

A roma nők reakciója eléggé hasonló, de náluk a bizonytalanság szintjén sem merül föl, hogy a sötét bőrű változat esetleg roma lenne:

„A lány nem éppen porszívós.”

A többségi változatra is a férfiakhoz hasonló reakciót adnak, persze kisebb lelkesedéssel:

„Jól áll a kezibe, tapasztalt, többször is használta.”

A többségi csoportból langyos rokonszenvet váltott ki a roma változat, anélkül, hogy utaltak volna esetleges származására:

„Egy fiatal, átlagos lány.”

„Szingli lány, kicsit molett.”

„Csinos, kedves lány.”

A többségi változatra is hasonlóan reagáltak, azzal a különbséggel, hogy kicsit jobban hangsúlyozták a disszonanciát a hölgy érett megjelenése, és a szöveg „trendi csajos” fordulata között.

A csoport végi választásban a roma nők eléggé bizonytalanok voltak, mondván, hogy a többségihez jobban illik a porszívózás, de nem illik rá a „trendi csaj” jelző. Végül azért a többségi változatot többen részesítették előnyben. A többségi csoport viszont egyértelműen a roma változatot választotta, azt tartotta hitelesebbnek. Amikor ők választottak, akkorra már rájöttek a páros szisztémára, azaz, hogy a reklám egyik változatán roma a szereplő, de ez nem befolyásolta a preferenciájukat:

„Nem hiszem, hogy roma, de a porszívóhoz jobb.”

„Mindegy, hogy milyen nemzetiségű, a garzonhoz jobban felhívja a figyelmet.”

„Nekem Jamaica jut róla eszembe, nem hogy cigány vagy nem cigány.”

Medence

A roma férfiak a fehér családos változatot látták először. A reakciókban dominált az érzés, hogy milyen jó lehet nekik, ők is szeretnék így élni:

„Szimpatikus a család, béke van a szívükben, a pali elég jól kereshet, szeretnék így élni én is.”

„Hiteles a vidámság, én is ilyen vidám lennék, ha így élnék.”

„Szerettem volna én is így élni gyerekként.”

A később látott roma változatra drámaian eltérő a reakciójuk. Nehéz szabadulni a gondolattól, hogy ebben a frusztrációnak is szerepe van: „cigány létükre nekik miért tud olyan jó lenni, amilyenről én csak ábrándozom.”

„Na, a roma család!”

„Szerintem a fehér sokkal jobb.”

„A nőnek az öltözködése nem stimmel, a férfin meg egy hosszú ujjú ing, ami föl van hajtva nyáron.”

„A fehér vidámabb, szabadabb.”

A roma nőknél fordított volt a sorrend, ők először a cigány családos változatot látták. Általános pozitív reakciókat kaptunk:

„Családi medence, gyerekeknek jó.”

„A család önfeledten fürdik, boldogok.”

A roma férfiakhöz hasonlóan a „fehér” változat javára elfogultak, a részrehajló értékelés, és a felhozott indokok szívfacsaróak:

„Ez a család sokkal jobban reklámozza a terméket.”

„A másikon is harmónia van, de nem jó irányban.”

„Ez színekben is élénkebb, vidámabb.”

„A roma képen kívülre szorulnak a gyerekek, nem igazán birtokolják.”

A többségi csoport szintén előbb látta a többségi változatot, s később a romát. A többségi változatra szinte szó szerint ugyanúgy reagáltak, mint a roma nők:

„Megnyugtató háttér, idill, paradicsom, mosoly, vidámak.”

A roma változatnál a válaszokban uralkodik a sztereotípiá. A csoport végén a roma nők közül egy a cigány családos változatot találta jobbnak, mert több a gyerek, nagyobb a család, a többiek egyöntetűen a fehér családra szavaztak; közülük ketten indokolták azzal, hogy „látszik, hogy felszabadultabban játszanak, a szülők is jobban örülnek annak, hogy a gyerekek vidámak”.

A többség azzal érvelt, hogy a fehér család jobban kihasználja a teret:

„Középen vannak a gyerekek a medencében.”

„Kihhasználják a gyerekek az egész medencét.”

„Jobban kitöltik a teret.”

A többségi csoportban hangsúlyozták, hogy nehéz dönteni, kicsi a különbség, volt, aki nem is választott, azt mondta, egyformák. Összességében a többségi változatot többen választották. Tanulságos, hogy aki a roma változat mellett voksolt, mivel indokolta:

„Nagyobbnak tűnik a medence.”

„Reálisabb képet ad a medencéről.”

Mint említettem, a roma férfiak a saját fejük után mentek, s a szisztematikus páros összehasonlításban nem voltak partnerek, helyette a szerintük leginkább sikerült reklámokat választották ki. Ebben olyan szabadságot is megengedtek maguknak, hogy termék és szereplő rekombinációjára tettek megfontolandó javaslatokat:

- magyar medence, magyar porszívó, zsidó fűnyíró
- fiatalabb telefonos, magyar porszívó, magyar fűnyíró, fehér medence
- a telefonoshoz a fűnyíros roma gyerek, fehér család, magyar porszívó, magyar fűnyíró
- magyar porszívó, öreg cigány a fűnyíróra
- magyar medence, magyar porszívó
- roma porszívó, magyar medence

Összegezve: a személyes fókuszcsoportok eléggé meggyőzően mutatták a romákkal kapcsolatos negatív sztereotípiák erejét. A két reklámváltozat közül leggyakrabban a többségi változatot találták jobbnak, sikerültebbnek, számukra elfogadhatóbbnak. Ez érvényes volt a roma csoportokra is, ott egyöntetűen a többségi változatok győztek. Paradox módon a többségi csoport volt az, amely két esetben, a porszívó és a mobiltelefon esetében a roma változatot találta jobbnak, s a medence esetében is közelebb volt a pัทhoz, mint a roma csoportok. Az eredményeknek volt egy különösen drámai aspektusa: a roma nők csoportja masszív, rejtett negatív csoportidentitást tanúsított. A beszélgetés végéig nem hangzott el, hogy a reklámok felén roma szereplők vannak. A páros összehasonlítások során sem, holott minden esetben egyértelmű volt – némely esetekben, pl. a fűnyíros reklámnál, szinte kiáltó –, és persze a roma férfiak és a többségi csoport tagjai nyíltan meg is vitatták. Mindeközben pedig ők voltak azok, akik a legerősebb preferenciát mutatták a többségi változatok javára.

Az online csoportok legfontosabb tapasztalatai

Az online csoportok, mint említettük, kissé más összetételben folytak le. Volt egy roma férfiakból és nőkből álló csoport (10 fő), akik között a nők 8:2 arányban voltak, és általában viszonylag fiatalok voltak, a legidősebb 36, a legfiatalabb 21 éves volt. Mindannyian Budapesten élnek és/vagy dolgoznak. A többségi résztvevők (8 fő) vidékiek voltak, nagyvárosból (Győr, Debrecen, Nyíregyháza, Pécs), középvárosból (Sopron), illetve községből (Pest megyéből, ill. Nyugat-Magyarországról). A roma – többségi csoportban (9 fő) a nem romák voltak többen (5 fő), többségükben diplomások, a romák között egy volt diplomás. Az online csoportok minden lényeges tekintetben a személyes csoportokkal azonos módon zajlottak, ami az ingerek bemutatását, az instrukciókat és a moderálást illette.

Mobiltelefon

A roma csoport a személyes többségi csoporthoz hasonlóan reagált mindkét változatra. A többségi változatra például ilyen megjegyzéseket tettek:

„Üzletember, új telefontal, biztos tök drága, és mindent tud.”

„Átlagos, semmi különös.”

„Menedzser típusú férfi, aki nagyon önelégült.”

„Jól szituált fickó, aki roppant vidám.”

A roma változatot többnyire szimpatikusnak találták, az életkor által meghozott komolyság és derű sugárzott róla:

„A bácsi mosolya megérint engem.”

„Egy komolyabb, magabiztos ember, aki tényleg a megbízhatóságot és magabiztoságot sugallja.”

„Kényelem és jó ízű nevetés.”

A többségi csoportnak is hasonló benyomása alakult ki a többségi változatról, ők is eléggé ambivalens képet rajzoltak:

„Gazdag és sikeres ember benyomását keltő férfi, látszik, hogy jól is érzi magát.”

„Annyira kényszeredett, hogy szerintem becsinált.”

„Nyugodt, nem kell odafigyelnie az időre.”

„Arcára fagyott mosoly, megcsinált fogsor.”

A roma változatról azonban jóval negatívabb kép alakult ki bennük, ők jobbra negatív értelemben beszélnek a koráról, s a cigány mivolta is szóba kerül, burkolt ellen-szenvet tükrözve:

„Nagyságrendekkel rosszabb, mint az előző.”

„Nagyon bibircsókos az öreg bőre.”

„Esküszik a cigány vajda lánya.”

„Ilyen korú pasással elég nehéz bármit eladni.”

„Nagypapás.”

„A bőrszíne nem jó, de a kora tetszik.”

A vegyes csoport benyomása nem tér el jelentősen a másik kettőtől: „szörnyű”, „ez a nem trendi változat”, „maffiózós”, illetve „kicsit öregebb, de jó”, „idős, de aranyos”.

A csoport végén online is választaniuk kellett a résztvevőknek a két verzió között, ezeket a választásokat célszerű itt rögtön bemutatni:

2. táblázat

	Roma változat	Többségi változat
Roma csoport	70%	30%
Többségi csoport	37,5%	62,5%
Vegyes csoport	33%	77%

Bár a reklámokhoz fűzött kommentárok mindhárom csoportnál ambivalenciát tükröztek, a preferenciaválasztások egyértelműen azt mutatják, hogy a többségi résztvevők inkább rokonszenveztek a többségi változattal, a roma résztvevők pedig a roma-változattal.

Porszívó

A roma csoportból ellentétes és ambivalens reakciókat vált ki a roma változat. Kettejüknek egyszerűen tetszik a lány. A többiek különböző módon reagálnak roma voltára:

„Nem passzol a reklámhoz, mert vagy kisebbségi, vagy külföldi származású, de nagyon jó egyébként; több ilyen reklám kéne.”

„Nem természetes a beállítása.”

„Nem úgy néz ki, mint aki mindennap háziasszonyosat játszik.”

„Van benne fantázia, és a szereplő sem a szokványos, unalmas.”

„Ha észrevettétek volna, végre roma a reklámban!”

„Nem tudom miért, de nekem ez a lány nem illik a képbe.”

Jól látható, hogy a roma mivolt explicit azonosításától a bizonytalanon át a „nem jól áll a kezében” típusú burkolt reakcióig széles a skála.

A többségi változatra egymással ellentétes reakciókat kaptunk:

„Ez sokkal jobb.”

„Ez egy anyuka. Nem trendi csaj, de neki már jobban áll.”

„Mindkettő jó, csak jobb, hitelesebb a második.”

„Keserves a tekintete annak a vörös lánynak.”

„Ez a hölgy tuti utál takarítani.”

„Fehér, kékszemű nő porszívóval, unalmas!.”

A többségi csoport a roma változatot egyértelműen elutasítja, de burkoltan, nem hozza szóba a szereplő etnikumát:

„Nem úgy néz ki a csaj, mintha valaha porszívózott volna.”

„Nem szoktam ilyen széles vigyorral porszívózni.”

„A könyvespolcon rendetlenség van, és utcai papucsban porszívózik. Ez szerintem gáz.”

Ugyanakkor a többségi változat iránt is kritikus, ami azt sugallja, hogy a roma változattal nem az etnikum volt a baj:

„Ugyanolyan szárnalmas.”

„Ez inkább háziasszonyos.”

„A háttér már oké, de kérem vissza a kis feketét!”

„Ő már legalább jól fogja a porszívót.”

„Nem szimpatikus a csaj.”

A egyes csoportban is eltértek a vélemények a roma változattal kapcsolatban, de itt inkább a roma résztvevők voltak kritikusak:

Roma résztvevő:

„Phhh, vicc! Garzonban!”

„Szörnyű.”

„Olyan furán áll ez a csaj.”

„Nem jó, látszik, hogy el van csúnyítva a lány, nem hiteles az egész.”

Többségi résztvevő:

„Elég hitelesnek tűnik, mert átlagos a csaj, és nem egy plázaribi.”

„Nem passzol össze a lány és a sok könyv.”

A többségi változatot ők is kritikusabban ítélték meg, de a kritika nem a szereplőt magát, hanem a szlogennel való ütközését érintette mind a roma, mind a többségi résztvevők részéről:

„Nem jó, ez inkább háziasszony, nem trendi csaj.”

„Nem jó, ez nem illik össze.”

„Szerencsétlen képet vág.”

„Tipikus htb. Nem passzol a szöveghez a szereplő.”

A csoport végén a preferenciaválasztások az alábbi képet mutatták:

3. táblázat

	Roma változat	Többségi változat
Roma csoport	70%	30%
Többségi csoport	37,5%	62,5%
Vegyes csoport	77%	33%

Jól látható, hogy a Porszívós reklám esetében egyedül a többségi csoport preferálta a többségi szereplős változatot.

Medence

A roma csoport egyértelműen lelkesedett a medencés reklám roma változatáért, számolva egyben azzal is, hogy milyen hatása lehet a többségi társadalomra:

„Családias.”

„Középosztálybeli család egy családos napja.”

„Jó, de lesznek, akik belekötnek a származásukba, és hogy ha nagy a család, akkor romák, ugye.”

„Szerintem a többségi társadalmat meglepi.”

„Már épp itt volt az ideje.”

„Ez valahogy jobb, élettelibb.”

„Aktívabb.”

„Vidámabb.”

„Talán meghittebb is.”

Kritikusabbak, de viszonylag elfogadóak a többségi családot ábrázoló reklám iránt:

„Itt olyan megjátszós fejet vágna.”

„Mindkettő jó, végül is mindkettő egy család.”

„Édesek, és jó a kép, családcentrikus.”

„Zavaró, hogy a felnőttek ruhában vannak.”

A többségi csoport ambivalensen viszonyult a roma változathoz, az alapelképzelést elfogadták, de többen idegenkedtek az „idegen”, vagy kimondottan cigány szereplőktől. Itt az egyik résztvevő számára tudatosan is az integrált reklám szándéka:

„A hangulat oké.”

„Szép a nagycsalád.”

„Nem magyar család. Itthon én kicsit világosabb bőrű emberekkel reklámoznék.”

„Ez az arab vagy milyen család nem passzol, vagy lehet, csak szokatlan...”

„Polgárosult cigány család, elég sóatlan.”

„Igen, a színük alapján nem illenek a környezetbe.”

„Érdekes a szándék: cigány magányos trendi lány, nagy családos konszolidáció.”

A többségi változat értékelésekor visszamenőleg nagyobb tolerancia érzékelhető a roma változat iránt a többségi csoport részéről:

„Jobban ott vannak.”

„Na, ezek legalább európaiak.”

„Több benne az élet.”

„Attól, hogy szőke a kisgyerek, nem jobb/nem rosszabb a kép.”

„Nekem ugyanannyira jött be, mint a másik.”

„Vidámabb.”

„Hazajött, és rohan a családhoz pancsizni, ugyanúgy, ahogy az előzőn.”

A vegyes csoport először a többségi változatot látta, s teljesen fellelkesedtek a medencén és a családi hangulaton, különösen a roma résztvevők.

Romák néhány észrevétele:

„Teljesen jó.”

„Medencében játszó gyerekek, ha nem panelban laknék...”

„Ez jó, egyből vennék egyet, ha lenne hozzám helyem.”

„Ha nem gond, most elmennék medencét venni ☺”

Többségiek:

„Ez abszolút hihető.”

„Nekem tetszik, közel áll hozzám.”

A roma változatnál a többségiek részéről felbukkan némi fenntartás, de csak szerény mértékű, a romák közül érdekes „szerkesztési” formában, illetve kisebbségi öntudatos formában jelentkezik fenntartás.

Többségiek:

„Ez is hiteles.”

„Aranyos, de az apa nem illik a képbe az ing miatt.”

„Ismét az az érzésem, külföldi szereplők, de ez nem zavar.”

Roma résztvevők

„Miért üres a medence közepe, kicsit üres így a kép. Egyébként nem lenne rossz.”

„Romák vajon megvennék a medencét, sokan?”

„Az első megszokottabb, de én egy ilyen reklámnak is örülnék.”

„Szerintem nem jó, mert itt semmi jelentősége nincs, hogy nemzetiségi.”

A csoport végén a három csoport az alábbi arányban választotta a többségi, illetve roma változatot:

4. táblázat

	Roma változat	Többségi változat
Roma csoport	70%	30%
Többségi csoport	37,5%	62,5%
Vegyes csoport	33,3%	66,6%

Világosan látszik, hogy a többségi és a vegyes csoport egyaránt a többségi változatot preferálta, s érdekes, hogy a vegyes csoport nagyobb arányban tette, mint a tiszta többségi csoport – jóllehet itt a számszerű összehasonlításnak csak jelzés értéke lehet.

Fűnyíró

A roma csoport először a többségi változatot látta. Ők elsősorban a szereplő kissé szokatlan megjelenésére reagálnak:

„Vicces forma a csávó.”

„A pali nagyon nem illik bele.”

„A pali unalmas, a gép csinos.”

„A csávó a legjobb, igazi bolond forma.”

A roma változattal kapcsolatban az autosztereotípiák domináltak:

„Na, itt a roma fickó.”

„Szerintem a fotózás közben zavarban volt.”

„Ez beteg! Ki az, aki szeret fűvet vágni?”

„Aranyos feje van, de látszik rajta, hogy nem sűrűn szokott fűvet vágni.”

„Biztos élvezi, jó sok pénzt kaphatott érte.”

„Nem illik hozzá a fűnyíró.”

A többségi csoport is a többségi verzióval találkozott először. Ennek megfelelően „objektív” észrevételek domináltak:

„Furi gyerek a félbehagyott szakállával.”

„Nem sok embert láttam még ingben fűvet nyírni.”

„Talán egy környezetvédő entellektüelt akartak, aki hétvégén a nyaralója kertjében nyírogat.”

„En papucsban nem nyírnék fűvet.”

A roma változat masszív ambivalenciát eredményezett: bizonyos tekintetben sikerültebbnek látták, mint a többségi változatot, de az előítéletek is erőteljesen érvényesültek:

„Győzike.”

„Nem az igazi.”

„De legalább nem rövidnadrág, papucs, de ez sem valami közép-európai.”

„Ő sem fogott még életében fűnyírót.”

„Ez jobb, mint az előző, de ugyanaz a semmittevés.”

„Viszont legalább nem fehér ingben nyírja a fűvet.”

- „Fehér cipőben sem igazán ideális.”
 „Bal kézzel nem jól fogja a fűnyírót.”
 „Ja és még ami feltűnt, hogy a cigók nem dolgoznak.”
 „A cigó is lenyírja a fűvét, ha van.”
 „Ez egy jóképű fiatalember, engem nem zavarna, de a sógoromat biztosan.”

A vegyes csoportban a roma fűnyírós változat hozta nyíltan felszínre a már korábban is érzékelhető ellentétet a roma és többségi résztvevők között:

Többségi reflexiók:

- „Szerintem oké.”
 „Ez a pasi szörnyű, ellenszenves.”
 „Nekem is ez jutott eszembe, hogy nem magyar; mert olyan, mint egy malajziai vagy afgán vagy mit tudom én.”
 „Hindu kertész.”
 „Magyar karakterű pasi kéne.”
 „Szokatlan, ilyen reklámot élesben nem látni, de nem ellenszenves.”
 „Én tuti nem venném meg ezt a fűnyírót.”

Roma reflexiók:

- „Ez teljesen jó.”
 „Szerintem teljesen jó.”
 „Mi a baj vele? Szőkén jobban tetszene?”

A többségi változatot a roma változat után látták, és eléggé kritikusak voltak, a romák persze valamivel kritikusabbak:

Többségi reflexiók

- „Nekem semleges.”
 „Olyan, mint akinek tele van a töke, hogy fűvet kell nyírni, és éppen lelöki a dombon.”
 „Ez jobb: átlag magyar pasi kimegy a hétvégén a telekre és fűvet nyír.”

Roma reflexiók:

- „Borzalmas.”
 „Jaj de édes, hogy megtartja a lejtőn a fűnyírót, és még mosolyogni is tud.”
 „Ez nem annyira hiteles számomra.”

A csoport végén a két változatra adott preferenciaválasztások alábbi képet mutatták:

5. táblázat

	Roma változat	Többségi változat
Roma csoport	40%	60%
Többségi csoport	50%	50%
Vegyes csoport	55,5%	44,4%

Ha emlékszünk rá, a fűnyíró reklámot azzal a megfontolással találtuk ki, hogy az a leginkább ellentétes a romákkal kapcsolatos sztereotípiákkal: a roma nem dolgozik. Ehhez képest igen meglepő, hogy az anonim online csoportokban (is) a romák autosztereotípiája diadalmaskodott, ők a többségi változatot preferálták, egyedül ennél a reklámnál a négy közül. A többségi csoport ehhez képest kiegyensúlyozottabb volt, s eléggé egyértelmű volt az is, hogy akik nem a roma változatot választották, azok előítélet miatt döntöttek így, akik pedig a roma változatot tartották jobbnak, azok úgy érezték, nincs jelentősége a sztereotípiának. A vegyes csoport tulajdonképpen a fenti megállapítást támasztja alá, itt roma és többségi résztvevők kerültek fölénybe a roma változat preferenciájában.

A változatok páros összehasonlításának eredményei

Előrebocsátva, hogy mindösszesen alig több mint félszáz, igen heterogén résztvevő mintája alapján kvantitatív következtetések levonására semmiképpen nem vállalkozhatunk, érdemesnek láttunk bizonyos összesítéseket mégiscsak elvégezni. Ennek egyik indoka, hogy mutathat bizonyos tendenciákat, amelyek segítségünkre lehetnek abban az esetben, ha a források fölött döntő különféle intézmények elég jelentőséget tulajdonítanak az efféle vizsgálatoknak a mai társadalmi helyzetben, és mód nyílik nagyobb szabású kvantitatív kutatásokra is. A másik indok, hogy az online csoportok esetében a technika lehetővé tette, hogy minden résztvevő az összes (8) változatot gyorsan és hatékonyan rangsorolja. Szakmai tapasztalataink szerint egy ilyen összetett feladat korlátozott időn belüli megoldása jócskán lecsökkenti a tudatos megfontolások hatását, s „elszabadulnak” a spontánabb értékelések. Ezért a további kutatások számára támpontot, a jelen kutatás értelmezéséhez pedig finomító információt vártunk ettől a „számolgotástól”.

Először a változatok páros összehasonlításának eredményeit mutatjuk be egy összefoglaló táblázatban, inkább csak emlékeztetőül:

6. táblázat

A páros összehasonlítások eredményei

Reklám	Roma csoport	Magyar csoport	Vegyes csoport
<i>Telefon-roma</i>	70	37,5	33
<i>Telefon-magyar</i>	30	62,5	77
<i>Porszívó-roma</i>	70	37,5	77
<i>Porszívó-magyar</i>	30	62,5	33
<i>Medence-roma</i>	70	37,5	33,3
<i>Medence-magyar</i>	30	62,5	66,6
<i>Fűnyíró-roma</i>	40	50	55,5
<i>Fűnyíró-magyar</i>	60	50	44,4

Látható a tendencia, hogy a négy reklámtémából egyedül a fűnyíró volt az, ahol a roma résztvevők is a többségi változatot preferálták, s ez az eredmény jól összecseng a személyes fókuszcsoporthoz tapasztaltakkal. A többségi csoport nem pontos tükörképe volt a roma csoport preferenciájának: kevésbé volt elfogult a többségi változat iránt: az első három témánál a roma preferencia 70-30%-os preferenciájához képest 37,5-62,5%-os többségi preferencia állt, a fűnyíró esetében pedig a romák többségi változatot preferáló értékelésével szemben fele-fele arányban tartották jobbnak a roma, ill. a többségi változatot. Természetesen ezeket az adatokat nemcsak az alacsony elemszám miatt kell nagy fenntartással kezelni, hanem azért is, mert az online roma csoport egy sajátos roma réteget, a fiatal és viszonylag iskolázottak rétegét képviselte, s ez jól látszik a személyes roma csoportok és az online csoport ítéletei közötti markáns eltérésben. A vegyes roma – magyar csoport ítéletei egészen eltérő és önmagában nemigen értelmezhető mintázatot mutattak.

Mint említettük, a nyolc változat rangsorba állítása komolyan igénybe veszi a szellemi kapacitást, ami megkönnyíti a spontánabb, kevésbé tudatosan mérlegelt reakciók érvényesülését. A csoportokat arra kértük az online beszélgetés végén, hogy két különböző szempont alapján állítsanak föl rangsort a nyolc változat között:

- Mennyire érzik az adott reklámot hitelesnek.
- Mennyire érzik úgy, hogy az adott változat sikeresen adná el a szóban forgó terméket.

7. táblázat

Az egyes reklámok hitelességének sorrendje csoportonként és összesítve

<i>sorrend</i>	Roma csoport	Magyar csoport	Vegyes csoport	Summa
1.	Medence-roma 61	Medence-roma 55	Medence-magyar 53	Medence-roma 155
2.	Telefon-roma 55	Fűnyíró-magyar 53	Fűnyíró-roma 53	Medence-magyar 146
3.	Fűnyíró-magyar 52	Telefon-magyar 46	Telefon-magyar 53	Telefon-roma 142
4.	Medence-magyar 49	Medence-magyar 44	Porszívó-roma 49	Telefon-magyar 139
5.	Telefon-magyar 40	Telefon-roma 43	Telefon-roma 44	Fűnyíró-magyar 134
6.	Porszívó-roma 38	Fűnyíró-magyar 41	Fűnyíró-magyar 43	Porszívó-roma 121
7.	Porszívó-magyar 30	Fűnyíró-roma 36	Medence-roma 39	Fűnyíró-roma 119
8.	Fűnyíró-roma 30	Porszívó-roma 34	Porszívó-magyar 24	Porszívó-magyar 107

A táblázat alapján a következő, további vizsgálatra érdemes tendenciák állapíthatók meg.

A roma csoport a pozitív roma sztereotípiával összhangban lévő medencés reklámot tartotta leginkább hitelesnek, s a romák munkához való viszonyára „kihegyezett” fűnyíró reklámot találta a legkevésbé hitelesnek.

Fontos tendencia, hogy lényegében ugyanezt a rangsort állította fel a többségi csoport is.

A vegyes csoport merőben eltérő eredményei arra mutatnak, hogy az efféle konfrontációt, amit egy vegyes csoport megtestesít, érdemes alaposabb kutatásnak alávetni.

Igen tanulságos a további kutatások, és az integrált reklámok lehetőségei szempontjából, hogy összességében a roma változatok 537, a magyar változatok 426 pontot kaptak, ami elsősorban abból adódott, hogy sok többségi résztvevő nem az előítéletei alapján reagált a reklámokra.

A másik kérdésre adott rangsorolások részben azt a célt szolgálták, hogy kontrollálják az első rangsorolást: a „hitelesség” megítélése nagyobb fokú szubjektivitásra készlet, így nagyobb lehet a csábítás a társadalmi elvárásoknak való megfelelésre, míg az a szempont, hogy a termék mennyire eladható a piacon az adott reklámmal, kínál egy racionalizálási kibúvót, azaz, ha valaki nem akar előítéletesnek látszani, itt az objektív piaci viszonyok paravánja mögé rejtheti – öntudatlanul – a valódi attitűdjét. Lássuk, milyen eredményeket kaptunk ebben a rangsorolási feladatban.

8. táblázat

Az egyes reklámok sorrendje abból a szempontból, hogy mennyire pozitív a hatásuk a termékre nézve, csoportonként és összesítve

<i>sorrend</i>	Roma csoport	Magyar csoport	Vegyes csoport	Összesítve
1.	Medence-roma 54	Medence-roma 77	Telefon-magyar 61	Medence-roma 177
2.	Fűnyíró-magyar 54	Medence-magyar 57	Medence-magyar 55	Medence-magyar 164
3.	Medence-magyar 52	Telefon-roma 52	Fűnyíró-roma 51	Telefon-magyar 153
4.	Porszívó-roma 49	Porszívó-magyar 45	Medence-roma 46	Fűnyíró-magyar 139
5.	Telefon-magyar 49	Fűnyíró-magyar 44	Porszívó-roma 42	Telefon-roma 137
6.	Telefon-roma 47	Telefon-magyar 43	Fűnyíró-magyar 41	Porszívó-roma 121
7.	Fűnyíró-roma 36	Fűnyíró-roma 33	Telefon-roma 38	Fűnyíró-roma 120
8.	Porszívó-magyar 23	Porszívó-roma 30	Porszívó-magyar 23	Porszívó-magyar 91

Jól látható, hogy miközben a rangsorok belsejében vannak különbségek a reklámok két szempont szerinti megítélésében, a legfontosabb eredmények változatlanok: a roma és a többségi csoport egyaránt úgy ítélte meg, hogy a termék eladását leginkább segítő reklám a kerti medencét roma családdal népszerűsítő változat, s ugyanúgy a rangsor végére került a negatív roma sztereotípiával (és mint láttuk autosztereotípiával) ütköző reklám, a fűnyíró. A roma és a többségi változatok itt már egészen közel kerültek egymáshoz, de tanulságos módon nem kerültek fölénybe az eladhatóságra vonatkozó ítéletekben a többségi változatok: összességében a roma változatok 555, a magyar változatok 547 pontot kaptak.

Az eredmények összefoglalása, tanulságok a jövőre nézve

Ennek a pilot jellegű kutatásnak talán a legfontosabb megállapítása, hogy nem fogadta az integrált reklámokat elemi elutasítás egyik oldalról sem. Az itt kapott tanulságok alapján nagyon fontos volna egy nagyobb és finoman differenciált mintán is elvégezni a vizsgálatot. Ezt a tendenciát mindennél ékesszólóbban bizonyítja, hogy a hitellességi rangsorban jelentősebben, a termék szempontjából pozitív hatás rangsorában nem jelentősen a roma változatok kaptak több pontot az online csoportokban, ahol pedig a többségi résztvevőket semmi külső nyomás nem érthette a tekintetben, hogy a társadalmi elvárásoknak megfelelően értékeljenek. A személyes csoportok elemzése is lényegében ugyanezt a következtetést erősítik meg.

Nem meglepő módon a sztereotípiáknak a reklámok megítélésében döntő jelentőségük volt. Mindkét oldal érzékeny arra, hogy mennyire ütközik a reklám témája a roma sztereotípiával.

A romák eléggé megosztottnak bizonyultak a legerősebben sztereotípiát sértő reklám megítélésében – a fűnyíró reklámját jobbára azon sztereotípiára utasították el, hogy a romákra nem jellemző a munka. Természetesen részükről ez jóval árnyaltabb formát öltött. Talán a legfontosabb mozzanat, hogy a szabad időben végzett munka áll szemben a roma önképpel, márpedig a reklám ilyesmit sugallt: „Egy fehér megteheti, olyan munkája, hogy hazamegy, azután nekiállhat füvet nyírni.” Az ilyen finomságok feltárása sok szempontból lényeges volna. A sztereotípiával kevésbé erőteljesen ellentétes reklám – porszívó – inkább csak burkolt reakciókat váltott ki. A leginkább elfogadottak azok a reklámok, ahol a reklámozott termék összhangban van a roma sztereotípiával – medence, mobiltelefon –, itt egyszerűen elmulasztják – főleg a magyarok – romaként kategorizálni a szereplőt. Tehát nem arról volt szó, hogy a többségi résztvevő nem vette volna észre, hogy roma az illető, hanem arról, hogy ha a sztereotípiától gyökeresen eltérő kontextusban, egy szokásos kereskedelmi reklámban találkozik egy romával, akkor automatikusan más keretek között viszonyul hozzá, s ezáltal a negatív sztereotípiák nem, vagy csak jóval kevésbé befolyásolják ítéletét, érzelmi reakcióit. Drámai eredményt hozott a csak roma nőkből álló fókuszcsoport a roma identitás szempontjából: a sztereotípiák mozgósítása markáns negatív identitást tükröző ítéleteket eredményezett, miközben magának a roma identitásnak a kérdését drasztikusan elfojtották.

A roma nők csoportjával szemben a többségi csoportnál és roma férfi személyes csoportnál az előítéletek eléggé nyersen előjöttek, nem próbáltak meg különösebben viselkedni a résztvevők. Ez módot adott arra, hogy az integrált reklámok fogadtatásának

mechanizmusába kicsit jobban bepillantsunk. A fűnyíró reklám roma verziójánál brutális nyíltsággal fogalmazódott meg az a sztereotípa, hogy a cigányok nem dolgoznak (nota bene, mind a magyar, mind a roma csoportok esetében). Am ugyanaz a (magyar) szereplő, aki azt magyarázta, hogy a reklám szereplője még életében nem dolgozott, és általában a romák életművészek, mert munka nélkül megélnék, szimpatikusnak tartotta a medencét a roma családdal reklámozó változatot, s bár világos volt számára, hogy romák vannak a képen, ez nem zavarta – és őszintén bevallotta, nem tudja, miért nem zavarja. Ugyanez játszódott le a porszívó reklám roma verziója esetében is. Itt nagyon közvetlenül megragadható volt az a fent említett mechanizmus, hogy a kontextus hatására a romákat nem romaként kategorizálják, s így nem vezet a reklámmal való találkozás a negatív előítéletek mozgósításához.

A roma résztvevők elég széles körében érzékelhető volt, hogy autosztereotípiáik sok tekintetben megfelelnek a többségi társadalom sztereotípiáinak. Erre oda kell figyelni az integrált reklámok témaválasztásánál. Tanulságos volt ebből a szempontból a nagyon nyílt roma férfi csoport, akik hevesen kritizálták a fűnyírót roma fiatalemberrel hirdető reklám gondolatát, miközben ugyanezt a fiatalembert kiváló szereplőnek tartották a mobiltelefon reklámjához!

Végezetül érdemes kitérni két olyan tapasztalatra, ami az online módszerhez fűződik. Érdekes eredményt hozott ugyanis az online magyar – roma vegyes csoport. Bár előre nem fedte fel senki a hovatartozását, de a csoport közepe táján kiderült, hogy inkább előbb, mint utóbb, a beszélgetésből kikövetkeztették egymásról a résztvevők, hogy nem egy etnikumhoz tartoznak, s hogy ki roma, ki nem. A roma résztvevők nagyobb erőfeszítéseket tettek etnikumuk elrejtésére, de ez nem járt sikerrel. A lelepleződés tanulságos vitákra is vezetett anélkül, hogy az anonimitással visszaélve a másik önérzetét sértő kijelentések hangzottak volna el. Míg az online többségi csoportban mondtak olyat, hogy „a cigók nem dolgoznak”, ilyesmi nyomokban sem fordult elő a vegyes csoportban. A reklámok értékelése szempontjából ez a konstelláció azt a meglepő eredményt hozta, hogy a vitában hangoztatott vélemények dacára, ebben a csoportban holtversenyben első helyen végzett a hitelességi rangsorban a roma sztereotípiával leginkább ütköző roma szereplős fűnyíró változat, és mindjárt a holtversenyben első három mögött végzett a másik sztereotípiával ütköző reklám, a porszívó.

Ennek alapján érdemes összefoglalni az anonimitás hatásával kapcsolatos tapasztalatokat, szembeállítva a személyes csoportokon rögzített magatartással.

Úgy tűnik, a személyes csoportokon sikerült olyan atmoszférát teremteni, hogy ne próbálják véka alá rejtteni a résztvevők előítéleteiket, de hogy ez milyen mértékű volt, azt a rendelkezésre álló adatokból nehéz megítélni. Annyiból ez nem tekinthető meglepőnek, hogy a mai Magyarországon nem számít súlyos vétségnek a legtöbb ember szemében, ha a romákkal kapcsolatban előítéletes kijelentést tesz.

Az anonim, online csoportok semmiképpen sem eredményeztek szélsőségesebb vagy durvább megfogalmazásokat, mint a személyesek.

Hiányosságnak bizonyult, de nevezhetjük kishitűségnek vagy gyávaságnak is, hogy míg az online változatban megkockáztattunk etnikailag vegyes csoportot, a személyes változatban erre nem került sor, így nincs összehasonlítási alapunk. Ebből a szempontból különösen tanulságos, hogy az online vegyes csoportban a „coming out” után (amikor az egyik többségi résztvevő rákérdezett egy beszélgetőtársára: ugye te cigány vagy, az pedig

igennel válaszolt) az a vélemény fogalmazódott meg, hogy „kár, hogy nem személyesen zajlott a beszélgetés”. Fontos tanulság ez a jövőre nézve.

Ennek a pilot vizsgálatnak a legfőbb eredménye, hogy rávilágított, komoly potenciál rejlik az integrált reklámokban. Úgy tűnik, ha az adott reklám nem ütközik durván valamelyik elterjedt negatív sztereotípiával, akkor mind a többséghez, mind a kisebbséghez tartozó emberek a reklám szereplőjét nem romaként kategorizálják, s ennek következtében nem, hogy ellenérzést nem kelt a termékkel kapcsolatban, hanem sok esetben hitelesebbé is teszi a reklám üzenetét (pl. „Végre nem plázaribikkal reklámoznak valamit”). Kérdés persze, hogy az itt szerzett benyomás mennyire megalapozott. Feltétlenül szükség volna egy nagyobb szabású, reprezentatív mintán elvégzett vizsgálatra. Az online technika erre viszonylag egyszerű lehetőséget kínál.

IRODALOM

- Síklaki István (2006a) *Vélemények mélyén. A fókuszcsoporthoz, a kvalitatív közvéleménykutatás alapműködéséről*. Budapest, Kossuth Kiadó.
- Síklaki István (2006b) Az online kvalitatív közvélemény- és piackutatás módszertani kérdései. *JEL-KÉP* 2006/2. szám. 59–74.
- Zajonc, R.B. (1968) Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology*. 9, Monograph Supplement. No. 2, part 2.

Szekeres Péter

A KISEBBSÉGEK ÉS AZ ELEKTRONIKUS MÉDIA (Szemelvények, töredékek)

Az alábbi előtanulmány egyenetlen, mert például aránytalanul keveset foglalkozik a nők és a média kapcsolatának az elemzése (akár dolgozóként, kommunikátorként, akár diszkriminatív ábrázolásban jelennek meg). Az aránytalanságnak az egyik fő oka, hogy míg néhány évtizeddel ezelőtt világszerte igen sok könyv, tanulmány foglalkozott a gyerekek és a film, később a televízió kapcsolataival, az utóbbi egy-két évtizedben előtérbe került a gyűlöletbeszéd, az etnikai, nemzetiségi és más kisebbségek és a média kapcsolata, amelynek könyvtárakban és interneten elérhető szakirodalmá (beleértve a törvényeket és szabályozásokat) oly terjedelmes, hogy több év alatt is lehetetlen áttekinteni, bár az tény, hogy különösen a nyugati társadalmak álláspontjai nagyon közel állnak egymáshoz, sőt, szemmel láthatóan (például az Európai Unióban) a mások által előzőleg kidolgozott törvényeket, elveket, etikai kódexeket, ajánlásokat veszik át egymástól az egyes országokban, ami azért is érthető, mert maga a tömegkommunikáció soha ennyire nem volt nemzetközi (az internettel véglegesen azzá lett), és így az egyes nyugati országokban e téren nem olyan nagy az eltérés, mint pár évtizeddel ezelőtt.

A tanulmány első része bizonyos alapkérdéseket vet fel – ilyen a kommunikáció szabadságának és a gyűlöletbeszédnek az ellentéte – az a kérdés, hogy tulajdonképpen mit jelent a „kisebbség” és milyen az Internet kihívása a régebbi tömegkommunikációs eszközökkel szemben, valamint a kisebbségek verbális nyelve és a tömegkommunikáció, a nők és a média kapcsolata.

Ezt követően az Európai Unió átfogó irányelveiből idéznék, majd nyolc ország esetét egyenként csak pár oldalon vázolom (mert máskülönben ezek a médiatörvények, előírások, ajánlások egyenként is gyakran több száz oldal terjedelműek). Sem a problémák felvetésében, sem az egyes országok kiválasztásában nem követhettem valamiféle „fontossági sorrendet”, már csak azért sem, mert vannak olyan hatalmas országok, sőt földrészek, amelynek szakirodalmát sem ismerem. Most elsősorban a nyugati országok esetét idézzük.

Előljáróban annyit, hogy ne áltassuk magunkat: a szépen hangzó deklarációk többnyire a társadalmi gyakorlatban nem valósulnak meg, mivel nincs olyan törvény, még büntetőjogi következményekkel együtt sem, amelyik a modern elektronikus tömegkommunikációt és különösen az internetet képes lenne szabályozni, hiába folyik például az

Európai Unió országaiban vagy két évtizede vita róla, hiába a sok konferencia, ajánlás, melyeket lehetetlen számszerűen összesíteni, olyan hatalmas a számuk.

MI A „KISEBBSÉG?”

A mostani divatos definíciók fő hibája az, hogy az egyes kisebbségcsoportokat nem azok súlya, létszáma szerint határozzák meg, hanem összemossák e csoportokat, mondjuk az egy országban élő és dolgozó sokmilliós nemzeti etnikai csoportokat az ugyanott lévő homoszexuálisokkal, holott az előbbieknél nemcsak létszámuk nagyobb, hanem a szociális probléma, amit képviselnek, súlyosabb, mélyebb. Én a legfontosabb „kisebbségnek” a gyerekeket nevezném, akik a modern tömegkommunikáció ártatlan áldozatai, csak ezután következnek a nők, majd a nemzeti etnikai kisebbségek. Mivel azonban a nemzetközi szakirodalomban ez újabban másképpen jelenik meg, saját megítélésemtől is eltérve, én is elhanyagolom a gyerekeket. Az Egyesült Államokban a feketék jelentették a legnagyobb kisebbséget, bár újabban egyre nő a spanyol anyanyelvűek aránya. Az azonban tény, hogy Nyugat-Európában is sokkal többet foglalkoztak a gyerekek védelmével, mint nálunk, másutt pedig a vallási kisebbségek jelentették a fő gondot. A legtöbb nyugati országban világosan megfogalmazzák, hogy etnikai, vallási, nyelvi kisebbségek mellett ide sorolják a testileg vagy akár mentálisan is kiszolgáltatott embereket, valamint az időseket és a homoszexuálisokat is, bár ez utóbbiak esetében még a világon a legliberálisabb Svédországban is nemzetközi visszhangot kiváltó viták voltak, és az ottani parlament éppen hogy (54%-ban) megszavazta a róluk szóló megengedő törvényt.

A kisebbségekről szólva a médiában meg kell különböztetnünk két dolgot: az egyik az, hogy a kisebbségeket milyen arányban foglalkoztatják a tömegkommunikációban, a másik, hogyan mutatják be őket. Mivel egyre több rádió/tévé csatorna működik világszerte, a kisebbségek foglalkoztatása gyakran úgy oldódik meg, hogy ők külön intézményeket alakítanak saját maguknak, ami, úgy látszik, az egyetlen járható, bár szerintem nem szerencsés út, mert akkor a tömegkommunikáció fő vonalában továbbra is háttérbe szorulnak, vagy sztereotipizálva jelennek meg, és természetesen nem munkavállalókként.

Jelenleg Európában is (Franciaországban, Németországban, Angliában, sőt másutt is) egyre nagyobb arányban élnek vendégmunkások és bevándorlók, így őket az adott társadalom szerves részének kellene tekinteni, és nem (lakóhelyileg, kommunikációban és másutt) szegregált, egyébként milliós nagyságrendű csoportoknak.

A definíciókkal az a baj, hogy nagyon ritkán jelenik meg a szakirodalomban, a törvényekben, hogy például a szegények is kisebbségi csoportot jelentenek (van, ahol egyenesen többségi). Mondhatnánk azt is, hogy a kisebbség az egyik oldalon másságot jelent, a másikon pedig kirekesztettek tömegeit, anélkül, hogy most azon rágódnánk, hogy kiket, milyen számban és mértékben rekesztenek ki. Még megjelenik a „kulturális pluralizmus” meghatározás is, amely szerintem az egyik legszerencsésebb definíció a törvényekben és ajánlásokban. Fogadjuk el, hogy sokféle kisebbség van, de azt például ne fogadjuk el, ha a zsidókat, romákat, fogyatékkal élőket, homoszexuálisokat, bevándorlókat egy kalap alá vesszük. Hazánkban például a svábok egy kiemelkedően teljesítő kisebbséget alkotnak, és leszámítva a háborús viszonyokat, „békeidőben” jól boldogulnak szemben a számszerűen legnagyobb kisebbséggel, a romákkal, akik önmaguk nem képesek megoldani problémáikat.

A GYŰLÖLETBESZÉD

Ez a kifejezés Nyugaton rendkívül elterjedt, és a médiában lényegileg valamilyen kisebbség elleni diszkriminációt, erős fellépést jelent, bár a médiában legalább ilyen fontos a kisebbségek sztereotipizált, előítéletes bemutatása, amit nagyon szellemesen egy kutató „udvarias gyűlöletbeszédnek” nevezett. A gyűlöletbeszéd kapcsán különösen az amerikai médiában és szakirodalomban évtizedek óta folyik a vita arról, hogy milyen mértékben lehet korlátozni a kifejezés, a kommunikáció, a véleménynyilvánítás szabadságát. E kérdésben az amerikaiak álláspontja némileg eltér a nyugat-európaiakétól, viszont egyesek az amerikaiakkal kapcsolatban megjegyezték, hogy a koncentrációs táborok nem Amerikában voltak, mások pedig azt hangsúlyozzák, hogy szinte lehetetlen akár büntetőtörvényileg is megakadályozni azt, hogy az emberek szabadon kifejthessék a véleményüket még akkor is, ha az másokat, jelen esetben a kisebbséget sérti. Az amerikaiak felháborítónak tartják, hogy Kanadában akár 12 évi börtönre is ítéletnek valakit a gyűlöletbeszédért, de még azt is, hogy Nagy-Britanniában és Németországban is elérheti a felső határ a hét évet, bár én nem tudok ilyen ítéletről. Ezzel kapcsolatban meggondolandó egy 2003-ban írt amerikai tanulmány, amelynek szerzője egyenesen gúnyosan nyilatkozott (az interneten megjelenő gyűlöletbeszéd kapcsán) arról, mi a különbség aközött, hogy valamilyen kisebbséghez tartozót ölnek meg, vagy valakit negyven dollárért. A gyűlöletbeszéd nálunk is évek óta vita tárgya, ezért érdemes a meggondolandó ellenérveket is átgondolni, mivel amúgy is egyre több országban büntetőjogilag kezelik a kisebbségek (bármilyen kisebbség) elleni gyűlöletbeszédet.

A német törvények valamennyi etnikai csoport elleni gyűlöletkeltő megnyilvánulást tiltanak, ez azonban csak arra az esetre vonatkozik, ha *valaki* ennek következtében áldozattá válik. Ezért sokak szerint nem az államnak, hanem önkéntes csoportoknak, civil szervezeteknek lenne a feladatuk a gyűlöletbeszéd elleni fellépés. Mások szerint lehetetlen megvonni a határt az ellentmondásos *politikai* vagy társadalmi nézetek és a jogilag kifogásolható „gyűlölet” között. Ezzel szemben megint mások a náci Németország példáját hozzák fel, ahol szerintük a gyűlöletbeszéd odáig vezetett, hogy még a homoszexuálisokat is koncentrációs táborokba zárták.

Meggondolandó érvek a gyűlöletbeszéd (büntető)jogi szabályozása ellen:

– nemcsak a tényleges bűncselekedetet, hanem pusztán *a gondolatban elkövetett „bűncselekményt”* is büntetnék,

– USA: a szólásszabadságot korlátozzuk az ilyen törvényekkel,

– a gyűlöletbeszéd nem vezet de facto bűncselekményhez,

– a gyűlöletbeszéd nem tehető felelőssé a mások által elkövetett bűncselekményért,

– a gyűlöletbeszéd betiltása nem változtat az emberek gondolkodásában meglévő gyűlöleten – törvényes szabályozás helyett inkább vita legyen,

– esetleg az ilyen törvények nevében annak kimondása, hogy „politikailag mi helyes és korrekt” *bármilyen eszme cenzúrázásához vezet*, és ily módon nem a bűncselekmény megelőzését szolgálja, hanem sokkal enyhébb megnyilvánulások cenzúrázását,

– eltérő annak megítélése, hogy mi sértő. Például a homoszexuálisok elítélését vezérelheti a vallási meggyőződés is (ez történt Svédországban, amikor egyházi vezetők intéztek elsöprő és nagy nemzetközi visszhangot kiváltó támadásokat),

– felvetődik az is, hogy szélsőjobboldali vagy szélsőbaloldali csoportok egymás ellen lépnek fel gyűlöletbeszédrel, meglovagolva akár szexuális, akár idegengyűlölő jelzőszavakat is,

– az ideggyűlölet nem vezet szükségszerűen az ellenük irányuló gyűlölet keltéséhez (például előítéletek, rossz tapasztalatok, az ország régebbi elzártsága).

2005-ben az amerikai szenátusban nagy vita robbant ki arról, feljogosítsák-e a kormányt arra, hogy ők döntsék el, mi számít gyűlöletbeszédnek? Egy ellenérv szerint maguk a kormányok is tele vannak gyűlölettel teli vezetőkkel. Az internet kapcsán megjegyzi valaki, hogy akik tele vannak gyűlölettel, éppen hogy a számítógép képernyőjén találják meg gyűlöletük kiélésének a paradicsomát, és ugyanebben a kontextusban az is elhangzott, hogy ma az Egyesült Államokban legalább 800 olyan szervezet van, amely nyíltan gyűlöletbeszédet terjeszt, és az Amerikai Alkotmány bárkinek megadja azon jogot, hogy bárkit szabadon gyűlölhessen, és ezt a mai technika korában térben és időben lehetetlen korlátozni.

Európában 2000 és 2005 között több ország részvételével rendeztek szimpoziумot a gyűlöletbeszéd és az ideggyűlölet kapcsán. Az Európa Tanács többször foglalkozott az internetes gyűlöletbeszéd lehetséges korlátozásáról. Nagy-Britanniában külön intézet létezik (Institute of Race Relations), amely intenzíven gyűjti és elemzi az eseteket. Az alapelvek nem újak a régebbi elektronikák (audiovizuális) médiák szabályozásához képest, azonban az a felismerés új, hogy szinte lehetetlen az ellenőrzés. Egy konferencián ezt szó szerint így fogalmazták meg: „az internet szabályozatlan, de szabályozandó anarchia”. Az egyes európai kormányok is keresik e szabályozás lehetőségeit.

Nagy-Britanniában már évekkel ezelőtt létrehoztak egy alapítványt (az előbb idézett intézetet megelőzően, amelynek neve: Internet Watch Foundation, Internet monitoring alapítvány), ha bármilyen fajgyűlölő megnyilvánulást talál, azonnal lépjen fel a kibocsátó ellen, és azonnal távolít el az illető intézményt az internet-hálózatról (bár nekem kétségeim vannak az ilyen elhatározások végrehajtásáról). Az európai intézmények szerint az interneten azonnal be kell tiltani bármilyen fajüldöző, ideggyűlölő (stb.) kommunikációt – fel is sorolnak sokféle példát, lehetséges megnyilvánulást.

A megfogalmazás ellentmondásosságát az is kifejezi, hogy így szól: „ami gyűlöletet *kelthet* – éppen az előző amerikai felsorolások emelték ki ennek képtelenségét, hiszen akkor még azt sem tudjuk, hogy egyáltalán *kelt-e vagy csak kelthet?* Öszintén szólva ez a sok deklaráció kissé olyan, mint az amerikai szesztilalom. Például: „ha nem világos, hogy az adott kommunikáció legális vagy illegális, akkor keresse meg őket”. Hogyan? És hol?

Felvetődött, hogy ha szélsőséges politikusok bekerülnek a tömegkommunikációba – márpedig ilyesmi előfordult már –, akkor ki állíthatja meg őket abban, hogy a nagy nyilvánosság előtt (ha nem a televízióban, akkor gyűléseken) kifejtsék szélsőséges álláspontjukat?

Néhány kutató szerint a gyűlölet ugyanúgy hozzátartozik az emberhez, mint a szeretet. Az európai deklarációkban is megjelenik a kétely – ami megfejthetetlen. Ezt írják: „különböztessük meg az intenzív ellenérzést az ellenséges érzéstől”, valamint a hétköznapi ellenséges indulatot a gyűlölet fellángolásától. „De ki, és hogyan húzza meg a határokat?” Olykor ezeket az önmagukban is kétségeket keltő európai deklarációkat (sokkal találkozni könyvekben, internetes konferenciákon) elemezve az emberben felmerül, hogy akkor a praticista amerikaiak egy fokkal okosabbak a gyűlöletbeszéd kapcsán.

Nem meglepő, hogy a holocaust tagadása és az antiszemitizmus megjelent az interneten is. Bármilyen kis létszámúak e csoportok, igen aktívak. A Google a „Jew Watch” kínálatát azért nem állította le, mert a „zsidó” szó keresése megszorodott, feltehetően az antiszemita köreikben. Igaz, megjelent az interneten egy ellene szóló anyag.

A fajgyűlölet, általában a kisebbségek elleni gyűlölet az interneten – a SurfControl nevű intézmény felmérései szerint – rövid idő alatt 25%-kal nőtt, igaz, ez magában foglalta az Amerika-ellenességet is, együtt a muszlimok, zsidók, feketék, homoszexuálisok és mások elleni gyűlölettel (2004-es adat). Így azt is mondhatnánk, hogy egymást gyűlölő ellenségek foglalták el a terepet.

Nyilvánvaló, hogy szemben a legnagyobb televíziós csatornákkal, az internetet nem lehet úgy ellenőrizni, és sokszor nincs meg a tettes – szemben a nagy tévécsatornákkal –, akik ellen fel lehetne lépni, vagy akiket szankcionálni lehetne. Feltehető azonban, hogy a szélsőséges nézetek csak szűkebb körökben terjednek, mert a legtöbb ember az interneten nem ilyesmit keres.

A brit parlament 2001-ben, majd 2004-ben, végül kiegészítésekkel 2005-ben „Gyűlöletbeszéd Törvény” címmel elfogadott javaslataiból idézek: „Világosan meg kell különböztetnünk egy vallás kritikáját attól a cselekedettől, amely vallásos csoport ellen gyűlöletet kelt” (bármilyen vallás ellen).

Végül megemlítem, egy forrás elismeri, hogy még a tévé esetében is a legnagyobb állami csatornák szabályozását látják biztosítva, de ugyanez nem érvényesíthető a magánszférában. A gyűlöletbeszéd tiltása nem oldja meg a türelmetlenség és a diszkrimináció problémáját.

Egy kis kitérő: a kisebbségek nyelvi diszkriminációja

Kezemben van egy 2003-as EU-kiadvány: „*Irányelvek a kisebbségi nyelvek tömegkommunikációs használatáról*”, amely oldalakon keresztül sorolja az ötvenes évektől azt a sok deklarációt, törvényt, általános irányelvet, javaslatot arról, hogy az egyes államoknak milyen kötelezettségeik lennének a kisebbségek nyelvének használatával kapcsolatban. Ezek felsorolását és fordítását szükségtelennek tartom, bár egyes esetekben, ha például jogi útra terelődnek a dolgok, hivatkozási alapként hasznosak lehetnek.

Mi ezzel szemben a valóság? Az angol kifejezés „freedom of expression”, szinte lefordíthatatlan pontos értelmében, mert nem szűkít le egyes szavakat – például a „szó-lásszabadságot” – a nyelvre – ugyanis főleg ezzel van a gond. Az Egyesült Államokban három magyar vezető szerepet játszott Hollywoodban; legendás figurák lettek (Fox, Mayer, Zukor és mások is), akik rövid idő alatt Hollywood vezéralakjaivá váltak. Eredeti foglalkozásuk szűcs volt. Mivel angolul nem tudtak, karriert csak egy helyen futhattak és futottak be, a némafilmnél.

Egy másik sztori. A legnagyobb amerikai–magyar lapok szerkesztőjeként kirendeltek egy biztosítási/bírósági perben tolmácsnak, és igen jól megfizették. Amikor az alperest megszólítottam magyarul, anyanyelvén és tört angolsággal felordított ez a hatalmas ember: „milyen nyelven beszél maga hozzám!” Kiderült, hogy horvát volt. A bíróság – feltehetően oly műveltek voltak, hogy hallottak Zrínyi Miklósról – úgy gondolta, hogy „Balkán-Balkán, azaz a magyar = horvát – ez a „Bukarest = Budapest” szindróma. Nem ezért vesztette el a pert, hanem mert primitív volt, nem volt ügyvédje, nem tudott angolul. Ennyit a kisebbségi nyelvekről.

Ennél azonban fontosabb az, hogy a magyar költészet a 19–20. században a világon egyedülálló. Mégis alig ismert, mert a magyar nyelv annyira egyedi.

Az egyetlen hely, ahol legalább a tolmácsok nyertek: az EU vezető bürokráciája. De próbáljon meg egy EU-diplomata magyarul beszélni partnereivel arra hivatkozva, hogy ehhez joga van – deklaráltan igen, de nem a gyakorlatban. Ezért nem is fordítom le ezt a szépen hangzó okiratot.

EURÓPAI UNIÓ

Az Európai Unió (Tanács, Bizottság, Miniszteri Bizottság és számos kapcsolódó, bedolgozó intézmény, valamint az utóbbi húsz évben alapított többféle monitoring, kutató, elemző tudományos intézete, részben az UNESCO részvételével vagy annak égisze alatt) az elmúlt húsz-huszonöt évben, de különösen az elmúlt egy évtizedben igen aktívan tevékenykedett a kisebbségek tömegkommunikációs kapcsolatai, védelme ügyében, és ez a tevékenység fokozódott az internet terjedésével. Szinte áttekinthetetlen és követhetetlen az a tömérdek konferencia, törvény, ajánlás, kódexjavaslat, könyv, egyéb publikáció, amely e témakörben és ebben az ügyben nyomtatva és az interneten megjelent.

E tevékenység egyik alapja az, hogy a bevándorlás – amely magában foglalja – elsősorban Nagy-Britanniában, Franciaországban és Németországban a más kultúrkörökből érkező, az őslakossághoz képest nagyon eltérő bevándorló, akár már állampolgárságot is szerzett családok millióit és azoknak az új országban született gyermekeit – alapvető gazdasági, lakás életmódbeli, nyelvi és egyéb problémákat szült. Mielőtt néhány konkrét határozatot, ajánlást idéznék, egy olyan fontos tényezőre kell rámutatnunk, amelyről nem sokat szóltak, és amelyről sokan talán nem is gondolkodtak.

Az Európai Unió tagországaiba – Magyarországra is – százezres nagyságrendben érkeznek olyan országokból, ahonnan régebben szinte alig érkezett valaki (Ázsia). Amikor az Európai Unió vezető testületei és az egyes nyugati országok vezetői az etnikai, nemzetiségi, faji diszkrimináció témakörben megmozdultak, akkor ebben elsősorban *nem humanitárius, hanem gazdasági megfontolások vezették őket*, és máig is az az egyik szinte feloldhatatlan ellentmondás, hogy munkaerőként érzékelik-e tízmilliók tömegét, és ráadásul ezeknek családjai is elkerülhetetlenül bevándorolnak, ha akarja az anyaország lakossága, ha nem, sőt, gyerekeik már az új hazában születnek, és egy-két ország kivételével ily módon eleve állampolgárok lesznek, teljes jogú tagjai a közösségnek, még akkor is, ha sokan évtizedes tartózkodás után sem tanulják meg a nyelvet, sőt, más vonatkozásban sem illeszkednek be, *jogilag* viszont teljes jogú állampolgárok.

Mivel a munkaerőre, a legalantasabbtól kezdve a legmagasabban kvalifikáltig, a csökkenő népességű európai országoknak szükségük van, ha tetszik, ha nem, és még ha a lakosság jelentős része ellenségesen lép is fel, valahogyan meg kell oldani azt az ellentmondást, hogy a gazdagabb országokban az alantas munkákat nem vállalja a csökkenő népességű középosztály, hiszen a népjóléti rendszerben valamilyen szinten akár munka nélkül is megél, tehát elkerülhetetlen ez a munkaerő-bevándorlás. Másrészt, mivel a lakosság csökken és ráadásul a legmagasabban kvalifikált szakemberek egy része Európából Amerikába vándorol, vagy évekig ott dolgozik, kialakul egy kétlépcsős népvándorlás (Magyarország ebben az első lépcső és innen sokan vagy tovább akarnak menni, vagy pedig maguk a magyarok mennek tovább, és ily módon helyüket akár Ázsiából jövő, de szerencsénkre többnyire erdélyi és más magyarok foglalják el).

Így tehát szükségessé vált valamiféle jogi szabályozás, amely először nem a tömegkommunikáció, hanem alapvető emberi jogok vonatkozásában jelent meg. Ebből viszont rövid időn belül kialakultak általános humanitáriánus megfontolások és a tömegkommunikációra vonatkozó szabályozások.

A mi érdeklődésünk és témánk ez utóbbi. Ennek is vannak gazdasági vonatkozásai (hiszen milliós, tízmilliós nagyságrendű, sokszor az új ország nyelvét nem is tudó tömegekről van szó), továbbá például, ha Franciaország példáját vesszük, akkor a „gyűlöletbeszéd” kapcsán nyilvánvaló, hogy a fő gondot a muszlimok Izrael- és Amerika-ellenessége jelentette, és valóban: Franciaországban az utóbbi két évtizedben sok botrányos esetben éppen a muszlim kontra Izrael és Amerika „gyűlöletbeszédben” kellett a legfelsőbb szinteken beavatkozni, büntetni, licenc bevonásával fenyegetni stb.

A másik oldalon effektíve vannak olyan országok (például a Németországról szóló rövid részlet néhány oldallal később vagy Dánia), ahol nagyon elmaradt a törvényhozás, a szabályozás, a média etikai kódexek stb. a tényleges társadalmi gyakorlattól, ami a bevándorlókat, vendégmunkásokat, illetve a már állampolgár etnikai nemzetiségi kisebbségi családokat és azok médiakapcsolatát illeti, amennyiben túl kis arányban részesültek ezek a nemzeti kisebbségek a „médiatortából”, másrészt megjelenítésük médiában, különösen a televízióban, vagy diszkriminatív, vagy minimum sztereotipizált.

Nem tagadhatjuk azt, hogy humanitáriánus meggondolások is szerepet játszottak az európai mediaszabályozásában és itt a nemzeti, etnikai kisebbségek együtt jelennek meg mindenféle kisebbséggel: a fogyatékossgal élőkkel, a szexuálisan másokkal, az idősekkel, a szegényekkel, illetve a lakóhelyük miatt igen hátrányos helyzetűekkel – e két utóbbi csoport azonban ritkán jelenik meg a médiában, főleg Nagy-Britanniában.

A tömértelen határozat, törvény, ajánlás, kódex, kiadvány, kutatás közül a következő néhány oldalon kiemelték nem minden esetben a „legfontosabbak”, azonban tartalmukban tükrözik a fő irányt, amely lényegileg az internettel csak annyiban változott, hogy mint mindenütt, Európában is még kevésbé végrehajthatóak a törvények, ajánlások, kódexek.

A megfogalmazások 20-25 éve nem sokat változtak, mégis inkább a későbbieket idézzük. Szófiában, 1997-ben az UNESCO szervezett egy nemzetközi szemináriumot a független és pluralisztikus médiáról. Az előkészítő dokumentum címe kifejező: *Média és tolerancia*. Az Újságírók Nemzetközi Szövetsége készítette. Mivel azonban sokféle újságíró van, sokféle média és sokféle kereskedelmi (kommerciális) rendszer, az itt dolgozó kommunikátoroknak az érdeke a kisebbségek védelme kapcsán maximum az, hogy elkerüljék a büntetéseket, bár ezek oly csekélyek, hogy eltörpülnek az adott csatorna profitjával szemben.

1988-ban az EU olyan ajánlásokat fogadott el, amelyek az on-line internetes szolgáltatásokra, illetve valamennyi elektronikus médiára vonatkoznak. Ebben ajánlásokat fogalmaztak meg az egyes országok törvényhozói felé és szorgalmazták az önszabályozást, amely a hatóságok, üzemeltetők és felhasználók szervezeteit egyaránt magában foglalja. Ezt 2004-ben olyan ajánlásokkal egészítették ki, amelyek a kisebbségre és az emberi méltóság védelmére vonatkoznak a megváltozott tömegkommunikációs világban. Az Európai Bizottság (Miniszeri Bizottság) 2005-ben felhívja a figyelmet arra, hogy az elektronikus média milyen szerepet játszhat a „gyűlöletbeszéd” megakadályozásában, az erőszak elleni fellépésben és a kölcsönös megértésben. „határok nélküli tele-

vízió”, Amszterdami Megállapodás, stb., stb. Green Paper – A kiadványok száma talán tízezres nagyságrendű is lehet! A „gyűlöletbeszéd” kifejezést sokáig idézőjelbe tették, de az utóbbi években az idézőjelet mellőzték, mivel valóban bevonult ez a kifejezés a szakmai köztudatba: egyszerűség kedvéért mondjuk azt, hogy ez alatt mindenféle kisebbség, másság elleni diszkriminatív fellépést értjük, és arra is alkalmas a szó, hogy ne soroljuk fel a sokféle kisebbséget egyenként, mint teszik a törvények, javaslatok és kódexek, gyakran tucatszor ismételve ugyanazt.

Az 1997-es dokumentum szerint újabban nő az intolerancia és a diszkrimináció. A szakmai etikai kódexek többsége éppen ezzel foglalkozik.

Németországban a „Sajtó Tanácshoz” két év alatt 57 ilyen panasz érkezett (ez nemcsak a nyomtatott sajtót jelenti, hanem mindenféle elektronikus médiát is), és ebből mindössze négy olyan eset volt (4!), ahol bizonyítható volt a diszkrimináció (lásd később a Németországról szóló rövid leírást a jelen tanulmányban), de arról már nem értesítenek, hogy ebben a négy esetben, ami hihetetlenül kis szám, milyen szankciót, büntetést alkalmaztak.

Az Európai Unió különböző javaslataiban felvázolták bizonyos monitoring és kutató-elemző intézmények megszervezését, és erre sor is került: több ilyen intézmény alakult. Ezek feladata többek között a nők és a média kapcsolatának vizsgálata (mind foglalkoztatottság, mind médiamegjelenítés, image vonatkozásában).

A kilencvenes években alapított médiakutató intézet az etnikai kisebbségek (illetve mindenfajta kisebbség) médiamegjelenítését elemzi. (A gyűlöletbeszéd kapcsán a bevezetőben említettük a Nagy-Britanniában és másutt működő hasonló intézményeket.) Igen sok egyetemen folytatnak kutatásokat az Európai Unió sokféle intézményének megbízása alapján, és ezeket a kutatásokat beépítik a konferenciák, törvények, deklarációk anyagaiba.

Röviden idézünk az 1994-ben Prágában tartott értekezlet anyagából.

Deklaráció a médiáról a demokratikus társadalomban: „A javasolt alapelvek alkalmazásakor a ’gyűlöletbeszéd’ alatt értjük a kifejezések (kommunikáció) valamennyi formáját, amely kiváltja, vagy elősegíti, vagy igazolja a faji gyűlöletet, az idegengyűlöletet, az antiszemitizmust vagy a gyűlölet más olyan formáját, amely türelmetlenségre vagy elutasításra épül, beleértve olyan megnyilvánulásokat, amikor az agresszív nacionalizmus, az etnocentrizmus, a diszkrimináció a kisebbségek, a bevándorlók vagy a bevándorló szülők és gyermekek ellen irányul.”

Szorgalmazzák, hogy a tagállamok lépjenek fel minden „gyűlöletbeszéd” ellen. Ugyanakkor hangsúlyozzák: ezek a törvények, szabályozók nagyfokú gondosságot igényelnek, amikor a *bíróságok tényleges végrehajtást gyakorolják, hogy ne ütközzenek a kommunikáció (sajtó) szabadságának alapelveibe*. A független bíróságokra alapos mérlegelés és átgondolt megfontolás hárul, amikor valahol az emberi méltóságot és a máságot sértették meg. Az egyes országokban a gyűlöletbeszédrel kapcsolatos törvényekben és különösen azok végrehajtása során meg kell különböztetni a gyűlöletbeszédet képviselő személyt *magától a tömegkommunikációs intézménytől, ami a felelősséget illeti* (kérdésem: egyenes adáson vagy interneten ezt ki és hogyan teszi?). Ugyanakkor a deklaráció egyértelműen védi az olyan *tudósítást*, amely az idegengyűlöletről, antiszemita megnyilvánulásokról és a türelmetlenség konkrét eseteiről szól. (Csakhogy, tesszem hozzá én, az ilyen műsorok ugyanúgy fokozzák az egyes nézőben meglévő ilyen elképzeléseket, indulatot, bármilyen ellenpropagandát folytatnak is, azaz ismét vissza-

tértünk az alapdilemmához: nem lehet semmilyen törvénnyel megváltoztatni, ami a felnőttek fejében van...).

A 2000-es Strasbourgi Európai Konferencia témája: *„Harc a marginalizáció és társadalmi kirekesztés ellen, harc a faji megkülönböztetés, diszkrimináció, idegengyűlölet, antiszemitizmus ... ellen... az intolerancia ellen.”* A médiára vonatkozó ajánlásokból:

a sajtóban és az elektronikus médiában kerüljük el a kulturális, etnikai vagy vallási közösségi kisebbségek degradáló sztereotípiáit,

amennyiben egyének viselkedését mutatjuk be, akkor kerüljük el annak hangsúlyozását, hogy az illető milyen közösségnek a tagja, ha az nem releváns,

amennyiben egy interjú, riport, kerekasztal-beszélgetés közben valaki intoleranciáról tanúskodó kijelentést tesz, akkor a műsorvezető azonnal kritikusan reagáljon erre...

Idézik az 1997-es „gyűlöletbeszédről” szóló ajánlásokat, miszerint *„a tagállamok kormányai és közhatalmai, valamint állami és más intézményei az országos és regionális szinten különös felelősséggel bírnak a tekintetben, hogy tartózkodjanak bármilyen megnyilvánulástól, különösen a tömegkommunikációban, amely gyűlöletbeszédet terjeszt, vagy pedig hatásában azt eredményezheti, hogy legitimizálják, terjesztik, vagy elősegítik a fajgyűlöletet, az idegengyűlöletet, az antiszemitizmust vagy a diszkriminációt, az intoleranciára épülő gyűlölet más formáit.”* Az ilyen megnyilvánulásokat be kell tiltani, bírálni kell és el kell utasítani. (Kiemelés tőlem, Sz. P.)

A pozitív célok között elsőként azt említik, hogy a kisebbségeknek lehetőséget kell adni arra, hogy saját nyelvükön jelenjenek meg a médiában (Európai Charta a Regionális és Kisebbségi Nyelvekről).

A bevándorló és etnikai kisebbségek joga az, hogy pártatlanul és átfogóan jelenhessen meg a médiában (hogy azután az mit jelent, hogy „megfelelően mutassák be őket”, az számomra talány, Sz. P.).

Elő kell segíteni, hogy az adott ország valamennyi állampolgára *racionalisabban szemlélje a bevándorlást és a multikulturális környezetet, és elfogadja a bevándorlókat és azt, hogy az etnikai kisebbségek vele egyenlők.*

Anélkül, hogy tovább idézném a töméntelen, ám szinte egy az egyben hasonló deklarációkat, elkerülhetetlenül felvetődik, hogy az európai illetékesek nem tanulmányozták az amerikai négeres és fehéres ellentétét és azt, hogy hogyan alakult ott a feketék/fehéres viszonya a médiában, sem pedig általában a nemzetiségi kisebbségek immár kétszáz éves történetét az Egyesült Államokban. Nem valószínű, hogy akár a befogadás, akár a beilleszkedés oldalán másképpen alakul ez Európában, ráadásul a franciaországi és németországi (és más kisebb országokban is) bevándorló vendégmunkások, családjuk még csak nem is az ország nyelvét beszélik (mint a négeres angolul), tehát nincs az a csoda, ami valamiféle tökéletes beilleszkedést és a diszkrimináció felszámolását meghozza, legalábbis nem a tömegkommunikációban.

AMERIKAI EGYESÜLT ÁLLAMOK

Az Egyesült Államok médiaszabályozásának egyik első átfogó esete a hírhedt Hays Kódex volt, amely Hollywoodot érintette, és szinte egyedülállóan részletes és abszurd volt, mert máskülönben itt mindmáig a nálunk kevésbé ismert precedens bírósági eljárás a jellemző, amikor egy jogerős bírósági döntésre hivatkoznak a későbbiekben, és kevésbé jellemző a legfelső szinten átfogó és az egész országra kiterjedő törvény, kódex vagy szabályzat, legalábbis a tömegkommunikációban, bár régóta létezik a magyar ORTT rokon intézménye, az FCC. Az elektronikus média a legkevésbé szabályozható, részben azért, mert itt volt legelőször a legelterjedtebb, de a szabályozást akadályozza az Amerikára jellemző szabadság-koncepció (az ottani idézetek is elsősorban amerikaiak).

Az FCC (Szövetségi Kommunikációs Bizottság) a hatvanas évektől szorgalmazza a kiskorúak védelmét a tömegkommunikációval szemben, így adták ki az Action for Children nevű szervezet javaslatára a Notice of Proposed Rulemaking for Children című gyűjteményüket, amely elsősorban a televízióra vonatkozik, de ez is, amerikai szokás szerint, inkább gazdasági kérdésekkel érvel, mint a műsorok tartalmi jegyeivel foglalkozik. Ebben feltárták a kiskorúak kiszolgáltatottságát fogyasztóként, vásárlóként, részben a gyerekeknek szánt televíziós reklámok kapcsán is. Emellett szorgalmazták a „minőségi” műsorokat, és hangsúlyozták a műsorok változatosságának a követelményét, bár ez igen sokféleképpen értékelhető és értelmezhető. (Elsősorban a gyerekek felé irányuló televíziós műsorokra hivatkoznak). A NAB Kódex révén mindenestre annyit értek, hogy különösen a hétvégi gyermekműsoroknál korlátozzák és csökkentik a reklámidőt, és olyan szabályokat írtak elő, amelyek valamiképpen kézzel foghatók és mérhetők.

1972-ben adta ki az FCC (Pearce Study) a „Gyerekek Televíziójának Gazdasági Rendszere” irányelveit. Ez azonban inkább a rendszerek elemzését, mintsem konkrét javaslatokat tartalmazó irányelv. Feltárták a gyerekek kiszolgáltatottságát és kizsákmányolását, de maguk is elismerték, hogy az FCC lehetőségei a törvények és rendeletek érvényesítésére erősen korlátozottak. Ez az amerikai álláspont, amely a tömegkommunikáció vonatkozásában évtizedek óta visszatérő sokkal szimpatikusabb, mint az európai romantikus – szintén nem megvalósítható – deklarációk, mivel legalább elismeri, felismeri a tényleges társadalmi valóságot, holott ekkor még nem is terjedt el a videó és nem volt internet. Ebben elismerik, hogy szinte reménytelen az elvárások érvényesítése, hiszen többé a cenzúra sem létezik, nemhogy hathatós érdekvédelem a kiskorúak érdekében az audiovizuális tömegkommunikáció kusza világában.

Ezzel szemben az Egyesült Államokban igen sok „akciócsoport” és „ad hoc bizottság” létezik, és bár ezek lehetőségei is korlátozottak és szűk körűek, legalább jelzik azt, ami sokak, így jómagam számára is a legszimpatikusabb, miszerint nem valamiféle központi, bürokratikus szervezet az illetékes a tömegkommunikációs tartalmak szabályozásában, hanem egyrészt a civil szervezetek, másrészt maguk az alternatív intézmények.

Az viszont tény, hogy a kiskorúak kiszolgáltatottsága az elmúlt évtizedben az audiovizuális (elektronikus) tömegkommunikációval szemben megnőtt, kiszélesedett, és kaotikussá vált. Különösen sok tudományos kutatás és akcióprogram tárta fel az erőszak káros hatásait, e téren azonban, s különösen a videojátékoknál, szinte lehetetlen a figyelmeztetésen túl bármit is tenni. Magam is sokszor leírtam és egyetemeken tanítottam, hogy nem a pornográfia, hanem az erőszak káros az audiovizuális tömegkommunikációban. A por-

nográfia ellen több mint nyolcvan éve – régebben a filmek kapcsán – hiába próbáltak az erénycsöszök fellépni, mert az a filmekben mindig és mindenütt, látenszen vagy nyíltan jelen volt, ezzel szemben az erőszak az utóbbi időben elementárisan, szélsőségesen, brutálisan tört előre a gyerekeket oly módon szocializálva, mintha az erőszak, a militarizmus a természet rendje lenne.

Mivel az FCC és más szabályozó intézmények vezetői hamar felismerték, hogy lehetetlen bármilyen törvénnyel vagy másfajta előírással, korlátozással, ellenőrzéssel, tiltással szabályozni a gyerekeknek ajánlott vagy nem ajánlott műsorok nézését, inkább a pozitív, mint a negatív szabályozást helyezték előtérbe a nyolcvanas évektől. Cenzúra régen nincs, így tehát bármiféle negatív szabályzás lehetetlen (leszámítva egyes botrányos és nagy vihart kavart eseteket.) A „Communication Act” így tehát arra ösztönzi a műsorkészítőket és műsorszolgáltatókat, hogy egyre több olyan műsort (filmet) készítsenek, amelyek kifejezetten a gyerekek (kiskorúak) nevelését szolgálják, és teljes mértékben megfelelnek az életkori sajátosságoknak és a társadalmilag kívánatos elvárásoknak. Ugyanakkor a televíziós csatornákat konkrétan nem kötelezik ezeknek a javaslatoknak a betartására – a reklámok kivételével, amikor is a gyermekműsorokban meghatározzák percre pontosan a műsorok közben engedélyezett reklámidőt, ezt ellenőrzik és mérik, túllépéskor szankcionálják is.

Mivel az Egyesült Államokban elenyésző értéket képviselnek maguk a technikai eszközök, a televíziós adók épületei, minden felszerelésük, sőt munkatársaik is – a tényleges érték, a tőke maga az engedély, ezért az FCC úgy próbálta szankcionálni a gyerekek számára készült műsorokkal (illetve a nemkívánatos műsorokkal vagy műsorszolgáltatási politikákkal) kapcsolatos előírásait, hogy kötelezte valamennyi kereskedelmi televíziós adót arra, hogy rendszeresen számoljanak be a gyerekek számára készített és leadott műsorok jellegéről és a sugárzás idejéről, ismétlésektől, sorozatokról stb.

A valóságban ezek a társadalmilag kívánatos szabályozások két okból nem realizálhatók. Egyrészt maguk a kereskedelmi adók, amelyek farkastörvények szerint harcolnak a profit maximalizálásáért, azaz a reklámot számukra nyújtó és azért fizető cégek kegyeiért, ezerféle módját találták ki annak, hogyan verjék át az FCC-t, és más, szóba jöhető szervezeteket (természetesen az egyetemi és más értelmiség tanulmányai, újságcikkei, könyvei, felmérései mindebben ugyanolyan csekély szerepet játszanak, mint általában az értelmiség bárhol bármiben), másrészt és mindenekelőtt azért, mert a nyolcvanas évektől a videó, később az internet gyermekek általi „fogyasztása” sem időben, sem térben, sem tartalomban nem ellenőrizhető.

KANADA

Kanada, bár az Egyesült Államok szomszédja, szintén a bevándorlók országa, és az első számú nyelve az angol, továbbá elkerülhetetlenül az amerikai tömegkommunikációhoz hasonlóak az emberek tömegkommunikációs fogyasztási szokásai, és sok vonatkozásban hasonlít az Egyesült Államokhoz (gazdaság, életmód stb.), attól lényegesen eltérő tömegkommunikációs politikát folytat, legalábbis ami a szűkebb állami szektort illeti. Ez először a Canadian Film Board és általában a kísérleti kanadai filmművészetben mutatkozott meg, amely a harmincas évektől sok – gyakran francia –

filmalkotót vonzott ide (sok magyart is). Kanadában ugyanis, szemben az Egyesült Államokkal, az állam igen jelentősen támogatja a kultúrát. Az eltérésben természetesen fontos szerepet játszik az is, hogy nagy létszámú francia eredetű lakossága van, és a francia kultúrával éppen ezért erős a kapcsolat, a kötődés. Ez mindmáig jellemzi a kanadai kultúrát.

Kanadának nincs nagy létszámú kisebbsége – leszámítva az eszkimókat és az indiánokat (a franciák nem tekinthetők kisebbségnek), és az utóbbi években Ázsiából és nem európai országokból érkezett bevándorlókat – ezért a központi kultúrpolitika átfogóan érvényesülhet. Ez azonban nem azt jelenti – a Magyarországon is sokáig élő romantikus elképzelésektől eltérően –, hogy az európaihoz hasonló kultúrpolitika érvényesülhetett, egyrészt azért sem, mert az Egyesült Államok tömegkommunikációs rendszere behatolt ide is, másrészt mert Kanadában a kommerciális (kereskedelmi) tömegkommunikáció a domináns az amerikaihoz nagyon is hasonló ismérvekkel.

A Kanadai Rádió-Televízió Szövetség, amelyet 1988-ban hoztak létre, a következő etikai kódexpontokat fogalmazta meg a kisebbségekre vonatkozóan, valamint az emberi jogok védelmében. Ezt a kódexet 2002-ben átdolgozták, és alkalmazták az újabb esetekre, médiumokra.

Az emberi (alapvető) jogokból levezetett előírások a rádió, televízió, mindenféle nyomtatott és elektronikus média, film stb. területén: *„Mivel minden embernek joga van az egyenlő és teljes elismertséghez, valamint ahhoz, hogy alapvető szabadságjogokat élvezzen, a rádió-televízió műsorszolgáltatóinak biztosítaniuk kell, hogy programjaik ne tartalmazzanak sértő, igazságtalanul diszkrimináló anyagokat vagy kommentárokat, amelyek a fajra, nemzeti vagy etnikai eredetre, bőrszínre, vallásra, életkorra, nemre, szexuális orientációra, házassági státusra vagy fizikai és szellemi fogyatékoságra vonatkoznak.”*

A hármas számú záradék pedig a nembeli megkülönböztetésre, sztereotípiákra vonatkozik, mindkét nemre vonatkozóan. Külön létezik egy nemi szerep bemutatását részletező televíziós és rádiós kódex is, amelyre a mostani összefoglaló épült: Annak tudatában, hogy a sztereotipizáló anyagoknak lehet negatív hatása is, a rádió-televízió műsorok készítőinek a felelőssége, hogy legjobb képességeik szerint tartózkodjanak a nemi szerepek kizsákmányolásától és a műsorokban mindkét nem értelmi és érzelmi egyenlőségét tükrözzék.

A Kanadai Rádió-Televízió Műsorkészítők Szövetsége hivatkozva több esettanulmányra, az interneten is közzétette részletes előírásait, amelyek szerint büntethetők a következő fő diszkriminációs esetek. Ezek negatív diszkriminációt jelentenek:

- faji, nemzeti vagy etnikai eredet és bőrszín szerinti diszkrimináció,
- vallási alapon történő diszkrimináció,
- életkor és nem szerinti diszkrimináció,
- szexuális orientáció és házassági státus szerinti diszkrimináció,
- fizikai és szellemi fogyatékoság szerinti diszkrimináció.

A Rádió és Televízió Hírszerkesztők Szervezetének az Etikai Kódexe a rádió-televíziós újságírásra vonatkozóan e pontokat (végrehajtás szintjén) is érvényesítheti a Kanadai Rádió-Televízió rendszer. Az *egyenlőségről* a második cikkely szól ily módon: *„A rádió- és televíziós újságírók csak akkor jelezhetik az emberek fáját, nemzeti vagy etnikai származását, bőrszínét, vallását, szexuális orientációját, házassági státusát, fizikai vagy szellemi fogyatékoságát, ha az releváns az anyagban. Továbbá: „A rádiós-televíziós mű-*

sorszolgáltatóknak tartózkodniuk kell minden olyan sértő kommentártól vagy sértő képi anyagtól, amelyek gyűlöletre vagy annak szándékára ösztönöznek faj, nemzetiség, etnikai származás, bőrszín, vallás vonatkozásában vagy pedig olyan incidenseket mutatnak be, amelyek előítéletet kelthetnek (kiemelés tőlem, Sz. P.). Tartózkodniuk kell az olyan sértő nyelvhasználatról vagy bármilyen anyagtól, amelyek sztereotipizálnak (kiemelés tőlem, Sz. P. Kérdem én, hogyan lehet számon kérni, netán szankcionálni a sztereotipizálást? Hiszen az egész kommersziális tömegszórakoztatásnak ez az alapja: redukált, romanticizált, sztereotipizált: ez a tömegkultúra lényege.)

A magántársaságokra vonatkozóan számos, a kódexben leírt javaslat „önkéntes” és ajánló jellegű. Mivel Kanadában is a tömegkommunikáció elsősorban magántársaságok uralma és tulajdona, ebből azután minden intelligens olvasó levonhatja a következtetést az ilyen kódexek „végrehajthatóságáról”. Amit egyébként 2005-ben maguk a kódexek megfogalmazói is levontak. Íme: A kisebbségi csoportokat továbbra is inzultálják, sztereotipizálják és karikírozzák vagy ignorálják a médiában. A feketéket és más színesbőrűeket a tévéműsorok, híradók és reklámok ily módon mutatják be. A média továbbra is ignorálja a kanadai bevándorlókat és a fajilag sokoldalú lakosság ellenére nem igazán jelenik meg az, hogy Kanada ténylegesen egy multikulturális társadalom. Rasszizmus és diszkrimináció – ezt vagy az ignorálás vagy a félelem és a gazdasági megfontolások okozzák. Ténylegesen Kanada lakosságának a 45%-a nem angol vagy francia eredetű. 1981 és 1991 között a bevándorlók 75%-a nem „konvencionális” bevándorló, azaz Ázsiából, Afrikából, Latin-Amerikából érkezett. A Kanadai Rádió/Tv Korporáció (CBC) és a Nemzeti Filmbizottság, valamint a magyar ORTT megfelelő intézménye (CRTC) olyan törvényt fogadtatott el, mely szerint a rádió/tv engedélyeket visszavonhatják, amennyiben az új szabályoknak (a „kisebbségek” kapcsán) nem felel meg egy adott állomás.

Mindennek ellenére a következőket tapasztalták:

- a kisebbségek „láthatatlanok”,
- sztereotipizált a bemutatásuk,
- „társadalmi problémaként” jelennek meg,
- a „szórakoztató” műsorokban „dekorációként” jelennek meg,
- a nyílt diszkrimináció helyett az „udvarias diszkrimináció” a jellemző,
- ez utóbbinak az az oka, hogy a törvény tiltja a faj, bőrszín és nemzeti eredet szerinti diszkriminációt.

Az is igaz, hogy egyre szaporodnak a kisebbségi médiák (állomások, sajtó stb.).

NAGY-BRITANNIA (EGYESÜLT KIRÁLYSÁG)

A BBC hazánkban a rendszerváltás után médiaetikai példaképünk volt és méltán. A BBC etikai kódexe más európai országok számára is példát jelentett. Abban is, hogy másoknál előbb dolgozták ki a „tisztességes újságírás” kódexét.

Kezdjük a gyerekekkel. Szemben az előzőekben idézett amerikai gyakorlattal, itt érelyesebben és hathatósabban léptek fel a gyerekek (kiskorúak) védelmében (bár ez feltehetően elkerülhetetlenül kevésbé hatékony az utóbbi évtizedben). Az ITC PC (Program Kód, amit én nem szó szerint „műsorszolgáltatói gyakorlati útmutatónak” fordítottam) előírja: a gyerekek számára feltehetően káros műsorokat nem lehet olyan időben sugároz-

ni, amikor a legtöbb gyerek nézi a televíziót (így például este kilenc előtt és napközben). Később próbálkoztak olyan technikai eszközök szorgalmazásával is, amelyek lehetővé teszik a szülők számára, hogy korlátozzák gyermekeik tévénézését, bár ezek elavultak (szemben az én unokáimmal, akik szülői felügyelettel *nem néznek tévét*). Ugyan az ITC PC olykor írásban is elismeri, hogy szinte lehetetlen ezt az időkorlátozást betartani.

A szabályozás részletesen kitér az erőszak káros hatásaira, és e tekintetben még a hírműsoroknál is figyelembe veszik a kiskorúak érdekeit. Sokáig előírták azt is, hogy a kiskorúak védelmében jóval az adott műsorok sugárzása előtt minden szülő számára (nyomatott és sugárzott formában) elérhetővé kell tenni elegendő információt ahhoz, hogy eldöntsék: engedik-e vagy sem gyermekeiket a készülék elé. A Brit Filmosztályozó Bizottság egyenként minősít minden játékfilmet, és besorolásait érvényesíteni kell a televíziós vetítések során (időben, korhatárban stb.).

Az erőszak káros hatásai mellett kiemelik azt a szempontot is, hogy milyen veszélyeket jelenthetnek az olyan részletek, amelyek bizonyos negatív magatartási megnyilvánulásokat mutatnak be és a kiskorúakat utánzásra ösztönözhetik. *„Az erőszak ábrázolásának meg kell felelnie a műsorbeosztásnak, az adott kontextusnak, a közönség elvárásainak, valamint az adott szolgáltatás jellegzetességeinek.”* (Sajnos, ez a megfogalmazás már nehezen konkretizálható, és különösen kérdéses, hogy mi a közönség elvárása – ebben minden bizonnyal a felnőttek igényei gyakran ellentmondanak a kiskorúak érdekeinek.)

A szexuális jellegű bemutatásokról ezt írják: *„Ezeknek igazolhatónak kell lenniük.”* (Ugyan ez nagyon ellentmondásos, mert egyrészt ki igazolja, másrészt ezek az „igazolások” nemcsak koronként, de családonként, intézményenként is ugyancsak változnak és relatívak.)

Bár az utóbbi évtizedben amúgy is egyre nehezebb az audiovizuális kommunikáció cenzúrázása, különösen a gyerekek szempontjából, azt mondhatjuk, hogy mind az EU „Zöld Könyve”, mind a BBC műsor-szolgáltatási kódexe megkísérli, amennyit a műsor-szolgáltatók tisztességesen megtehetnek. Máskülönben azt is figyelembe kell vennünk, hogy a BBC régebbi monopolhelyzete régen megszűnt, továbbá a mozit felváltotta a videó.

Érdekessége a különböző angliai kódexeknek, hogy évtizedek óta a kisebbségek (és a gyerekek) védelmén kívül visszatérően megjelennek a „hátrányos helyzetűek” (ott ők is kisebbséget jelentenek), így a szegényebb rétegek és a vidéken élők. Ez azért nagyon szimpatikus, mert például a vidéken élők a fogyatékkal élőkhez hasonlóan hátrányos helyzetűek még a legmodernebb elektronikai technika korában is, ugyanakkor a szegények sok szempontból támogatandó kisebbséget jelentenek a média tükrében.

Az emberi méltóság védelmében és a kisebbségek médiaimázs tükrében a nézőknek jogukban áll elvárniuk a műsorkészítőktől, hogy tiszteletben tartsák emberi méltóságukat mind az egyénnek mint személynek, mind az embernek mint egy csoport tagjának a vonatkozásában. *„Szükségtelen, ne zsákmányoljuk ki az egyéneket, és ne okozzunk szenvedést, kényelmetlenséget nekik, és ne vigyék a nézőket abba a helyzetbe, hogy mások szenvedéseinek az élvezői legyenek.”*

A „Fajok és sokféleség” című bekezdésben a következőket olvashatjuk:

„Erősíteniünk kell a sokféleség és másság iránti toleranciát, el kell kerülnünk a sztereotípiákat akár fajokkal, akár nemmel, életkorral, vallással vagy szexuális orientációval kapcsolatosak. Még akkor is, ha a faji, nemzetiségi sztereotípiák nem keltenek közvetlenül

káros hatást az adott műsorban. Ez vonatkozik az Egyesült Királyság különböző régióiban élőkre is. Törekednünk kell az etnikai kisebbségek pozitív mintáinak a bemutatására.

Amennyiben valamilyen etnikai kisebbségről van szó, akkor ... meg kell felelnünk az ő elvárásainak ... és biztosítanunk kell részvételüket. El kell kerülni a fajüldöző kifejezéseket. Az érzéketlen kommentár és a sztereotíp ábrázolás önmagában is sértést jelent ... Nagyon gondosan kell mérlegelnünk azt, hogy milyen hatása lehet az adott műsornak mind a szóban forgó faji kisebbségre, mind a társadalom egészére, valamint azt, hogy mi elfogadható és mi nem a közönség attitűdjeinek esetleges változtatásához.”

A fogyatékkal élőkrol

A fogyatékkal élők és a szellemi fogyatékkal küszködők kapcsán a kódex a következőket mondja: „minden olyan momentumot el kell kerülnünk a műsorokban, amelyek a fogyatékkal élőkkel és a szellemi fogyatékosokkal kapcsolatos előítéleteket erősítik ... Kerülni kell a sértő kifejezéseket és a stigmatizáló mítoszokat... Konzultáció révén is el kell kerülnünk az érintettekkel kapcsolatos sztereotípiákat. Amennyiben bűnözés esete forog fenn, akkor az erőszakos jellegű cselekmények kapcsán kerülni kell a szellemi fogyatékoság kritikátlan említését...”

Sértő lehet a humor is, amennyiben az fizikai, mentális vagy érzékszervi fogyatékosággal kapcsolatos, még akkor is, ha nem mondható, hogy a hozzáállás rosszindulatú volt... A fogyatékoságra magára csak akkor hivatkozunk, ha a kontextus azt elkerülhetetlenül megkívánja. Az ilyen műsorokba lehetőleg vonjuk be magukat a fogyatékkal élőket is... Hasonló gondossággal járjunk el más, kevésbé nyilvánvalóan hátrányos helyzetű és sebezhető emberek esetében, mint amilyenek például az idősebb korúak, a homoszexuálisok, a kisebbségi vallási és nyelvi közösségek tagjai.”

Részletesen foglalkozik a kódex bármely konkrét vallásra való hivatkozással, beleértve a teológiai jellegű vitákat is, melyek során nézeteltérések felmerülhetnek, de ezek során nem szabad más emberek vallását támadni. Nagy-Britanniában sokféle vallás, hit és kultúra él egymás mellett, és valamennyien igen érzékenyek a sajátjukra. Ezzel valamennyi rádió- és televízió-műsorszolgáltatónak tisztában kell lennie, és meg kell felelniük ezen követelményeknek, még akkor is, ha az esetleges sértés nem volt szándékos. Lehetőleg csak megfelelő drámai szituációban használjuk az „Isten”, „Jézus Krisztus”, „Jézus” kifejezéseket. Ezek az elvárások egyaránt vonatkoznak a sokféle specifikus vallási műsorra és az olyan műsorokra, amelyekben a vallás valamilyen szerepet játszik.

Érdekessége az ITC Kódexnek az, hogy külön és részletesen kitér a média hipnotizáló hatására. Vannak olyan nézők, különösen a kiskorúak és a fogyatékkal élők között, akik különösen fogékonyak erre (itt a hipnotizálásról szóló 1952-es törvényre hivatkoznak). Többek között tilos hipnotizálni közvetlenül a kamerába nézve.

Szintén kitér az ITC Kódex az okkultizmusra és bizonyos „pszichózis” jellegű esetekre. Tilos a nézők csoportjainak vagy a műsorban résztvevőknek specifikus orvosi ügyekben tanácsot adni, vagy személyes pénzügyekben hasonlóképpen eljárni. Különösen vonatkoznak az e fejezetben leírtak az olyan esetekre, amikor nagyszámú gyerek nézi a tévét. „Pszichikai” („pszichózis”?) jellegű anyagokat csak bizonyos esetekben (fantázia helyszínén) lehet mutatni, és ez különösképpen a gyerekek védelmét szolgálja.

A *nem egyenes adások* esetén kötelező ellenőrizni adás előtt az anyagot *annak érdekében, hogy egyetlen program se legyen izléstelen, támadó jellegű* olyan események során, mint a halál, sebesülés vagy más szerencsétlenség. A gyerekeket különösképpen intenzíven érintheti az olyan, főleg a reklámokban alkalmazott rövid kép- vagy hangbevágás, amely tudat alatt hathat rövid időtartama következtében, és ily módon befolyásolja az agyat, azaz aki nézi és hallja, nincs tisztában azzal, hogy mit is fogadott be. (Megjegyzem, Sz. P., hogy ezt a gyakorlatot régóta szinte ellenőrizhetetlenül folytatják, ha nem is itt.)

(A tanulmány második része a következő számban lesz olvasható.)

INTERNET

Julesz Máté

AZ INTERNETES KÖLCSÖNHATÁSOK NORMATÍV JELLEGZETESSÉGEI

1. Compositio compositionum

1.1. „A szerveződési elvek természetesen nem előregyártott vagy eleve meglévő ideák, eszmék, amelyek mint valamiféle tervek megelőznék e szerveződések kialakulását” – írta Terestyéni Tamás „Társadalmi szerveződések és kommunikáció” című tanulmányában 1988-ban.¹ A humán közösségek kompozíciójának irányelveit a társas korrelációkban immanens szociális normák határozzák meg. Olyan szociális normák, amelyek elsősorban az emberre jellemzők.

1.2. A jogban, a közgazdaság-tudományban, a szociológiában és egyéb társadalomtudományokban is ismert és alkalmazott szervezeti forma a szervezetek szerveződése, tehát a compositio compositionum. A szövetkezetek szövetkezése, gazdasági társaságok holdingja, szakszervezetek szövetsége, egyesületek szövetsége, kooperációs társaság stb. Az internet is hasonlóképpen, mégis másként, kisebb átmérőjű hálókból sző terjedelmesebb hálót a szocioszférában. A hálózatosodás nem pusztán technikai kérdés. A technika a humán igényeket képezi le, és váltja valóra. A hálózatok közti interoperabilitás magasabb minőséget hoz létre. Ennek a magasabb minőségnek a kulcsa az ember, aki konstruálja a hálózatokat, és egymásba szövi, összekapcsolja azokat. Ezzel lehetővé válik a hálózatok egymás közti kölcsönhatása, amely az egyes hálózatokban folyó, humán intellektusú kölcsönhatásokhoz képest emelt minőségű interakcióknak biztosít teret: a cyberteret. A cyberteret kölcsönhatásai hálózathoz kötöttek, és bizonyos, előre definiált normák szerint jöhetnek létre, illetve szűnhetnek meg. Az internetes kölcsönhatások normatív karakterisztikája révén a direkt emberi kölcsönhatásoknál magasabb szintű interakciók az embert szolgálják, és – normatív jellegüknek megfelelően – ember alkotta szabályelvek jelölik ki fejlődésük irányát, valamint működésük tér- és időbeli érvényét.

1.3. A szervezetek mögött sokszor rejtve maradnak az alsóbb szerveződési szintek. Így ezek kitűnően alkalmasak kevésbé szalonképes eszmék, gondolatok bújtatására. A szélsőséges csoportok, kisebb tömegek kooperációs fórumai közül az internet nőtte ki magát a legjelentősebbnek. Ezek a közösségek lehetnek politikai, vallási, ezoterikus, egyéb ideológiai vagy szellemi csoportosulások, amelyek az anonimitással visszaélve, jogi kiskapukon keresztül jutnak el a lehetséges felvevőkhöz. A felvevőkhöz, akiknek kisebb ré-

sze keresi tudatosan a kapcsolatfelvétel lehetőségét – többségükben óvatlanul sétálnak bele a hálózat csapdájába.

Mára a világ csaknem minden pontjáról csatlakoznak a nemzetek fölötti hálózathoz. Ennek eredménye, hogy

- internacionális értelemben legális és akceptált,
- lokálisan legális, de szűk körben elfogadott,
- nemzetközileg tevékenykedő, de jogellenes, valamint
- lokális szinten jogellenesnek számító, de a nemzetek mértékadó közössége által befogadott aktivitást folytató internetes közösségek szervezik és hirdetik az internetes hálóról lelépő és a társadalmi háló egyéb színterein realizálódó tevékenységüket.

1.4. A digitális szakadék felszámolása, a digitális írástudás elterjesztése a Nemzeti alaptanterv kulcskompetenciái között is szerepel. Az e-gazdaság fejlesztése és az infokommunikáció mint új kulcsszavak kerültek a köztudatba Magyarországon, és a fejlődő világ országaiban. Ez azonban csak látszatra pénzkérdés. Finanziális szempontból ezen a téren a fejlődő országok sincsenek szignifikánsan lemaradva a többi államtól. Ennek egyik legfontosabb oka, hogy a fejlett világnak érdeke a digitális írástudásnak az egyéb társadalmi kulcsterületeknél jóval gyorsabb ütemű, élénkebb evolúciója. Ez biztosíthatja a fejlődő országokkal kialakítandó gazdasági relációkat, amely nélkül a fejlett világ sem fejlődhetne tovább. Sem anyagilag, sem pedig szellemiségében.

A digitális írástudás elfogadtatása a kevésbé fejlett országok többnyire túlnépesedett társadalmában nemcsak az érintett szociális struktúra egyéde érdeke. A nemzetek közösségének biztosítania kell a kommunikáció ezen eszközét mint alapfeltételt a kapcsolatteremtésben. E nélkül a fejlődő gazdaságú százmilliós vagy milliárdos népességű államok végleg elszakadnának a kiút reményétől. És, ami pragmatista aspektusból még inkább fontos, hogy a fejlett pár százmilliót egy ilyen elszakadás és szeparálódás súlyos negatív spirálba rántaná.

2. Internetes archetípus

„Míg a hagyományos tömegkommunikáció alapmodellje úgy fest, hogy a hírforrás, az adó (rádió- vagy tévécsatorna, szerkesztőség, újság, médium) önmagában mint egyetlen ágens szól sok befogadóhoz, a (tömeg)közönséghez, tehát emberek sokaságához, a hálózati kommunikáció alapvető sajátossága, hogy rajta keresztül sok ember kerül kommunikációs kapcsolatba sok emberrel” – írta Terestyéni Tamás „Kommunikációelmélet, a testbeszédtől az internetig” című könyvében 2006-ban.²

Az Internet nem előzmények nélküli. Attól függően, hogy milyen mélyre nyúlunk vissza a történelem éjjelébe, mind korábbi és kezdetlegesebb változatát találjuk meg. A fejlődés igénye mindig is jelen volt az emberi szerveződések pszichés működésében. Éppen ezért alkalmaztak hírvivőket és konspirátorokat az ókorban és a középkorban. Ezért kellett postakocsi, majd táviró. Ezért volt szükség – többek közt – a papiruszra, a papírra, majd a nyomtatás elterjesztésére. Az más kérdés, hogy a kommunikáció eszközeit nemcsak politikai, de művészeti, kulturális, gazdasági és számos más célra is felhasználta az ember.

Nem mindegy tehát, hogy az internetet milyen célból alkalmazzuk:

- közigazgatási informatikai,
- elektronikus információszabadsághoz kapcsolódó,

- tudományos kapcsolattartási,
- kereskedelmi kommunikációs,
- közéleti-politikai,
- pártatlan híradási (a gyakorlatban kevésszer fordul elő),
- magánéleti (családi, szabadidős) vagy egyéb célra.

Az Internet nemcsak az államigazgatás és az önkormányzatok szolgáltató eszköze a lakosság számára, de művelődő közösségek is formálódnak a segítségével. És számos más, innovatív motiváció irányíthatja az internet használatát a mindennapokban.

Hogy a kommunikáció kik között és milyen számú, korösszetételű, nemű, nemzetiségű, vallású stb. interaktív közösségek keretei között megy végbe, nagyban meghatározza a kapcsolatlétesítés mikéntjét, a kommunikáció társadalmi produktivitását, a szociális impaktot és a társas kölcsönhatás kvalitását. Az Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozata (1948) 29. cikkének 1. bekezdése értelmében az embernek kötelességei vannak a közösséggel szemben. Azzal a közösséggel szemben, amely a személyiség szabad és teljes kibontakozásának egyedüli közege.

3. Az internetes normativitás

3.1. Az internetet is alapvetően a jogi, illetve jogias szabályozottság jellemzi. Fellépnek extra legem elemek is a hálózathasználat során, ám ezeket, ha nem sikerül kereskedelmi jogi módszerekkel, akkor akár közjogi megoldással is ki lehet küszöbölni. Igaz, az extra legem internetes manifesztációk eleve csak erre a hosszabb-rövidebb időintervallumra jönnek létre, és céljuk nem is több, mint a törvényi kereteken túl tágítani a jog tereumát.

Az internet jogszabályok által lefedett működési köre – sajátos módon – az idő előrehaladtával egyre szűkül. Azaz a törvényhozás fut az igazságszolgáltatási törvénykezés és általában a gyakorlat nyomában. Megkísérli azt utolérni, de a köztük lévő távolság exponenciálisan növekszik.

Mindez inkább az internetalkalmazás előnyére van, semmint hátrányára. Jóllehet, a haladás árát sokszor nem azok fizetik meg, akiknek előnyük származik belőle. A tanulópénzt a társadalom gyakran a fogyasztóval vagy egyéb kifizetővel „fizetteti meg”. Az ember szociális fejlődése során az igazságossági deficit örökkön fennálló probléma volt, és maradt.

A jogias szabályozottság mint karakterisztika jelenik meg az internettel kapcsolatban. A joghoz közel álló normativitás jellemzi az internetes tevékenységet. Ezért készülnek újabb és újabb, pontosabb és pontosabb regulatív aktusok az Internetet érintően. Olyan szabályozások is születnek, amelyek nem közvetlenül az internethasználattal, hanem annak járulékos elemeivel hozhatók összefüggésbe. Ez az indirekt normahalmaz további szabályalkotást ösztönöz, amely az internetes fejlődés viszonylagos normakövetésével jár.

3.2. Az internethasználatot

- jogszabályi,
- etikai,
- gazdasági,
- társadalmi,
- technikai és

– más szociális együttélési (pl. religiozítás) normák csatornázzák be a társadalom általános modusába.

Olyan alapvető kérdések oldódnak fel az internetes közegben, mint a lex imperfecta-ként fungáló ortográfia. A helyesírás számos vitatott kérdésére kaptunk választ már eddig is az internet segítségével. Az ortográfia jogi jelentőséggel csak akkor bír, ha az érthetőséget zavarja. Ebben az esetben ugyanis a jogszolgáltató és az igazságszolgáltató hatalom a helytelen írásmód alapján hozza meg eseti döntését. Az ortográfiai hiba tehát objektív alapon azt sújtja, akinek az betudható. Az interneten azonban olyan gyakorlat alakul ki egyes mozaikszavak, szóösszetételek, kifejezések vagy akár a központozás kapcsán, amelyek kihatnak a helyesírás akadémiai megítélésére. A gyakorlat fokozatosan – az internet révén meglehetősen gyorsan – átmegy a köztudatba, és legalizálódhat. Ebben az esetben a félreértésre és így joghátrányra alapot adó helyesírási hibák megítélése is változik a jogalkalmazói köztudatban.

A cybertér így kontaktálja a társadalmi mozgásteret, és belép a jog alrendszeribe is. (Erre további példát a közigazgatási informatika, ill. más esetek szolgáltatathatnak.) A szabályformáló internethasználat a consuetudo posztmateriális változata. Olyan szokásjogi háttéranyag formálódik a cybertérben, amely leginkább az emberi jogok alapjoggá transzformálódásához hasonlítható. A szokások átkerülnek az írott joganyagba, és alapvető jogi modust nyernek. Ez később visszahat a gyakorlatra, amelyet újabb immateriális consuetudo keletkezése követ. A visszacsatolások illetően rendszeréből nem szorul ki a hagyományos szokásképződés. Az utóbbi felerősítheti vagy éppen gyengítheti a cybertér belső transzpozícióit.

3.3. Az internetes normativitás az internetes kölcsönhatások normatív jellegzetességeit húzza alá. A normativitás jogias megjelenése a netes interakciók valóságközeli attribútumát mutatja. Mindennapjainkat és az életünk csaknem minden fontosabb színtere mögött meghúzódó jurisztikus kulisszát az immateriális hálózatok is csak jogi elemek között képesek leképezni. A jog adja azt a viselkedési szabályrendszert, amely az internetes kontaktusok mederben tartásához is nélkülözhetetlen. Hipotetikusán más szabályrendszert is el lehet és el is tudunk gondolni, de ezek irreálisnak látszanak a jelen jogi típusú valóságkonceptusához képest.

4. Információs társadalom

Terestyéni Tamás írja *„Kommunikációelmélet. A testbeszédtől az internetig”* című könyvében 2006-ban: *„A számítógépek hálózatba kapcsolása igen jelentős mértékben bővíti az információközlési lehetőségeket: korábban soha nem tapasztalt mennyiségű információközlő forrás jelenik meg, és sokszorosára növekszik az elérhető információk mennyisége. Már önmagában e mennyiségi gyarapodás is élesen szemben áll az információnak és kommunikációnak a hagyományos tömegkommunikációs rendszerekben érvényesülő koncentrálásával és monopolizálásával.”*³

Az információcserén alapuló társas létezésben az „információ = hatalom” képlet alapvetően jut érvényre. Az adatkezelés de jure fokozott veszéllyel járó tevékenység. A személyes adatok védelme fokozottan érvényesül ezredfordulós társadalmunkban. A jogrend fokozott figyelmet fordít az adatok intimitásának megőrzésére. Vö. alkotmány 59. § (1)

bek.: a Magyar Köztársaságban mindenkit megillet a jó hírnévhez, a magánlakás sérthetlenségéhez, valamint a magántitok és a személyes adatok védelméhez való jog. A közérdekű információk ellenben minél szélesebb nyilvánosságot kell, hogy kapjanak. A lakosság minél teljesebb megismerésre törekszik. És a jogalkotónak a lakosság tájékozódását minél inkább elő kell segítenie, hogy a fogyasztókká, gazdálkodókká, kölcsöntörlesztőkké lett polgárok adekváтан élhessenek alanyi jogaikkal és kötelezettségeikkel.

Az információs társadalmon alapuló tudásökonomia mindenki számára használható és továbbhasznosítható értékészletet képez, amely a modern emberi közösségek saját tőkéje. Az egyes ember ebből a tőkéből veszi ki az őt megillető részt, amikor axiológikusan önmagát definiálja a társadalmi mátrixban. Az információhoz való hozzáférés egyenlő információs alapjogokat feltételez. Ez az egyenlőség alkotmányos minimum. Vö. alkotmány 61. § (1) bek.: a Magyar Köztársaságban mindenkinek joga van a szabad véleménynyilvánításra, továbbá arra, hogy a közérdekű adatokat megismerje, illetőleg terjessze.

Alkotmányunk, az 1949. évi XX. törvény normatív textusában

– az információs szabadság és

– a véleményszabadság összekapcsolódik. A véleménynyilvánítás szabadsága valójában a kifordított verziója az információhoz jutás szabadságának. Az előbbi a kínálati, az utóbbi a keresleti igényeket hivatott kielégíteni. Az interneten egyszerre vannak jelen a kínálati és a keresleti piac jellegzetességei. Ezek azonban ritkán találkoznak, ritkán oltják ki egymást. Ami egyelőre megoldásra váró negatívuma az elektronikus hálózati interakcióknak. A kínálati piac a netes kereskedelem eltérő szféráját érinti, más közegben generálódik, mint ahol a kereslet dominál.

Az információs társadalom elsődlegesen fogyasztók és szakmai gazdálkodók korrelációjára épül. Faktuálisan más relációk is beleférnek, de alapvetően a kapcsolatteremtés révén jöhet létre internetes kommunikáció. Az internethasználat egy „feladott labdával” indul, amelyet, különféle megfontolásból, a nagy számok törvénye szerint vagy elkap a hálózathasználó, vagy engedi, hogy visszhang nélkül hulljon alá. Az „elkapott labdák” száma elmarad attól, ahány felhívás indukálódik. Ez azonban nem tisztán a kínálati piac törvényszerűségeiből fakad. A keresleti igény sokszor nem találkozik a kínálati minőségével. Az internetes fogyasztó pedig könnyebben elutasítja a kompromisszumos megoldást a virtuális közegben, mint a kézzelfogható, objektívált valóságban. Inkább eláll az ügylettől vagy egyéb szolgáltatás igénybevételétől, minthogy megkísérelné reparálni az ügyletben rejlő jogi vagy kellékhibát. A kommunikációnak tehát egy olyan sajátos formája képződik, ahol a szociális tolerancia és az érdekegyeztetés alig ismert forgalmak. A labdák mintha kifogyhatatlanul érkeznének a labdabetétképből. A nethasználat pillanatnyilag semmi felelősség nem terheli, hogy ezekkel a labdákkal elszámoljon.

5. Szolgálat és szolgáltatás

5.1. Az internet (ill. egy ehhez hasonló hálózati rendszer) szükségessége a Szovjetunió és az USA közti, 20. századi hidegháború során merült fel. Évtizedekig használták militáris, nemzetbiztonsági célokra a korai típusokat, mígnem az 1990-es években megindult az internetezés kommercializációja. A katonai célra kifejlesztett hálózati működés

kitűnően bevált a magánviszonyok és gazdasági relációk számára is. Használata szinte egyik napról a másikra átszötte a szocioszféra mindennapos ügyleteit.

5.2. Az elektronikus kereskedelmet, az elektronikus reklámtevékenységet – a stricto sensu jogszabályi eszközökön túl – legalizált magatartáskódexek is irányítják. Legalizációjuk az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény 15/A. §-ában, törvény erejénél fogva megtörtént. A 2008. évi XLVII. törvény értelmében tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősül annak valótlan állítása, hogy a vállalkozás magatartási kódex aláírója.

A magatartáskódexek a jóhiszeműség és tisztesség pluszbiztosítékai a fogyasztói társadalom és a gazdálkodó szervezetek vagyoni és – eventuaisan – személyi viszonyaiban. A szakmai etika perfektuálódik az ilyen, etikai jellegű kódexek megalkotásával, valamint tárgyi, területi és személyi hatályuk expanziójával. Az internetes normativitás a közszférra mellett – időben előbb – a magánszférát is utoléri. Az etikai kérdések jogivá minősítése a szolgálati típusú, alá-fölérendeltségi jogviszonyokból szivárgott át a mellérendeltségi jogi relációban lévő felek viszonyrendszerébe. Alapvetően a militarizmus nyújtotta fokozott biztonság keltette fel a gazdasági élet szereplőinek a figyelmét a ténylegesen sokszor aránytalanul egyoldalú, a kötelezettre nézve szigorú szolgálati princípiumok iránt. A militáris megoldások így, lépésről lépésre, a kereskedelem és az internetes kereskedelem alapelveivé váltak.

Mindez nem tekint vissza igazán régi múltra. Az internethasználatra azonban – szinte a kezdet kezdetétől – kihatott. Az internetes magatartáskódexek kereskedelmi, így részint szolgálati eredetű normák, melyekben a magánjogi szolgáltatás a közjogi szolgálat vonásaival ötvöződik.

Az internetes kölcsönhatások normatív karakterének szolgálati jellege csak a gazdasági és a közigazgatási felhasználási területet érinti. Itt sem megy el a szervilizmusig (az „önfeláldozásig”): csak a jó értelemben vett, erkölcsi és jogi felelősségi objektivitásig. A magánéleti alkalmazás ellenben éppen hogy ki van téve a kereskedők és internetkalózok rekurrens attackjainak. Az intermittáló, felugró reklámablakok és más hasonló jelenségek az internetes magánélet privát szférájába avatkoznak be önkényesen, harmadik szereplőként. A nem kívánt, jobbára kommercializált (olykor politikai) kényszerkontaktusok megszakíthatók. De itt is a rövid, átmeneti időszakon van a hangsúly. Erre időzítene a reklámozók és a különböző nézeteiket kolportálók. Az agresszív kereskedelmi gyakorlatot hazánkban is törvény tiltja. (L. a 2008. évi XLVII. tv. 8. §-a.)

5.3. A szolgáltatások külön-külön rendszerbe szerveződnek, és ezek az alrendszerek magasabb szinten összekapcsolódnak. Így képesek feltérképezni a célszemély magánéleti, politikai, gazdasági stb. irányultságát. Ezen információk segítségével állítják össze a fogyasztóvá minősített állampolgár számára a csomagot, amelyben – ha a szerveződések jól szerveződtek és megfelelően épültek egymásra – minden termék vagy szolgáltatás remunerációra talál. Tökéletes megoldás nincs, de az alacsony költség tényező miatt néhány százalékos eredmény is extraprofitot hozhat a konyhára. Megéri tehát a normatív réseken belesni az internetező magánéletébe vagy munkahelyi számítógépébe. Amennyiben Btk.-ba nem ütközik, rendkívül jól jövedelmező és kevés fáradsággal járó tevékenység.

6. Az internetes relációk anyagtalanságáról

Az internetes hálózatok nem egy az egyben tükrözik vissza a mögöttük meghúzódó, közösségi hálózatokat. Többnyire diverzifikált emberi hálózatok pontjai (tagjai) lépnek kapcsolatba egymással, és alkotnak egy metszethalmazt. Az internet így közösségképző erőként is funkcionál. Új, kezdetben virtuális közösségek jönnek létre, amelyek

- vagy megmaradnak a cybertérben, vagy
- klasszikus közösségekké alakulnak.

Az utóbbi esetben pl. a vadászgőrényt tartók, a vadvízi evezősök, az alpinisták vagy éppen a bélyeggyűjtők társas érintkezése személyes találkozásokhoz vezet. Az információcsere használt internet révén tényleges közösségi élményhez juthat a hobbiszörföző. A kezdeti ismeretlenség jó kiindulási alap a tartós kapcsolatok elindításához, vagy akár csak életben tartásához. Virtuális művelődő közösségek alakulhatnak. Két távoli ismerős, munkatárs vagy barát között sokszor elegendő heti egy e-mail váltás a meglévő nexus megtartásához. Másrészt viszont alienációhoz is vezethet a valóságos kapcsolatok felcserélése virtuális kapcsolatokra. Sokan a világ működését is az internetes működéshez hasonlítják, és a számítógépes relációkban a kreacionizmus demisztifikálódását látják. Ezt a lelkiismereti világnézetet tekinthetjük „internetvallás”-nak. Hiszen éppen úgy a technikai-társadalmi fejlődés produktumból vezetik le az emberiség történetének keletkezését, mint tették azt sokan az elmúlt évezredekben. Valahányszor korszakváltó nívumot fedezett vagy talált fel a homo inveniens, mindig szép számban akadtak, akik metafizikai síkra próbálták extrapolálni. Az emberiség befogadta az újat; ugyanakkor legősibb kérdéseinek válaszát is a nívumban kezdte keresni.

Ez a fajta religiozitás annyival áll közelebb a vallásosság lényegéhez, mint a korábbi elképzelések, hogy az „internetvallás” – így vagy úgy, de – az anyagiságon felülemelkedő cybertérben keresi a magyarázatot az immaterializmusra. A klasszikus immateriális, vallási összekötő erő azonban jellegében-gyakorlatában nagyban eltér az internetes poszt-materializmustól. A politikai fejlődés viszont teljes mértékben kompatibilis az internetes világ mögöttes szellemiségével és lelki működési módjával. A politika azért is tudja ki-tűnően hasznosítani a cyberteret, mert a politikában végbemenő folyamatok rendkívül hasonlítanak az elektronikus hálózatok processzusaihoz:

- a kapcsolati megalapozottságban,
- a vertikális építkezés kétsíkú kivetítésében,
- az informális szabályképző erejében,
- a plurális értékrendek befogadásában,
- a de facto érdekeltség kendőzésében,
- a multikulturalitásban,
- határokon átívelő kapcsolatteremtésben,
- az alacsonyabb szintű hálózatok egymásra szerveződésében,
- a finansiális és egyéb éremotiváltság leplezésében,
- az etikai elemek jogi jellegű működtetésében,
- a nyilvánosság és nyitottság relatív érvényesülésében,
- a társas alapjellegben stb.

Mindazonáltal az internetes relációk anyagtalansága egy mögöttes, nagyon is anyagi világot feltételez. Az internetes kép ennek az ideális világnak a barlangbeli árnya. Az árnyék azonban nem mindig egyezik az ideális képpel.

Az anyagtalanság látszat, amelynek csak addig van létjogosultsága, amíg tárgyi realitásra váltható. Az önmagában álló immateriális struktúra önnön súlytalansága folytán összeomlik. Ez a primitív (ösi) szabály az internetes kölcsönhatások normativizmusának leglényegesebb bázisfeltétele: az internetes létforma regula aureája.

A kölcsönhatások dereisztikussá válhatnak, ha a háttérrel elmozdítjuk. Az internetes kölcsönhatások esetén kiváltképp így van ez. Egy bizalomra, ill. hitre épülő kapcsolat könnyen eltávolodik a realitás talajától, amennyiben megváltozik a ténységi alap. Az adatok közvetítette faktuális valóság adatvalóság. Azaz adatokon nyugvó számítások képezik. Ha az adatok módosulnak, vagy a számítási metódusokat megváltoztatjuk, a virtuális kapcsolat elveszítheti a biztos háttérrel, amelyhez viszonyítják önmagukat és egymást a kapcsolati partnereket. Ezért is fontos a jogi alapú normativitás az internetes kölcsönhatásokban. A jogi típusú regulativitás biztonsági tartóvázat nyújt a cybertér képlékeny anyagának.

7. Hálózatosodás mint bionorma

7.1. A hálózatosodás bionorma, amely a létnormák közé tartozik. A létezésnek (és nemcsak az emberi létezésnek) alapfeltétele a hálózatosodás. Biológiai szükség és *conditio sine qua non est vita humana*. A hálózatosodás kapcsán a legkézenfekvőbb pókhálóhasonlatból is kiindulhatnánk. Az ember földi megjelenése előtt is bionormaként egzisztált a hálózatosodás. Egy pókháló azonban egyszerre csak egy pók mint abszolút jogok alanya és a háló számos foglya mint kötelezettek viszonyrendszerét példázza. A hálózatosodáshoz az egyenjogú élőlények relatív szerkezetű viszonyrendszere szükséges. A pókoknak tehát kommunikálniuk kell egymással. Az ilyen kapcsolatépítésben több élőlény is élen járt filogenezise során, de a legmesszebb talán az ember jutott. A hálózatosodás kifinomultsága a hálózatot koordináló ember fejlettségét is jelzi. De ennél többet is mutat.

A bionormának tekintett hálózatosodás számtalan zsákutcát követően eljutott az internetnetwork megalkotásáig. Erről még később bebizonyosodhat, hogy újabb zsákutcája az emberi fejlődésnek – egyelőre nem így tekintünk rá.

A hálózatosodás mint bionorma felette áll az ember alapvető jogainak és kötelezettségeinek, ugyanakkor nem szakad el a jogtól mint másik normatípustól. A hálózatok is igénylik a jogi védelmet. Mégis, jog nélkül is keletkezhetnek és fennmaradhatnak hálózatok. A jogi palládium és rendezettség igénye azonban szintén bionorma. De ez humán bionorma. Specifikusan az ember létnormái közé tartozik. A *compositio compositionum* nem specifikusan emberi, de a szerveződést jogi alapra az ember helyezte. Ezzel a mozzanattal – a jogi alapra helyezéssel – vált a hálózatosodás ösztönselekményből tudatos tervezés és szervezés eredményévé.

7.2. Szerveződni szükséges. A szerveződés azonban konceptuálisan létnorma. A tárgyi világba de jure az emberen kívül minden élőlény országa beletartozik (Ausztriában, Németországban és Svájcban az állatok pl. nem), de filozófiai felfogásom szerint kizárólag az élettelen világ sorolható ide. Mely utóbbi egyébiránt, tömegét tekintve, lényegesen meghaladja az élővilágot. Az élettelen valóság is valamiféle organizáltságra utaló jeleket ad magáról. Ezek a jelek azonban nem az ember, az állat- vagy a növényvilág szervezettségéhez hasonlatosak. A szerveződés kifejezetten tudatos magatartás, amelyre élő organizmusok képesek és alkalmasak. A bölcséleti értelemben vett tárgyi világot a szervező

életközösségek animálják. Például az erdei életközösségnek jogi értelemben nem része a kavics, amelyet belep a moha – csupán a moha. (Vö. pl. az erdőről és az erdő védelméről szóló 1996. évi LIV. törvény preambuluma.) Az erdei élővilág azonban használja és ezáltal megmozgatja az étellel, s így a földön heverő követ is. Az életközösségek dinamikus egysége hálózatba szerveződés útján tartható fenn. A legfejlettebb hálózatokban – mint amilyen az internet is – megtalálható a legprimitívebb (azaz a legősibb) kapcsolati háló archetípusa.

Az internetre fellépő ember tovább használja a bionormák révén kapott közös emberi tudást, de mind magasabb intellektusszintre jut el vele. Mert az internet kialakulásának nemcsak jogi és gazdasági okai voltak. Ezen okok éppen a hálózatképzés létnormájának munkája nyomán keletkeztek.

8. „A távolságot, mint üveggolyót...”

8.1. Földünkön jelenleg mintegy másfél milliárdan használnak internetet. Az Európai Unióban a lakosság mintegy 42 %-a. Magyarország ettől nem sokkal marad el: a lakosság körülbelül 38 %-a minősül ma internethasználónak. Az internetképes lakoságnak nemcsak a tájékozási lehetőségei tágulnak ki, de a munkaerőpiacon is kelendőbbé válik. Így egyszerűbb lesz a munkáltató számára a kapcsolattartás. A munka törvénykönyve, az 1992. évi XXII. törvény szerint a munkáltató működési körébe tartozó tevékenységet a távmunkavállaló az általa választott helyen (a munkáltató székhelyétől, telephelyétől távol), információtechnológiai és informatikai eszközökkel végzi, és munkája eredményét elektronikus úton küldi el (192/D. §). A távmunkaszerződésben a hagyományos kontraktuális elemeken túl tisztázni kell a munkáltató és a munkavállaló közti kapcsolattartás mikéntjét. Ez kötelező többletelem a távmunka esetén. Igaz, a többi internetes úton dolgozó munkaszerződésében is ki lehet térni a hálózathasználat funkciójára például a teljesítmény alapú vagy az idő alapú munkavégzés szempontjából, de csak távmunka esetén obligát kontraktuselem.

A munkavégzés mint alapvető emberi cselekvés sokáig a társas kapcsolatok egyik legfontosabb közvetítő közege volt. A munkahelyen zajlott a szociális érintkezések zöme. Ezzel szemben az emberi kapcsolatok mára a munkavégzés közös tárgyi helyéről is átkerülnek a virtuális térbe. A legfontosabb társadalmi kapcsolatok nagy földrajzi távolságokat átívelve, de személyes fizikai kontaktus nélkül maradnak fenn. A hálózat, amely ezt lehetővé teszi, emberi kontroll alatt működik, de arra készíti a felhasználókat, hogy lehetőség szerint kerüljék a legtöbb, egyébként természetes emberi megnyilvánulást. Például

- használjanak rövidített nyelvezetet (Newspeak);
- azt az idegen nyelvet alkalmazzák, amelyik kevesebb betűt igényel az önkifejezéshez;
- negligálják a nyelvhelyességnek a tradicionális írott nyelvre vonatkozó szabályait;
- kerüljék a feleslegesnek ítélt magánközlést;
- szavak helyett képekkel gyakorolják az autoexpressziót, mert így rövidebb idő alatt több információt nyújtanak;
- hálózati pontként viselkedve a legközelebbi pontokkal (emberekkel) lépjenek csak kapcsolatba;
- a Gutenberg-galaxisról áttérjenek az internet-galaxisra;

- a nyomdai termékeket szobadísznek használják;
- az esztétikum lehetséges redukciójára törekedjenek;
- az erkölcsi beszabályozottságot jurisztikus szigorral kezeljék;
- a jogi normativitást *a)* magánjogilag tárgyi felelősségi, *b)* közjogilag tisztán szociális veszélyességi alapon konsziderálják;
- alávessék magukat a dedukciós csapdának; stb.

8.2. „A távolságot – József Attila szavaival –, mint üveggolyót, megkapod.” A távolság virtuális leküzdésének azonban ára van. Ezt az árat materiálisan kifejezni szinte lehetetlen. Az érzelmi-kapcsolati lehetőségek elvesztése pénzben nehezen meghatározható értékvesztés. A társadalom működésének alapvető mechanizmusai transzponálódnak a cybertérbe. Ez a tér viszont többé-kevésbé eltorzítja a megbízható, valós képet, és egy kényelmes, gombnyomásra működő, „pneumatikus” alternatívát nyújt helyette. Az „alfák” társadalmát kínálja, ahol a hálózati kapcsolatláncon kívül rekedtek lehetnek az „epszilonok” és a „delták”. Az „epszilonok”, akik a számítógép billentyűzetét csavarozzák össze, és a „delták”, akik az áramgenerátort tartják tisztán.

Mostanra a távolság nem euklideszi áthidalása telematikai úton is lehetővé vált. Az internetes telekommunikáció a távkapcsolatok új szocializációs típusát honosította meg. Jellegzetessége, hogy rendkívül rövid idő alatt létesül, és nem igényli a kapcsolati partnerek egyidejű részvételét. A kapcsolatlétesítés infinitezimális ideje lehetővé teszi, hogy nemcsak térben legyenek elcsúsztatva egymástól a kontaktáló alanyok, de az idődimenzióban is. A minimalizált temporális tényező olyan időkincset biztosít, amely alaposabb megfontolást és így jobb minőségű reakciót tesz lehetővé. Az akciók és reakciók szukceszív láncolatát hordozó internet a távolságot az időkiterjedésben rövidíti le. Az információ által megtett utat nem méterben, hanem másodpercben fejezi ki a telematikai teoretika.

9. A gráferdő, valamint a fű és a föld illata

Az internetes kapcsolati élek az elektronikus hálózat terjedésével egyre növekvő számot mutatnak. Kialakulnak ugyanakkor olyan csomópontok, amelyekbe több él fut be, mint amennyi kiindul onnan. A társas viszonyok bizonyos fokú kapcsolati értelmű szubordináltságát jelzik ezek a csomópontok. Olyan természetes vagy jogi személyeket, melyek befogadják a hálózati szereplők kezdeményezéseit. Hasznosítják, vagy más módon felhasználják a kapcsolati tőkét, de nem adnak belőle vissza. Tipikusan ilyenek a közjogi személyek (a közjogi természetes és jogi személyek). De ilyenek lehetnek a társadalom egyéb alrendszerében respektált intézmények vagy emberek. Ők a passzív, befogadó kapcsolati alanyok, míg a kibocsátó alanyok az aktív kapcsolati szerepet töltik be a simplex rendszerben. (Vö. infra: ordo duplex.)

Ezzel kialakulhatnak olyan kapcsolati élek, melyekkel nem fut párhuzamos él. A közérdekű információt közlő honlapok (mint pl. a vasúti menetrend, a színház- és moziprogram, az időjárás-előrejelzés) vagy a szervezeti információval szolgáló közintézményi weblapok (mint pl. egy állami szerv vagy egy közoktatási szervezet személyi állománya) szolgáltatnak, de nem szolgálnak. Tehát felvilágosítást szolgáltatnak, de egyénre specializált válasszal nem szolgálnak. Szemben az egyenrangú, aktív kapcsolati társak közt létesülő relációkkal, ahol többnyire ordo duplex perfectusról van szó.

Az aktív szereplőknek is szükségük van aktív válaszadókra-visszakérdezőkre. Amennyiben ilyet az internetes hálózaton nem találnak, vagy a duplex imperfectus szisztéma – a többi interakcióhoz viszonyítva – lelassul, a virtuális gráferdőből kilépnek a fű- és földszagú erdőbe (az érinthető valóságba), hogy ott keressenek választ a kérdéseikre, válaszadót a társas ontológiához.

10. Épített környezet, természeti környezet, anyagfeletti civilizációs környezet

10.1. Az internetes kölcsönhatások regulatív korlátozása ténylegesen nem eredményez kontaktuscsökkenést. Ahol a hálózat szabály szülte akadályba ütközik, onnan amőbaszerűen elkanyarodik a kisebb ellenállás irányába. Ez ugyan nem kedvez a hálózati kapcsolódások kvalitatív evolúciójának, a fejlődés mégsem marad el. Csak más irányt vesz. Az internetvilág a kisebb ellenállás felé elmozduló felhasználó szándéka és akarata ellenében is képes evolválni. A technikai intelligencia másként fejlődik, mint az emberi intelligencia. Más szabályok csatornázzák be. Az internetes hálózatosodásnak éppen az egyik legfőbb veszélye, hogy nem a fejlődés torpanhat meg, hanem a ma természetesnek tekintett humán szellemiség öröklődhet fel a netes kölcsönhatásokban. Mindez pedig idővel visszahat az emberi kapcsolatok formálódására is. A kapcsolatteremtésnek nemcsak a „miként”-je, de a „miért”-je is megváltozhat. A „miként” alternatívái beleférnek az emberi interakciók képlékeny közegébe, de a „miért” módosulása a jelenlegitől eltérő humán relációk ki-forrásához és bebetonozódásához vezethet. Ennek részleges jeleit ma is tapasztalhatjuk, amikor az internetre, illetve internetekre épülő embertörténeti korszak legelején járunk. Az internetes közeg sem **(1)** az épített, sem **(2)** a természeti környezettel nem tökéletesen kompatibilis. Mint technikai produktum, a mesterséges környezethez áll közelebb. Agresszív terjeszkedése éppen úgy háttérbe készül szorítani az épített környezetet, mint a mesterséges környezet tette a természettel. Az internetes környezet **(3)** anyagfeletti civilizációs környezetet jelent. Ez az ember által ismert harmadik fő környezeti típus.

10.2. Az anyagfeletti civilizációs környezetben zajló összekapcsolódások alapvetően más természetűek, mint a természetes vagy ahhoz közeli állapotban, továbbá az ember által létrehozott környezetben, tehát a klasszikus értelemben vett „környezet”-ben végbemenő interakciók. A környezetvédelmi törvényünk, az 1995. évi LIII. törvény 4. §-ának 1. pontjában kodifikált „környezet”-fogalomba igazán nem illeszkedik bele az anyagfeletti civilizációs környezet. Az anyagfeletti civilizációs környezet az internetes kommunikáció szociális háttere, ahol az internetvilágon kívül más, elektromos impulzusokból építkező, magasan fejlett kölcsönhatásoknak is helyük van. Az ember előbb létrehozta a természeti környezet síkjával párhuzamosan az épített környezetet; majd, hogy átléphesse saját árnyékát, újabb párhuzamos síkra helyezte át a társas érintkezést.

10.3. A belakott, túlnépesedett területek, vagy az egyszerűen csak erkölcsileg elavult, korszerűtlenné vált kommunikációs feltételek helyett olyan új szisztémát keresett az ember, ahol a feltételeket szintén ő diktálhatja. A társas érintkezés ezen új síkját még nem lakta be, és a határait sem tapogatta ki egészen. Újabb szintéren, megújult eszközökkel folytatja az emberiség évezredek társas létezését, szokásszabályokra épülő szociális be rendezkedését.

A kapcsolatok formálódásában az internethálón is előbbre valók a szokásszabályok a jognormáknál. A hálózati ember korrekcionalizálja a legalizált jog esetleges működési hibáit.

11. Az internetes kölcsönhatások immanens normativitása

Az internettel összefüggő szabályozási rendszerek alapvetően jogi, ill. valamely alternatív szabályozási alrendszerbe sorolhatók. Az internet működtetésére vonatkozó joganyag élesen elkülönül az internetethasználókra érvényes jogi materiától. Az utóbbiak az interneten keresztül szolgáltatókra és a szolgáltatást igénybe vevőkre oszthatók. Ennek a kategorizálásnak a netes kölcsönhatások normativitása szempontjából van jelentősége. Az internet működtetésére vonatkozó szabályrendszer a kapcsolatteremtés közegét határozza meg. A kontaktust kínálók és az arra reagálók e mögött a védőháló mögött létesítenek összeköttetést egymással. Az internetes joganyagnak is van köz-, valamint magánjogi vetülete. Az internetes jog mint normarendszer valamennyi jogágot érinti. A közjog és a magánjog csaknem minden alága és területe érintett. Az internetes jogrendszerre alapvetően jellemző, hogy a jurisztikus normaanyagban általában mindenütt jelen van. Ez a jogi inherencia az internetes kölcsönhatások immanens normativitásából származik. A „szabályra utaltságból”, amely általában is jellemzi a társas kapcsolatokra épülő szerveződések.

Az infokommunikáció normatív hatásaként jelentkezik jogi szabályaink elszabványosodása. Tehát az, hogy a jognormák textusa egyre inkább a szabványok nyelvezetét, tartalmi megfogalmazásait veszi át.

12. Vétlen bűnösök és büntetlen vétkesek az internetes jog vonóhálójában

12.1. Az objektív karakterű háttérfelelősség és a szubjektívizáló krimináljogi felelősség bizonyos esetekben jól kiegészíti egymást. Máskor azonban elvesznek a másik felelősségének terjedelméből. Az addicionalitás, azaz a többlet előállítása fundamentális társadalmi követelmény. Az addicionalitás ad értelmet a társas interakcióknak. Az, hogy a kapcsolódások és kölcsönhatások révén a már meglévő értékekhez további értékek definiálják axiologikusan önmagukat.

12.2. A büntetőjog a konkrét internethasználó magatartását önmagához viszonyítva ítéli meg. Ezzel szemben a polgári jog átlagolásból eredő mércével operál, és ekként a felróhatóság kutatásakor sem a szankcionálandó internethasználóhoz viszonyítja annak tényeit, hanem egy konkrét közösség viselkedési átlagnormáihoz. Mindehhez képest is az objektívizálódás felé tendál. Ebből következik, hogy a vétkesek nem feltétlenül lesz bűnösök. Továbbá nem mindig számít, hogy egyáltalán vétkesek volt-e az, akihez a történeti tényállás realizációja kötődik. Vétlen bűnösök és büntetlen vétkesek éppúgy előfordulnak az internetes jog gyakorlatában, mint vétlen felelősök. A jogbiztonság érdekében az egyre inkább teljességre törekvő tárgykorú felelősségkiterjesztés a kulcsszó. Az igazság – mint háttérszabály – szubszidiárius jelleggel kerül felhívásra. Az igazság zsinormmértéke relativizálódik.

A kapcsolatfelvételnek kriminalizációs eszközökkel való jogi mederbe terelése az internet és egyéb, kommunikációra is alkalmas hálózatok, eszközök elszaporodásával vált nélkülözhetetlenné. Mielőtt az internetet a nagyobb publikum előtt megnyitották, magánjogi szemlélettel védte a jog a polgárokat a nem kívánatos kontaktusoktól. A magánjogi védelem megmaradt, de a büntetőjog generálpreventív hatása mellett átértékelődött a társadalmi súlya és szerepe.

13. Metróemberek és internetpolgárok

A metróemberek és a hipermarketpolgárok az elmagányosodás útját járják. Jóllehet, ezernyi ember közt fordulnak meg, emberi kapcsolataik szegényesek, szükségre szorítózkodók. A hordozható elektronikai készülékek, a különféle gizmók újabb és újabb generációinak segítségével is lehetővé vált az infokommunikáció. A bevásárlóközpontok óriási területén (franciául találóan „grande surface”) új közösségek formálódnak, melyek nem appercipiálják közösségi jellegüket. Tagjaik mégis állandó kontaktusban vannak egymással. Az elszemélytelenedés és az internetes kommunikáció legmodernebb alternatíváját a nem elektronikusan, hanem a tárgyi valóságban formálódó fogyasztói közösségek jelentik. Ezek a közösségek azonban nem tudnak saját létezésükről. Ezért interakcióik nem intellektuálisan, hanem az ösztönnormák szintjén vezéreltek.

Az internetes kapcsolati közösség és az egymás mellett elszoruló metróemberekből formálódó társadalmi massa között leginkább az elszemélytelenedés von párhuzamot. Az interneten szűkebb értelemben vett fizikai kontaktusra nemcsak a telematika szabványai és szabályai miatt nincs lehetőség, de, a metrópopuláció motivációiból kiindulva, nincs is meg erre az igény az emberekben. A mozgólépcsőkön egy irányban áramló tömeggel mindig van szembe jövő tömeg, ahogy az interneten is többnyire duplex irányú az információáramlás. A mozgólépcső felfelé haladó sávjából azonban nem lehet átlépni a szembe jövő sávba. Az internetes információcsatornáknak is a duplex imperfectus karakter adja a meghatározó jellegét. A kontaktus elméleti lehetősége fennáll, de a gyakorlat közege úgy van kiképezve, hogy közvetlen és egyidejű kölcsönhatások ritkán tudnak tartósan kialakulni.

14. Az internet mint normahordozó

14.1. Az internettel a fejlett világ – történetében talán először – olyat alkotott, amelyhez „háznál van” az alapanyag. Nem kell gazdasági, ill. katonai értelemben vett háborút folytatni érte, mint pl. a T-modellhez szükséges kőolajért vagy az ékszeriparnak a drágakőért. Az internetes kölcsönhatásokat szabályozó normákat a gazdaságilag fejlett és magas szinten civilizált országok határozzák meg. Amelybe a fejlődésben és a civilizált-ságukban elmaradott országok kultúrpolitikai normái – bár törekednek rá – nem tudnak beleszólni. Ezzel szemben az Internet a fejlett, nyugati kultúrnormák hordozójává és így a harmadik világ civilizátorává vált. A rule of law szellemiségét viszi be a jogegyenlőtlenséggel, imperitiával és demokráciadeficittel küzdő közösségekbe. Hiszen az Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozatának (1948) 19. cikke is megfogalmazza, hogy alapvető

emberi jognak számít – bármilyen kifejezési módon – híreket és eszméket az országhatárokon áthozni és terjeszteni.

14.2. Az internet a hálózat által lefedett bármely rendszerben betölti a normahordozó szerepét. Az internethasználat a hálózattal érintett földrajzi területen új, mégis egyből kongruens kultúrnormákat honosít meg. Az internetes kapcsolatok csaknem bármely, addig ismeretlen viselkedési, gondolkodási, logikai, jurisztikus vagy épp etikai szabályt kompatibilisen tudnak csatlakoztatni annak a területnek a sui generis társadalmi felépítményéhez, ahol az Internet-civilizáció korábban ismeretlen volt, és most „Deus ex machina”-ként ugrik elő. Az Internet új, mégsem teljesen ismeretlen normavilágot hoz magával. Azért nem ismeretlen ez a normarendszer, mert – a fentiek szerint – bionormákon, azaz létnormákon alapul (vö. supra 7. fejezet), amelyek eleve adottak az internetezés terra incognitáján is.

14.3. Az internet a civilizált emberi világ technikailag feljavított, ugyanakkor némileg sematizált verzióját terjeszti a világhálón. Az internet által kínált ethosz valójában választási lehetőséget nyújt az elmaradottabbaknak egy gyors, igaz, csak virtuális felcsatlakozáshoz. A hálózat értékrendjéhez csatlakozók azonban otthoni kapcsolataikban is módosult szemlélettel, megváltozott hozzáállással kezelik lokális problémáikat. Az élelmiszer, a ruházkodás, a lakhatás, az orvosi ellátás alapproblémái ezzel nem oldódnak meg egy csapásra, de a kultúrnormák elfogadtatása a harmadik világ országaiban is előrelépéshez, érezhető haladáshoz vezet. Az internetszabályok, de nem feltétlenül kizárólag jogi típusú szabályok vehikulumává alakult az elmúlt két évtized alatt. Népszerűsége – többek közt – ebben rejlik. Addig zárt, megközelíthetetlen, illetve – a másik irányból – elhagyhatatlan társas kapcsolati rendszerek jelentek meg a nemzetközi kapcsolatok porondján. A kommunikáció

- képi nyelven (filmek, fotók, rajzok, szimbólumok),
- internacionális szabványkódnnyelven,
- angolul vagy más világnyelven, valamint
- mikroközösségek számára érthető kis és mininyelveken (esetleg mesterséges nyelven) folyik. A világnyelv fogalma is kitágult az ENSZ hivatalos nyelveinek szűk köréhez képest. A nyelvi normák és így a mininyelvek grammatikai és ortográfiai szabályrendszerei újabb esélyt kaptak a túlélésre. Ezúttal – némiképp paradox módon – éppen a Gutenberg-galaxissal sokszor szembeállított internetgalaxis segítségével.

15. A cápa, a delfin és a kishal

Az internetes kölcsönhatások normativitása leggyakrabban a következő modusokat veszi fel:

- „cápa”,
- „delfin”,
- „kishal”.

A „cápa”-szerű magatartással az interneten keresztül félig agresszív, lehengető normarákényszerítés folyik. Az internetes közösség hozzáidomul a „netcápa” etológiájához. Ez azonban nincs mindig így. A „delfin”-viselkedés az internetes normatív világot mintegy játékosan, rugalmasan, kényszerítő hatásmechanizmus nélkül kínálja fel, de annak

alternatív jellege megmarad: nem kötelező akceptálni. A „kishal”-szerű normaközvetítés esetén, az internetes kölcsönhatásokra általában nem jellemző módon, de előfordul, hogy az internet által megjelenített normatív szellemiséget az érintett kapcsolati közösség inkorporálja saját szabályrendszerébe. Azaz felhasználja, elnyeli, de semmiképp sem ő alkalmazkodik hozzá.

A „cápa”-modell alapvetően más internetes közösséget céloz meg, mint a „delfin” vagy a „kishal”. Mivel párhuzamos szociális síkon mozognak, a háromféle normatív rendszer nem interaktív. Legalábbis nem közvetlenül. Indirekt módon, a nagyobb közösség belső korrelációjában kontrasztolhatja egymást a három normatív viselkedési modell. Ez azonban a közvetettsége folytán nem eredményezi azt, hogy akár a „cápa” falná fel a „kishalat”, akár a „kishal” kezdene el „delfinként” működni.

A közösségi interakciók ekkor ugyanis nem a cybertérben zajlanak. Így az internetes kölcsönhatások normatív karakterisztikájára nincsenek azonnali és katartikus hatással. A normahordozó internetes közeg főleg a gazdasági és a katonai erőpolitika szabályai szerint működik. A katonai viselkedési normákat részben a gazdasági szocioszféra is átvette. (Vö. supra 5.2. alfejezet.) A katonai típusú interakciókra elsősorban a „cápa”-modell jellemző. De a szolgálati szervezetekben léteznek „delfin”- és „kishal”-típusú viselkedési szabályokat követő interakciók is. Ez utóbbi nem a „tántoríthatatlan hűség” vagy a „bátor helytállás” (2001. évi XCV. törvény) ellenében ható viselkedést jelenti, hanem a katonai típusú szervezetek állományának bizonyos fokú belső alkalmazkodási-rugalmassági képességét.

A katonai és az internetes modellezés jól mutatja, hogy mindhárom modus megfér egymás mellett (egymással párhuzamosan) egyazon szervezeten, hálózaton belül.

16. Összegzés

A fenti tizenöt fejezet az internetes világban zajló változatos kölcsönhatások szabálykeltő és szabálmódosító hatásait elemezte

- részint empirikus,
- részint teoretikus,
- de főleg szubjektív episztemológiai nézőpontból.

A szabálykeletkezés erős szálakkal kapcsolódik a szabálykeltő, illetve -módosító egyénhez mint a társas kapcsolatok szubjektumához. Az alkalmazott kategorizálások és társadalomanalitikai módszerek a kurrens valóság tapasztalati világát tekintették kiindulópontnak. A vizsgált terület az utóbbi évtizedekben, de még az utóbbi néhány évben is oly mértékben változott, hogy a technikatudomány jelenlegi állása és a civilizációs fejlődés merőben új helyzetet teremt a normaelmélet számára. Újfajta társas kapcsolódások jelentkeznek, amelyek átlépik a korábban áthidalhatatlannak vélt civilizációs határokat. Az ember alkotta hálózatok közül talán az internet normahordozó funkciója eddig a leg-sikerültebb. Norma alatt nemcsak a jogszabályokat és az állami irányítás egyéb jogi eszközeit, hanem a társas együttélés komplex szabályait is értve.

A kultúrnormák exportjával a fejlett világ kiszervezni látszik a civilizálás terhét és feladatait. Néhány évtized múltán, esetleg már hamarabb is eldönthető lesz, hogy a kultúrnormák exportja ténylegesen levesz-e számottevő terhet a civilizálásban anyagilag is

érdekelt országok válláról. Mert az internet ajándéka semmiképp sem tekinthető a fejlett világ önzetlen gesztusának.

JEGYZET

¹ Terestyéni Tamás 1988. Társadalmi szerveződések és kommunikáció. *Jel-Kép*, 2, 28.

² Terestyéni Tamás 2006. *Kommunikáció. A testbeszédtől az internetig*. Budapest, AKTI-Typotex, 234.

³ Terestyéni 2006, 234–235.

Kucsera Olga

VILÁG ÉS VILÁGLÁTÁS A MAI MAGYAR TELEVÍZIÓS HÍRKÖZLÉSBEN

Az olaszliszkai lincselés megjelenése
a főműsoridős híradókban

1. BEVEZETÉS

1.1. A bátaapáti eset

Az egyik országos televízió esti hírműsorában közöltek egy riportot Bátaapátiról, a „gazdag” faluról, ahol atomtemető épül. Az összeállítás szövege a következő volt:

Ingyen kapják a kábeltévét és 50000 forint beiskolázási támogatást a bátaapátiak. Ezenfelül mindenkinek jár 1 millió forint, ha házat épít. Az újszülötteknek pedig bank-számla, szintén 1 millió forinttal. Bátaapátin épül az atomtemető. Bátaapáti, az atomfa-lu. Egy utca az egész, mindössze 450-en lakják, mégis városi színvonalú itt az élet. Van bankautomata, szálloda, étterem, iskola, óvoda. Ingyenes a kábeltévé, a gyerekek pedig valamennyien iskolakezdési támogatást kapnak minden szeptemberben. Beiskolázásra az elsősök kaptak 50000 forintot, a másodikosok – azt hiszem – 30-at, és így... A polgármes-ter a frissen felújított iskolát mutatja. Most huszan járnak ide. Azt mondja, a falunak van pénze bőven. Több emberre is elég lenne. Különböző juttatásokkal csábítják a lakókat. Például, aki Bátaapátiban épít, annak 1 millió forint vissza nem térítendő támogatást nyújtanak. Szintén 1 millió forint jár a faluban annak, aki gyereket vállal. Igaz itt a fény-újság a hőmérséklet mellett a háttérsugárzást is mutatja. És amiért erre szükség van, és aminek az átlagon felüli jólétet köszönhetik: az atomtemető. A falu évente 150 millió fo-rintból gazdálkodik, ebből 20 milliót kapnak az államtól, 130 milliót pedig a radioaktív hulladékokat kezelő közhasznú társaságtól. De nem csak ők járnak jól. A falu körzetében további 6 településnek jár az úgynevezett lakossági támogatás. Az atomtemető 2008 má-sodik felében nyit majd ki és a tervek szerint 2108-ig működik majd. Addig Bátaapáti és a környező 6 település minden évben 300 millió forintot kap.

Erre válaszul egy Aranyosapátiban élő (Szabolcs-Szatmár-Bereg megye) család a kö-vetkező levelet írta:

Tisztelt Szerkesztőség!

Szeretném a segítségüket kérni a következő ügyben. Hírműsorukban 2007. 12. 28-án sugározták azt a felhívást, hogy Bábaapáti község családokat fogad be és segítik a lakáshoz jutást is. Nos engem és családomat érdekelné ez a dolog. Ezért is fordulok önökhöz, mert nem tudom, hogy vehetném fel a kapcsolatot a bábaapáti polgármesterrel. Megkérem önöket, hogy legyenek kedvesek megadni a bábaapáti polgármester címét és telefonszámát, hogy minél hamarabb tudjunk beszélni vele. Előre is köszönöm a segítségüket, mert eddig kilátástalan volt a helyzetünk, de ennek a felhívásnak a hallatán megcsillant a remény a szemünkben.

Aláírás

Vajon, ha egy újságban olvasták volna az összeállítás szövegét, akkor is azt gondolták volna, hogy Bábaapáti családokat fogad be, lakást ad? A levél írójával való személyes beszélgetéseim során kiderült, hogy a szöveg mellett a képeken megjelenő házakat úgy értelmezte, ezeket ajánlják fel az oda költözni vágyóknak, a riportot pedig kifejezett felhívásnak tekintették. Persze ezt az üzenetet kép és szöveg egymásmelletisége nem feltétlenül hordozta, mégis a nem megfelelő szerkesztési hangsúlyok miatt lehetségessé vált egy efféle torz értelmezés. Ez, úgy vélem, az írott szöveg és a képernyőn megjelenő tartalmak befogadásában rejlő különbségek miatt történhetett.

1.2. Papír versus képernyő

Az egyik legfontosabb különbség, hogy a tv-ben elhangzó információkat egyszer van alkalmunk meghallgatni, míg nyomtatott verziójánál ezt újra és újra megtehetjük. Többek között ebből adódóan és a befogadás eltérő körülményeinek is köszönhetően az elemzési lehetőségek leszűkülnek. Az ellentmondások így nehezen lesznek fölfedezhetők. (Nyíri, 2001) Ráadásul – ugyancsak emiatt – jóval többet ártnak az értesnek a zavaró tényezők (zaj stb.). Nem beszélve arról, hogy a szöveg mellé kép is társul, ami egyrészt megosztja a figyelmet, másrészt befolyásolja, módosítja a szöveg jelentését, ahogy a szöveg is a képét. Ha ezeket a tényezőket figyelmen kívül hagyja a riport készítője, vagy nem sikerül ennek megfelelően elkészítenie az összeállítást, akkor félreértések keletkezhetnek, amit a fenti eset is jól példáz. Véleményem szerint Carey ezt is érte azon állításán, hogy a hírek formája – s ezzel együtt vagy ennek épp kiváltójaként –, az újságírók munkája is változott. (Carey, 1992)¹

1.3. A média hatása és felelőssége

A média felelősségének firtatása ma már közhely, mégis lerághatatlan csont, mivel ilyen egyéni csalódások és a félretájékoztatás mellett sokkal súlyosabb következményei is lehetnek az ilyesféle hibáknak. Ha például olyan témát érint a riport, melynek társadalmi megítélése egyébként is kényes terület. Leginkább ilyen a kisebbségek helyzete és általában azon jelenségek, melyekkel kapcsolatban előítéletek élnek sokak, ez esetben a nézők fejében. Az általam vizsgált témakör – Olaszliszka esete – álláspontom szerint ilyen.

Abban, hogy milyen mértékű a média tudatformáló hatása, nincsen konszenzus. Pierre Bourdieu szerint például a tv egyfajta tényleges monopóliummal rendelkezik a lakosság nagyon jelentős hányadának tudatformálásában. (Bourdieu, 2001, 19. old.) Lang és Lang pedig egy egész tanulmányt szentelt annak, hogy bemutassa a hír szerepét a kollektív emlékezet megformálásában. (Lang and Lang, 1989) Ez ellen érvel ugyanakkor Dessewffy Tibor, amikor Ambrus Attiláról beszélve *a whiskys rabló* jelenséget boncolgatva teszi fel a kérdést: „...*Ha a média – bizonyítottan vett gátlástalansága és immoralitása mellett – oly roppant tudatformáló erővel rendelkezik, akkor mi magyarázza azt, hogy csak ritkán és nehezen megjósolható körülmények között születnek a népi, befogadói rajongás által felkent hősök?!*” (Dessewffy, 2002) Ezt a két paradigmát a nagy hatás és a korlátozott hatás tézisének nevezik (Magyar Virtuális Enciklopédia, 2003–2007), de empirikus adatok egyiket sem támasztják alá teljes mértékben. Mindenesetre egyes témák kapcsán biztosan létező társadalmi problémák, mint az idegen- és fajgyűlölet, a homofóbia, általában a kisebbségekkel szembeni előítéletek, talán súlyosabbak annál, mintsem hogy ezt a kockázatot vállalhatnánk. Michael Schudson *The Power of News* című könyvében azt írja, hogy a hírek legnagyobb jelentősége nem is a közönségre tett közvetlen hatásukban van, hanem abban, hogy bizonyos vélekedéseket, tudásokat alakít ki és tart fenn. Félrevezetőnek tartja azokat az elképzeléseket, melyek pusztán információként kezelik a híreket. Ezen belül a hírekről elmondható, hogy részesei világunk megkonstruálásának, s nem visszatükrözői annak. (Schudson, 1995)² Ha tehát mindettől eltekintünk, és „*csupán visszatükröző*”-nek tekintjük a médiát, az akkor is belátható, hogy a médiában megjelenő cigánysággép sokat elárul az uralkodó médiumok világlátásáról, ami mint tükör semiképp sem mondható függetlennek társadalmunk állapotától. Az 1920-as években Walter Lippmann erről azt mondta, hogy a média nem is tükör, hanem fényszóró – ha tükör lenne, a valóságot mutatná, de nem azt mutatja. Torzít, többek között abból adódóan, hogy nem mutat be mindent, és amit bemutat, az is számos szűrőn keresztül (például az újságíró attitűdjétől torzítva) jut el a nézőkhöz. (Lippmann, 1922) Mindezen gondolatokat egyúttal magyarázatként is szánom kutatási témám választására.

1.4. Médiakutatások

A legtöbb médiumot – így a hírműsorokat is – vizsgáló kutatás kizárólag kvantitatív eszközöket használ. Ezek eredményei nyilván sok mindenre fényt derítenek, mégis a reálfolyamatoktól eltérő képet adhatnak a valóságról, ha csak ezekre támaszkodunk. Jó példa erre a kiegyensúlyozottság mérése, melynek során az ORTT – de más vizsgálatok is – gyakorlatilag megszámlálják, melyik politikai oldal vagy párt hányszor, milyen hosszan jelent meg a képernyőn. De azt, hogy milyen témában, milyen kontextusban szólaltatták meg az adott személyt vagy azt, hogy hogyan tüntették fel szerkesztési eszközeikkel, azt legtöbbször figyelmen kívül hagyják. (Nem melleleg, ezzel egy olyan játékba kényszerítve a média szereplőit, hogy ők maguk is ezt számlálják ahelyett, hogy energiáikat korrekt, érdemi tudósítások elkészítésére fordítanak. Például egy riportban, ahol egy miniszterium képviselője azért nyilatkozik, mert ő a felelős egy probléma kapcsán feltett kérdés megválaszolásáért, megszólal az ellenzék is. Aminek következményeként a riport nem a problémáról fog szólni, hanem – mivel a politikusok vitája tematizálja az anyagot – po-

litikai csataterre válik. No de ez már a visszahatása az ilyen jellegű elemzési eredmények valóságként való elfogadásának.)

Nemcsak a televíziós újságírásnak kell különböznie az írott sajtóban való újságírástól, de az elemzésének is. Nem lehet nem figyelembe venni, hogy a tv legfontosabb jellemzője a kép meghatározó jelenléte a szöveg mellett, és e kettő ugyan egymás mellett, de egymásra hatva is, egymást módosítva adja az üzenetet. Erről szól Burkey azon gondolata is, miszerint az imázs bizonyos kulcsingereken, illetve az első benyomás pszichológiáján keresztül, a közvetített tartalom és a prezentált forma közötti áttekinthető egységen keresztül rögzül és erősödik meg. (Burkey, 2000, 128. old.) A televízió nézőjében először nem az elmondott szöveg, hanem egészen más elemek, a képek, a mozgás, a hangok, a zene vagy a hangulat keltenek benyomást. A kép a televízió sajátos ingere. (Jankovics, 2007) Számos kép jelentése pedig konvencionálisan rögzülhet, amiképpen a szavak jelentéshasználata is konvencionálisan rögzült, ahogy Wittgenstein mondja, a kép jelentése nem önmagában, hanem használatában adott. (Wittgenstein, 2004)³ A kognitív pszichológia tanulmányai szerint pedig az emberek külső benyomásaik több mint 80 százalékát a szemükkel fogják fel. (Graßau, 2001, 101–113. old.)⁴ Ilyen módon a televízióban a forma, ha önmagában nem is azonos a tartalommal, de annak meghatározó része. Erre a következtetésre jutott Gayer Zoltán is 1997-ben írt *A híradó képi retorikája* című tanulmányában:

„A képi elemzés fontosságát alátámasztja, hogy a műsorok, a hírek verbális és képi retorikája gyakran szétágazó, ennél fogva a közvélemény-kutató intézetek médiaelemzései a 'pártosság' – jellegzetesen hatáselemletekből táplálkozó – kérdését az üzenetrendszerek egy részeleme alapján válaszolják meg.”

1.5. Tanulmányok a híradók képiségéről

Gayer Zoltán 28 MTV híradó adásának 426 hírét vizsgálta. Az anyag belső összefüggéseit, jellegzetességeit keresve három fő képalkotási eszközcsoportot határol el egymástól: a funkcionális képhasználat különféle formáit, az anyag szerkezetén keresztül megvalósított értelmezéseket, valamint a szereplők képi ábrázolásának különféle formáit. Megállapítja, hogy a képek túlmutatnak az egyszerű ábrázoláson. Tapasztalata szerint a képek helyét a narráció jelöli ki. A vágópontok a narráció hangsúlyos elemeire irányítják a figyelmet. Kép és szöveg kapcsolatának három fajtáját különbözteti meg: az enyhe kapcsolaton alapulót, az alátámasztót és az ellenpontoszt. Leírja, hogy a híradók metaforákkal, metonímiákkal és szimbólumokkal dolgoznak. Állítása szerint a képekkel gyakran olyan dolgokat fogalmazznak meg, amelyeket szövegben sosem mondanának. Kép és hangzó szöveg egymás mellettsége, szinkronja kétféleképpen hathat: felerősíti vagy elbogatellizálja az üzenetet. Gayer Jó Balázssal ellentétben úgy látja, hogy a híradóban a különböző kameraállásokkal manipulálnak. Véggkövetkeztetése szerint hasznos lehet egyes műsортípusok képszerkesztési gyakorlatainak – és azok lehetséges jelentéseinek – a feltérképezése, mert felismerésükkel a nézők felvértezettebbé válhatnak a kevésbé nyilvánvaló, nehezen reflektálható üzenetekkel (pl. képekkel) szemben, és a műsorok képi retorikájának ismerete a médiakritika eszközévé is válhat. (Gayer, 1997)

Gayer Zoltán tanulmányán kívül még egy hasonló témájú munkát találtam, melyet Jó Balázs *A hírműsorok képi retorikája* címmel 1999-ben írt. Ebben a vizuális üzenetek

szemiotikáját, a mozgókép kódjait és a híradó képi retorikáját taglalja. Tanulmányának ez utóbbi – az én dolgozatom témájával egybevágó – részében megállapítja, hogy a híradók úgy próbálják meg reprezentálni tárgyukat, hogy az objektívnek tűnjön (semleges képkivágás stb.). Jó véleménye szerint a híradók hasonlóan foglalják össze, mutatják be az eseményeket, a híradók megfogalmazásai a köznapis beszédhez állnak közel, könnyen értelmezhető formában próbálják meg eljuttatni üzeneteiket a közönséghez. A hírműsorok vizuális elemei gyakorta csupán illusztrálják a szerkesztői szöveget, és az éppen aktuális tárgy vizuális jellemzőin kívül nem jelenítenek meg más releváns információt. A szerkesztői szövegek pedig az esetek többségében meghatározóbbak a képeknél. Tanulmánya szerint a felvételeket vállról rögzítik, a játékfilmekkel ellentétben nem kontrollálják a fényeket, a cselekmények dinamizmusát az atmoszféra zajai és életlen, semmitmondó képkivágások kísérik. Annak érdekében, hogy ábrázolási módjuk minél lélekteljesebb legyen, óvakodnak az olyan megoldásoktól, amelyek arra utalnának, hogy az események előzetes forgatókönyv alapján zajlanak. Magyarázó közbeszúrásokként diagrammokat, táblázatokat, feliratokat és dokumentumokat használnak. A vizuális retorikai érvek előfordulása kevésbé valószínűek a hírműsorokban, hiszen ezek olyasfajta sejtéseket jelenítenek meg, amelyek az értéksemleges tájékoztatás retorikai apparátusától teljesen idegenek, és elsősorban a propaganda és a fikció területéhez tartoznak. Összefoglalásként megállapítja, hogy emberek kezébe kell adni azokat az eszközöket, ismereteket, amelyek alapján ki tudják alakítani a kritikai távolságtartást a médiumokkal szemben, és amelyek által képesek megvédeni magukat attól, hogy manipuláció és rajtuk kívül álló érdekek áldozatai legyenek. Ez megtévesztésig hasonlít Gayer összefoglaló mondatára. (Jó, 1999)

2. A KUTATÁSI KERET

2.1. A vizsgálati minta, az elemzés módszere, egységei

Az M1, a TV2, az RTL Klub, a Hír TV és az ATV esti főműsoridős híradói lesznek vizsgálódásaim tárgyai. Az elemzéssel kapcsolatban fontos kiemelni, hogy mind az öt vizsgálandó híradó az *infotainment* kategóriába tartozik, nem tehetünk és nem is elemezhetjük úgy, mintha valami más volna, mondjuk *hard news* (kemény hírek). Az *infotainment* szó az információ és az *entertainment* (angolul: szórakozás) szó összeolvadása. Sokszor úgy fordítják, hogy *informálva szórakoztat*. Ez azonban pontatlan és épp a műsörtípus, a trend lényegét kendőzi el. A pontos fordítás ez: *információval szórakoztat*. (Vö. Schuster, 2004) Abban a televíziónézési szokások szerint felosztott régióban, ahová Magyarország is tartozik, ez az elterjedt formája a hírműsoroknak. (Kolosi, 2006)

Az elemzésnek két része lesz. Az elsőben megvizsgálom, hogy az öt csatorna közül hol, hogyan és hányszor foglalkoztak az olaszliszakai lincseléssel. Ennek alapján kaphatunk képet arról, hol milyen intenzitással adtak hírt róla 2006. október 15. – a bűncselekmény időpontja – és 2007. december 31. között.

1. táblázat
 Az elemzett televíziós híradók
 Forrás: Observer Médiafigyelő (observer.hu)

Csatorna	Az olaszliszkai lincseléssel foglalkozó híradások
M1	2006. 10. 16. 2006. 10. 17. 2007. 11. 13.
TV2	2006. 10. 16. 2006. 10. 17. 2007. 06. 17.
RTL Klub	2006. 10. 16. 2006. 10. 17. 2007. 05. 24.
Hír TV	2006. 10. 16. 2006. 10. 17. 2007. 06. 17.
ATV	2006. 10. 16. 2006. 10. 17. 2007. 11. 13.

Az elemzés második részében az öt híradó összesen 15 riportját elemzem a témakörben, különös hangsúlyt fektetve kép és szöveg viszonyára, annak együttes üzenetére. Az elemzett híradók listája az 1. táblázaton látható. Mindegyik riport szövegében / = slash-sel jelzem a vágópontokat, és mellé írom az adott snitt képi tartalmát. Az összeállítások kiválasztásánál próbáltam a kardinális pontokra összpontosítani, az eset utáni első két tudósítást és egy majd' egy évvel később sugárzott összeállítást vizsgálok mindegyik csatorna esetében. Ez utóbbiak vagy megemlékezésről vagy a bírósági eljárás egy-egy szakaszáról szólnak.

2.1.1. A szándék

A riportok elemzésénél a szándékosságot nem vizsgálom. A végeredmény tekintetében ugyanis irreleváns, hogy például egy bizonyos üzenetet hordozó kép-szöveg együttes szándékosan került-e egy bizonyos formában adásba vagy sem. A lényeg az, hogy adásba került, és nézők milliói látták. Az, hogy az ezekben a riportokban nyíltan vagy burkoltan megfogalmazódó üzeneteket mennyire tudatosan közlik, egy másik dolgozat témája lehetne. Annyi mindenesetre köztudott – és az összeesküvés-elméleteket gyengíti –, hogy a híradások napi műfajából adódóan minden hírműsor szerkesztőségének munkája folyamatos harc az idővel, ahogy ezt Jenei Ágnes is megfogalmazta a televíziós hírgyártásról szóló szervezetszociológiai vizsgálatában. (Jenei, 2001) Ráadásul a kicsi hazai piacból adódóan a verseny nemzetközi viszonylatban nem erős, ebből adódóan az itteni szükség-

leteket kielégítő eredményt jóval kevesebb pénzből, így kisebb stábbal oldják meg, mint egy nagyobb piaccal rendelkező ország csatornáit. A költségcsökkentés a csatornák számára azért is fontos, mert a híradó készítése eleve a legdrágább műfajok közé tartozik. Több mint száz ember és napi több millió forint szükséges a rádiózásról és televíziózásról szóló törvény által meghatározott hosszúságú és minőségű hírműsor gyártásához. Mindezek következtében csökken a tudatosság és nő az esetlegesség.

2.1.2. Kép és szöveg

A kép és szöveg kapcsolatáról Roland Barthes *A kép retorikája* című művében, a nyelvi eszköz tárgyalásánál, annak két funkcióját nevezi meg. Az egyik egy értelmező, felvilágosító funkció, amely eligazítja az olvasót a képi jelentések között, így megakadályozta, hogy a konnotált értelemek túlságosan egyedi irányba szaporodjanak. A másik funkciója, hogy olyan értelemek fölött rendelkezik (rendelkezhet), amelyek nem találhatóak a képen. (Barthes, 1990) Ezt a két kategóriát nevezhetjük eligazítónak és hozzáadónak. A dolgozatomban szereplő különböző összeállítások elemzése során e kategóriákat is felhasználom.

A képek további két típusát fogom még megkülönböztetni: a vágóképet, illetve a szöveghez kapcsolt képet. Íme egy példa a különbség bemutatására: Ha a hír az, hogy Obama, amerikai elnökjelölt nem volt ott a Los Angeles-i Grammy-díj átadón, akkor vágóképként betehetjük Obamát, vagy kapcsolódó képként mutathatjuk a Grammy-díj átadót, ahol nem volt ott. Azonban Obama helyét nem jelölheti Obama maga, kivéve, ha hagyományos értelemben vett vágóképet használunk.⁵ A vágókép használatakor több lehetősége van a riporternak arra, hogy valamit alternatív kontextusba helyezzen. Ezért megítélésem szerint az újságírói objektivitás egyik védjegye lehet a vágóképek száműzése a híradásokból. Természetesen a kapcsolódó kép használatakor is rengeteg lehetőség van teljesen különböző üzenetek megfogalmazására a szerkesztéssel. Ezeket túl éppen ezért elemzem a riportokban a hangsúlyokat, irányultságokat, a riportok szerkezetét, rajtuk keresztül a különböző híradók egyazon hírről szóló riportjai által hordozott üzenetek közötti különbséget. A felhasznált képeket csoportosítva tudom összehasonlítani, hol milyen képet használtak inkább egy bizonyos tartalmú szöveg mellé. A kapcsolódó kép és a vágókép fogalmai nem függetlenek Barthes kategóriáitól. Feltételezem, hogy – logikusan – egy hagyományosan vágóképként használt képsor nagy valószínűséggel hozzáadó, míg a kapcsolódó kép eligazító lesz.

Használok továbbá Jó Balázs és Gayer Zoltán által felállított kategóriákat, melyek szintén kép és szöveg viszonyán alapulnak. Azt vizsgálják, hogyan módosítják egymás jelentését. Mint ahogy a verbalitást kíséri a személyközi kommunikációban a metakommunikáció, úgy kíséri itt kép a szöveget. Gayer után tehát használni fogom a következő három – kép és szöveg viszonyát leíró – kategóriát: az enyhe kapcsolaton alapulót, az alátámasztót és az ellenpontoszt, illetve a narráció szinkronra tett hatását elemezve: a felerősítőt és az elbagatellizálót.

Az elemzésnél különös figyelmet fordítok azokra a képi eszközökre, amelyek ugyanolyan kiemelő-eligazító szerepet tölthetnek be, mint a szöveg. Az egyik legfontosabb ilyen eszköz a képkivágás, azaz a plánok. A közelképpel például a drámai csúcspontokat,

a lényeges elemeket szokták kiemelni. A kiemelő hatás úgy érvényesül, hogy leválasztja a tágabb kép bizonyos elemeit. Egy-egy motívumra szűkíti a belátható teret. A közeli kép inkább az egyénről, míg a távoli inkább az egyén(ek) és a környezet viszonyáról beszél. A tágabb képkivágást inkább a leírásra használják, figyelemkibővítő hatása van, míg a közeleieknek inkább figyelemösszpontosító. A képmélység pedig a már látható elemek közötti viszonyról szól, összeköt, összetartozást fejez ki. A háttérben megmutatkozik a környezet, elől pedig a környező világ egy szelete. A képkivágáson és mélységen kívül ilyen eszköz még a megvilágítás, egy snitt hossza, a kameramozgás tempója is, vagy az ismétlés. Az ismétlés szinte kényszeríti a nézőt arra, hogy a látott események között összefüggések után kutasson. (Hartai–Muhi, 1998) Egy-egy szereplőnél megvizsgálom, milyen környezetben, milyen beállításban tüntetik föl. Valamint azt, hogy az egyszerű mozgókép mellett milyen képi elemeket használnak még a hír készítése során. Hogy összehasonlítható legyen, azokat a szempontokat is vizsgálom, amelyeket Jó és Gayer is megfigyeltek. Nevesül, hogy jellemző-e az intézményirányultság, hogy betartják-e a filmes, klasszikus vágási szabályokat. És vizsgálom azt is, hogy vajon tíz év alatt változott-e a riportok struktúrája, vagy még mindig a Jó által leírt sablon alapján működik.

2.2. Célok és kérdések

Céлом egy általános kép kialakítása arról, hogyan kezelték az általam vizsgált témát a híradókban. Szimbolikus jelentőségű, nagy horderejű társadalmi problémáról van szó: Olaszliszka a cigányság megoldatlan társadalmi helyzetét, az uralkodó előítéletességet, a fajgyűlöletet jelképezi. Az eset kapcsán rendkívüli társadalmi feszültség mutatkozott meg. Ezért is fontos és érdekes elemezni a téma médiamegjelenéseit.

Választ keresek többek között arra a kérdésre, hogy jogosak-e a médiát ért bírálatok, miszerint ők tették cigánykérdéssé Olaszliszka történetét? A Roma Sajtóközpont 2006 októberi nyilatkozatában azt állította, hogy „egy ember tragikus halálából a média 'cigányügyet' csinált”, és szembeállította a cigányságot a többségi társadalommal. Egyes sajtóorgánumok szerintük uszító és gyűlöletkeltő magatartása miatt panasszal fordultak a kisebbségi ombudsmanhoz, közjogi méltóságokhoz és politikai szereplőkhöz.

A Európai Roma Jogi Központ (ERRC) 2006 októberében aggodalmát fejezte ki az olaszliszkai tragédia médiaviSSHangja miatt. Szerintük például a TV2 és a Magyar Nemzet többször különböző szervezetek szóvivőire, helyi képviselőkre és médiaszemélyiségekre hivatkozva az olaszliszkai cigány közösséget teszik felelőssé Szögi Lajos tanár haláláért, valamint általánosságokban beszélnek a „cigánykérdésről”, a gyanúsítottakra pedig egyszerűen csak, mint „cigányokra” hivatkoznak.

Az Élet és Irodalom 2007 márciusában arról írt, hogy a szélsőjobboldali interpretáció utat talált a mértékadó média felé is.

Az összehasonlítás eredményeként arra is választ várok, hogy e tekintetben vajon igaz-e Bourdieu-nek azon állítása, hogy „*az apró különbségek, amelyeknek maguk az újságírók oly nagy jelentőséget tulajdonítanak, óriási hasonlóságokat takarnak*”, vagy azért mégiscsak találhatunk markáns különbséget a három magyar meghatározó híradóban, legalábbis a vizsgált szempontok alapján. (Bourdieu, 2001)

3. OLASZLISZKA A HÍRADÓKBAN. AZ ELEMZÉS

Olaszliszka megjelenési gyakoriságát vizsgálva (lásd Függelék: 1. táblázat) kiderül, hogy a Hír TV foglalkozott vele a legkevesebbet, az RTL Klub pedig a legtöbbet. Átlagosan 17-szer szerepelt Olaszliszkával kapcsolatos hír egy csatornán.

Az eseményről az ötből csak a három nagyobb csatorna híradója számolt be már aznap. Eleve meghatározta a terjedelmet, hogy az eset késő délután történt, így csak hír vagy demo formájában tudtak beszámolni róla. Ettől az eltéréstől eltekintve, az eseményt követő három napon mind az öt híradó azonos mennyiségben és mélységben tudósított a történetekről, illetve a folyamatokról. Az összeállítások közötti minőségbeli különbségekre természetesen majd a riportok elemzésénél térek ki. Az esetet követő negyedik, illetve ötödik napon viszont már láthatunk eltéréseket. Ezekben a napokban az MTV és az RTL Klub döntött úgy, hogy foglalkozik ezzel a témával. Ezekben a napokban a hírek témái a megemlékezések voltak, valamint hogy nyugalom van Olaszliszkán.

RTL Klub, Demo + Szinkron

DEMO *„Nyugalom van Olaszliszkán, ahol a feldühödött rokonok vasárnap agyonverték a tiszavasvári tanárt, mert elütött egy kislányt. A faluban folyamatosan cirkálnak a rendőrautók, de semmilyen dolguk nem akadt. Reggel visszatért a településre az a 20 roma család is, akik félelmükben a rokonokhoz menekültek. Az önkormányzat a baleset helyszínén egy nyitott könyvet ábrázoló síremléket készített. Az alapok már elkészültek. Adásunkkal egy időben a tragédiára emlékezve ökumenikus istentiszteletet tartanak, és mécseseket gyűjtanak az olaszliszkaikak.”*

SZINKRON *Fekete Gyula polgármester, Olaszliszka* *„A lakosság viszonylag megnyugodott, a rendőrség éjjel-nappal megfelelő létszámban jelen van, amint látják, az utcán csend van. A lelkekben meg a fejekben, a szívekben viszont nagyon sokára lesz rend és nyugalom, mert ezt nagyon nehezen lehet elviselni, meg se lehet magyarázni.”*

Ugyanezen a napon az MTV arról számolt be, hogy a Ferencváros labdarúgócsapat megemlékező meccset játszott a megölt tanár emlékére. Ebben az FTC vezetőedzője nyilatkozott.

Ezeket az eseteket arra hozom példának, hogy amikor nincs egyértelműen magas hírértéke az eseménynek, de a médiumok mégis úgy döntenek, hogy foglalkoznak vele, mert azt feltételezik, hogy érdekli a nézőket, a csatornákon jellemzően eltérő tartalmú hírek születnek. Amikor az esemény hírértéke egyértelműen magas, akkor a hírek fősodra kevésbé különböző, inkább hangsúlybeli eltérések vannak, mint például:

2007.10.12.

TV2

„Lincselés volt egy éve Olaszliszkán. Első fokon ezt állapította meg a bíróság. Nem a büntető, hanem a polgári bíróság. Egy férfi ugyanis, akit mások mellett az olaszliszka tanár agyonverésével gyanúsítanak, pert indított, hogy ne használják vele kapcsolatban a lincselés kifejezést. A bíróság szerint lehet használni. Egy éve a gyanú szerint nyolcan agyonverték a tanárt, mert az elütött egy kislányt.”

ATV

„Első fokon elutasította a bíróság az olaszliszkai gyilkosság egyik gyanúsítottjának keresetét, amelyben százmillió forint nem vagyoni kártérítést, és egymilliárd forint közérdekű bírság kiszabását kérte, mert az ügyészség és a bíróság több esetben a 'lincselés' szót használta a bűncselekménnyel kapcsolatban. Hétfőn lesz egy éve, hogy gyermekei szeme láttára halálra vertek egy tiszavasvári tanárt, mert autójával elsodort egy kislányt, aki könnyebben sérült meg.”

Hír TV

„Lincselés volt a tiszavasvári tanár agyonverése Olaszliszván egy nem jogerős ítélet szerint.”

Jól látható, hogy máshol vannak a hangsúlyok az egyes hírekben. Az ATV elsősorban a kereset elutasítását emelte ki, a HírTV pedig azt, hogy valóban lincselés volt. A TV2 mindkettőt hangsúlyozta, de a lincselés üzenete meghatározóbb, már csak azért is, mert azzal kezdődött a híradás. Ezt a hírt egyébként csak a Hír TV készítette el riport formájában. A TV2-n és az ATV-n rövidhír, azaz demo formájában közölték. A többi csatorna semmilyen módon nem foglalkozott ezzel a hírral.

Az utolsó hírek, amelyeket mind az öt csatorna híradója feldolgozott, a tiszavasvári tanár temetése és a két gyanúsított öngyilkossági kísérlete volt, illetve az ötből négy foglalkozott a vádirat tartalmának nyilvánosságra kerülésével. Azt gondolom, hogy az egyes csatornák híradóinak irányultságai az ezt követő időszak alapján lennének kimutathatóak. Tehát annak alapján, amikor már olyan fejlemények történtek, amelyek esetében nem volt egyértelmű, hogy egyes híreknek szerepelniük kell. Erre a már az előbbieken tárgyalt 2006 október 20-i eset volt jó példa. De mint ahogy az a Függelék: 1. táblázatból is kiténik, 2006 októbere és 2007 decembere között az öt csatorna teljesen rendszertelenül foglalkozott a témával. Semmiféle tendencia nem mutatható ki az egyes híradók érdeklődéséből. Más érdekesség azonban tapasztalható volt. Ebben az időszakban a témával kapcsolatban a hírek egy-egy új gyanúsítottról, a különböző megemlékezésekről, illetve olyan esetekről szóltak, amelyeket valamilyen hasonlatosság révén párhuzamba lehetett állítani az olaszliszkai esettel. Ezt a párhuzamba állítást a legtöbbször meg is tették. Természetesen a táblázatban a hasonló esetek nem szerepeltek, csak azok, amelyeknél az olaszliszkai esetet visszaidézték. Ilyen volt például egy olaszliszkai autósbaeset, egy olaszliszván kigyulladt ház, amelyre állítólag molotov-koktélt dobtak, illetve egy másik településen történt eset, ahol elütöttek egy gyereket, aki súlyosan megsérült, és ahol a hozzátartozók megverték a sofőrt, aki könnyebb sérüléseket szenvedett. Mindegyik általam vizsgált híradó összeállításában megemlégették ezen esetek kapcsán az olaszliszván történeteket. Ezzel mintegy igazolták azt az elgondolást, hogy az olaszliszkai eset csak egy volt a sok közül, illetve hogy a történeteknek beláthatatlan következményei vannak. Az MTV (és csak az MTV) egy esetben beszámolt egy interneten terjedő levélről is, amelyben egy – magát egy biztosító munkatársának kiadó – személy azt állítja, hogy a romák szándékosan elüttetik magukat azért, hogy kirabolhassák az autóst.

MTV

„Egyáltalán nem értik a romák, még a feltételezést sem. A körlevél szerint Olaszliszkán rablási kísérlet miatt történt a gyilkosság. Azt írják, Borsodban és Szabolcsban is az útra állnak a romák, és amikor az autó megáll, kirabolják a kocsit.”

Felvetődik a kérdés, hogy mi az a felvetés, aminek még médiaidőt kell biztosítani. Még ha ez utóbb említett anyagban meg is állapították, hogy nem igaz az állítás, a nézőt önkéntelenül is ilyen jellegű összefüggések keresésére indítják.

Csak egy példa:

ATV

FELKONF *„Ismét lincshangulat volt egy baleset után. Gyöngyösorosziban egy férfi halálra gázolt egy nyolcéves kislányt. A sofőr azonnal megállt, kiszállt, hogy segítsen. Ekkor a fiú rokonai odarahantak, és megverték. A verésnek a rendőrök vetettek véget. A sofőr végül könnyebben sérült meg. Ő azt állítja, hogy a fiú elrohant, és már nem tudott megállni.”*

NARRÁCIÓ *„(...)Ez a férfi cáfolta, hogy bárki meg akarta volna lincselni a kisgyereket elgázolót. A rendőrség viszont csoportos garázdaság miatt eljárást indított a támadók ellen. Az elütött kislány ebben a házban lakott Gyöngyösorosziban. Szülei sokkos állapotba kerültek, ezért nyugtató injekciókat adtak be nekik. Tavaly októberben történt hasonló eset. Akkor a Borsod megyei Olaszliszkán a rokonok halálra vertek egy autóst, miután kocsijával elsodort egy helybéli kislányt.”*

E tekintetben a médiabírálatok nem voltak minden alap nélküliek. Az itt felsoroltak nyilvánvalóan hozzájárultak ahhoz, hogy az olaszliszkai eset nagyobb volumenűvé és „cigánykérdéssé” váljon. A hírszelektálásban e tekintetben nem mutathatók ki tendenciabeli különbségek a csatornák híradói között – vagyis az, hogy melyik híradó az ügy melyik szakaszára volt inkább érzékeny.

3.1. Riportelemzések

3.1.1. MTV

Az olaszliszkáról szóló 2006. 10. 16-i MTV-anyagot kifejezetten a klasszikus vágóképek használata jellemzi. Ez is az egyik oka annak, hogy szinte soha nem arról szól a narráció, ami a képen van, azaz a szöveg és kép közötti kapcsolat gyengének mondható. A gyanúsítottokról, illetve az elkövetőkről beszélve vágóképként többször is az utcában lakó romákat teszi be (1.kép). Ezt a következő részlet is jól példázza. (/ = a slash-ek jelzik a vágópontokat).



1. kép

2006. 10. 16. – MTV HANG	KÉP
/A tiszavasvári férfit lányai / szeme láttára rángatták ki az autóból és verték agyon. /A brutális cselekedetet a Roma Polgárjogi Mozgalom megyei /elnöke is elítéli.	/A házak előtt romák jönnek-mennek. Kistotál/ Roma gyerekek a házak előtt biciklivel/ Romák a kerítés előtt ülnek, átsvenk a véres úttestre, az út mellett cigány gyerekek és felnőttek biciklivel. /Véres úttest.

Az összeállítás mintegy negyedét teszi ki a „roma-ügy-e ez a bűneset vagy sem” kérdésfelvetés, amit ennek a résznek a közepén elhelyezett Roma Polgárjogi Mozgalom megyei elnökének szinkronjával hitelesítenek.

Felmerül a kérdés, hogy vajon nem tartozik-e a személyes adat kategóriába, az, ha egy gyanúsítottnak, akiről tudjuk – hiszen a sajtó közreadta –, hogy Olaszliszván, a Kossuth utcában lakik, megmutatjuk a házat. A személyes adat jogi definíciója a következő:

„bármely meghatározott – azonosított vagy azonosítható – természetes személlyel kapcsolatba hozható adat, illetve az adatból levonható, az adott természetes személyre vonatkozó következtetés”

(1992/ LXIII, adatvédelmi törvény/ módosítás 2003, 2005)

„Ilyet az illető engedélye nélkül a törvény értelmében közreadni nem szabad.”

A riport szerkezete – képileg mindenképpen – zaklatott, sok benne a kameramozgás, ami nyugtalanító hatású. A szinkronokat nem számítva, két helyszínről vannak képek. Ha blokkokra bontjuk a riport szövegét, a következő fő üzenetek jelennek meg: A lány jól van. A bűncselekmény súlyos. Nem cigányügy. Nagy veszteség. Emlékeznek rá. Még egyszer: súlyos bűncselekmény.

Ezekből két üzenet van képileg is alátámasztva: a súlyos, brutális bűncselekmény a járdán látható vérfoltokkal, üvegszilánkokkal, a helyszínelés nyomaival. Az, hogy emlékeznek rá, az iskolában felállított emlékhellyel, illetve a diák-szinkronnal is hitelesített. Ezeket tehát képileg alátámasztották. Azt, hogy a lány jól van, hogy nagy a veszteség, illetve azt, hogy nem cigányügy, egy-egy szinkron hitelesíti. Ezek tehát képileg nem, de tartalmilag megerősítettek. Ugyanakkor az, hogy egy szinkronban a roma polgárjogi mozgalom egy embere azt mondja, *ez nem cigányügy*, nem hogy nincs képileg alátámasztva, de az egyenesen ellentmond ennek, hogy az elkövetőkről, a brutális cselekedetről szóló szövegrészeknél többször is az utcában lakó romákat mutatják. Ettől némileg még maga a szinkron is hiteltelenné válik. Ez legjobb esetben is elbagatellizálja a nyilatkozó által mondottakat. Rosszabb esetben pedig nevetségesnek vagy hazugnak tünteti föl. Hiszen a nyilatkozó hazudhat, de a képről ugyanezt nem feltételezzük.

A másnapi, azaz a 17-i riport szövegében a következő üzenetek voltak: Kiürült a falu, mert félnek a skinheadek bosszújától. Erős rendőri jelenlét. Visszatértek. Fenyegető levelet kapott a Roma Polgárjogi Mozgalom megyei elnöke. Pedig ők még segítették is. Súlyos volt a bántalmazás, súlyos büntetésre számíthatnak az elkövetők.



2. kép

A szövegben a roma, illetve a cigány szó a riporter szájából nem hangzik el, azonban az igen, hogy a helyiek a skinheadektől tartanak, aminek azért van üzenete. A cigány szó helyett következetesen a helyiek szót használják, viszont minden helyen, ahol a szövegben a helyieket említik, a képeken cigányokat mutatnak (2. kép). Ezzel tehát a cigányok és a helyiek közé egyenlőséget tesznek. Így a cigányokról általánosságban beszélnek.

2006. 10. 17. – MTV HANG	KÉP
/Támadás nem volt, így az emberek visszatértek a faluba. /A helyiek mindannyian elítélik, ami történt.	/Egy kb. 30 fős csoport, cigányok állnak egy ház előtt, kistotál./ Bőszekondban négy cigány nő a kerítés előtt, az egyikük cigizik.

Azt az üzenetet, hogy „*pedig, ők még segítettek is*” egy helyi cigányasszony szinkronja követi. Ebben a kontextusban ez szabadkozásnak tűnik. A brutalitást itt is a járdán lévő vérnymok és a helyszínelést jelző krétajelek jelentik. S ez a helyszín a képek nagy részén egybekapcsolódik a romák jelenlétével. Az egyetlen üzenet, amelyhez *kapcsolódó kép* tartozik, az a rendőri jelenlét.

2006. 10. 17. – MTV HANG	KÉP
A település rendőri védelmét / közben megerősítették.	Kocsi-fahrt egy rendőrautó mögött, totál, az egész utca látszik. / Kocsi-fahrt visszapillantóból, totál, egy rendőrautó jön az utcán.

A Roma Polgárjogi Mozgalom megyei elnöke saját nyilatkozatában többes szám első személyben beszél, ami már önmagában is homogén elkülönülő csoportként festi le a roma közösséget. Pláne, hogy a képen egy csoport roma áll, hol mögötte, hol mellette. Valamilyest több ebben a riportban a szöveghez kapcsolódó kép, mint az előzőben, mégis túlnyomó többségében klasszikus értelemben vett vágóképeket használ a riporter.

A vádemelésről szóló 2007.11.13-i riportban már főleg bírósági képek a gyakoriak. A vádlottak többször is szerepelnek a képeken, de az arcukat nem mutatják. Az sem állapítható meg, hogy milyen etnikumhoz tartoznak. Bár a kép többször is kapcsolódik a szöveghez, a szövegben ezt a kapcsolatot nem erősítik meg (pl. így látják, ilyen, itt, ezzel stb.).

2007. 11. 13. – MTV HANG	KÉP
Már nyolc személy, köztük egy nő és két fiatalos személy ellen emelt vádat a Borsod-Abaúj Megyei Főügyészség.	Dobozos rabszállító rendőrautó hátulról, közeli, nappal. Kinyit totálra, rendőrautók mennek be egy kapun. Három férfi áll a kapuban.

Ehhez a képhez jobban kapcsolódott volna a szöveg, ha így hangzott volna: *Ezzel a rendőrautóval hozták a bíróságra az olaszliszkai lincselés nyolc vádlottját...*

Ebből a példából jól látszik, hogy sokkal kevésbé félreérthető egy kép, ha a szöveg eligazító, és tereli a néző figyelmét, ha valamit konkretizál.

A bűncselekmény helyszínén készült felvételeket csak az összeállítás végén használják, ott is nagyon sötét a kép. A roma–nem roma kérdéskör még csak érintőlegesen sem merül fel a riport során. Összességében véve még itt is a vágóképek használata a jellemző. A szöveg tehát a képen nem látható elemeket kapcsol a képhez.

3.1.2. TV2

Először is szembetűnő a különbség abban a tekintetben, hogy itt a többi csatorna riportjaival szemben sokkal több képi eszközzel élnek. Egy ilyenrel indul az első, a 2006.10.16-i riport is Olaszliszkról. (3. kép)



3. kép

2006. 10. 16. – TV2 HANG	KÉP
ATM/ iskolai becsöngetés	/Közeli egy kislányról, előtte virágok, átélézés a kislányról a virágokra./ Két kislány közeli, profil./

Átélez a virágról a kislányra, ami erősíti a kettő között a kapcsolatot. Azaz, hogy a kislány gyászol, esetleg, hogy ő tette oda. Ebben a riportban az MTV 2006.10.16-i riportjával összehasonlítva, míg itt a gyász hangulata az uralkodó – ennek megfelelően a vágás lassú, lassúak a kameramozgások is, hosszúak a snittek – addig az MTV-nél a hangsúly inkább a bűncselekmény brutalitásán – képileg a vérnyomokon, a tett helyszínén – volt, tudniillik azt láttuk és hallottuk többet, többször. Ebben a riportban a meghatározó üzenet tehát az emlékezés és a gyász, ami képileg is alátámasztott. Az anyagnak fontos része a kérdés: lehet-e ezt cigányügyként kezelni. Négy szinkronból kettőben ez központi jelentőségű.

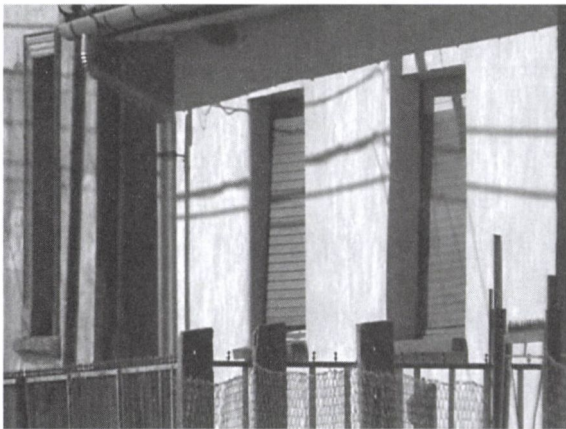
2006. 10. 16. – TV2 HANG	KÉP
<p>SZINKRON Fekete Gyula, Olaszliszka polgármestere /Ez elfogadhatatlan és megbocsájthatatlan azoknak az embereknek, akik ezt tették. Mindenki felháborodott maximálisan itt most. A jóézésű emberek, mindegy az, hogy cigány ember, magyar ember, azok elítélik ezt a tevékenységet.</p> <p>NARRÁCIÓ /Az Országos Cigány Önkormányzat elnöke szerint nem lehet romaügyként kezelni az esetet.</p> <p>SZINKRON Kolompár Orbán, az Országos Cigány Önkormányzat elnöke /Nagyon sajnálom az esetet, de ez nem egy speciális romaügy, nem romakérdés, ez egy bűncselekmény, amit a normális törvényi keretek között kell rendezni.</p>	<p>/Szekondban az interjúalany, jobbra komponálva, mögötte szekrény és egy festmény, szobabelső.</p> <p>/ Kamera a földön, totál az utcáról, elől krétanyomok, az úttesten egy roma férfi halad el balról jobbra.</p> <p>/ ONEBOX Egy kép az interjúalanyról, jobbra komponálva, irodabelső. A kép mögött a oneboxoknál megszokott tények mozgó háttér.</p>

Az anyag egyharmadát teszi ki körülbelül ez a kérdéskör. Az MTV-nél látottakkal ellentétben itt a narrátor is beszél romaügyről, még ha tagadó módban is. A *cigányügy* tematizálását segíti az is elő, hogy szerkesztésileg ellentétpárként van feltüntetve az, hogy az egyik gyanúsított cigány önkormányzati képviselő, illetve az, hogy az áldozat az MDF jelöltje volt az önkormányzati választásokon.

Azonban itt még képileg sem látatják úgy a helyieket, mint egy szeparált cigányközösséget. Amikor a helyiekről beszél a riporter, vagy nem látjuk az arcukat, vagy nem csak cigányok vannak a képen. Leginkább tehát a szerkesztés eszközeivel (például a szinkronok kiválasztásával) látatják romaügynek, képileg nem. A legtöbb kép *kapcsolódó* jellegű, szorosán kapcsolódik a narráció szövegéhez, talán ezzel is függ össze, hogy sem a romákra, sem másra vonatkozóan nem látunk félrevezető kép-szöveg együttest. A leadek szerves együttest alkotnak a szinkronokkal. A leadeket követő szinkronok új lényegi információt általában nem hordoznak, csak a már a leadben elhangzott információ részleteit és/vagy érzelmi megnyilvánulást.

2006. 10. 16. – TV2 HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ/ a 11 éves kislány egyik testvére</p> <p>/ néhány éve meghalt egy közlekedési balesetben. A faluban ütötte el egy autó.</p> <p>SZINKRON / Hét évvel ezelőtt történt, hogy volt egy cserbenhagyásos gázolás, és ez lejátszódott előttük, hogy nem akarták, hogy az még egyszer megtörténjék.</p>	<p>/ Emberek egy csoportja áll egy ház előtt, deréktól lefele látszanak, jobbra svenk az árok felé. / Egy cigány férfi beszél, magyaráz, mutogat, szemből látszik szekondban, az úttesten áll, szemben vele a riporter. Amerre mutat, a kamera utána fordul, így üres utcai totál lesz.</p> <p>/Szekondban az interjúalany, balra komponálva. Roma férfi, 40 év körüli, mögötte egy ház.</p>

Két nappal az eset után a TV2-n is ugyanaz volt a középpontban: a fenyegetések és a kiürült falu, valamint, hogy lehet-e romaügynek tekinteni az esetet. Ebben az összeállításban is látszik, hogy a TV2 mennyivel több filmes, képi elemet használ, ezzel jobban építve a képi kifejezésre. Ebből a szempontból a legszembetűnőbb a lehúzott redőnyök megmutatása, aminek nyilván szimbolikus jelentősége van. (4. kép)



4. kép

2006. 10. 16. – TV2 HANG	KÉP
<p>ATM /csönd NARRÁCIÓ Olaszliszka csendes lett. / Ebben az utcában, ahol a lincselés /történt, szinte minden redőnyt / lehúztak. /Egy rendőrkocsi folyamatosan figyeli a környéket.</p>	<p>/ Totálkép az üres utcáról. /Ház közeli, lehúzott redőnyök. /Egy ablak közelről, lehúzott redőny. /Egy ablak közelről, lehúzott redőny. / Utcai totál, egy rendőrautó megy az úton, hátulról látjuk, az út bal szélén messze néhány roma ember áll.</p>

Az összeállítás fő üzenetei: Egy szemtanú segítségével felidézük a történeteket. A falu gyászol. A helyiek félnek a bosszútól, elmenekültek. Nem romaügy, hanem bűnügy. Ebből az utolsó üzenet kivételével mindegyiket az üzenethez szorosan kapcsolódó képpel támasztották alá.

2006. 10. 17. – TV2 HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ /Pedig a polgármester szerint nem kellene. /Ez ugyanis nem romaügy, /hanem bűnügy. Ezt mondta.</p>	<p>/ A riporter (balra) és az interjúalany (jobbra) oldalról félközeliiben./ Romák ülnek egy kerítés szélén, totál./ Közeli a baleset helyszínéről, az úttest szélén.</p>



5. kép

A fent látható rész a kivétel. Hiszen a romaügyet és a bűnügyet nem lehet „lefényképezni”, ahogy elvont fogalmakat sem lehet. Éppen ezért van nagy jelentősége annak, hogy milyen képet mutatnak, mert a néző az adott fogalomhoz kapcsolja a látottakat. Amikor romaügyről beszélnek, akkor kerítésnél ülő cigányokat mutatnak (5. kép), amikor pedig bűnügyről, akkor a konkrét bűncselekmény helyszínét mutatják. Ahogy az adott bűncselekmény sem reprezentálja a bűncselekményeket általában, egy csoport kerítésnek támaszkodó roma sem reprezentálja a cigányokat. Ez utóbbi esetben azonban rendkívüli veszélye van a sztereotíp látásmódok megerősítésének, alátámasztásának. A riport második fele a romaügy kérdéskörre van felépítve, a StandUp második felétől. Az egyik szinkronban a roma – magyar megkülönböztetés is elhangzik. Ebben a riportban tehát az elkövetőket – még képileg sem – azonosították a romákkal. A romák sztereotíp megjelenítése azonban előfordul. Az összeállítás jelentős része a romaügy-e az olaszliszkai eset kérdéskör köré van felépítve. Igaz, az erről szóló állítások a szövegben mindenhol tagadják az összefüggést.

A TV2 2007. 10. 17.-i adásában az Olaszliszskán szervezett segélykoncetról volt szó, amin a köztudottan szélsőjobboldali kötődésű P-Mobil zenekar játszott. Ebben a riportban minden kép rendkívül erősen kapcsolódik a szöveghez. Az alábbi részlet ezt jól példázza:

2007. 06. 17. – TV2 HANG	KÉP
<p>ATM // zene</p> <p>NARRÁCIÓ Segélykoncert /Olaszliszskán. /A színpad előtt a rockzenekarok rajongói, a /színpad mögött pedig rendőrségi autó kamerával a tetején.</p> <p>/Az egész környék tele volt rendőrökkel.</p>	<p>/Doboló láb közeli, egy szabadtéri koncerten színpadon. Nappal. / Félközeli a dobosról előlről. A háttérben kerítés, zöld terület.</p> <p>/Szekond a gitárosról, alsó kameraállás, mögötte a kék ég./ Emberek a színpad előtt, szellősen, totalban, az egyikük csápol.</p> <p>/Totál a színpadról, előlről a színpad előtt néhányan állnak, a színpad jobb oldalán hátul megjelenik egy dobozos rendőrségi autó, kamerával a tetején, és elmegy balra a színpad mögé. A kamera követi, svenk balra./ Vagy 20-30 rendőr áll egy épület előtt, total.</p>

A szöveg szerint a következő üzenetek fogalmazódtak meg: Segélykoncertet tartottak. Nagy rendőri készültség. A Cigány Kisebbségi Önkormányzat aláírást gyűjtött ellene, mert félnek az erőszaktól. A történetek felidézése. A koncert célja a falu megbélyegzése elleni küzdelem. A megemlékezők azt mondják, békés szándékkal jöttek. Nem történt konfliktus. A legtöbb üzenet képileg alátámasztott, azaz ezeken a részeken csak olyat állítanak a szövegben, ami dokumentálva van a képen. Kivétel ez alól a Cigány Kisebbségi Önkormányzat aláírásgyűjtése, ami alá kerítésen csimpaszkodó cigánygyerekeket vágta be. (6. kép) Ez egyértelműen sztereotíp megjelenítése a cigányságnak. Kevésbé lett

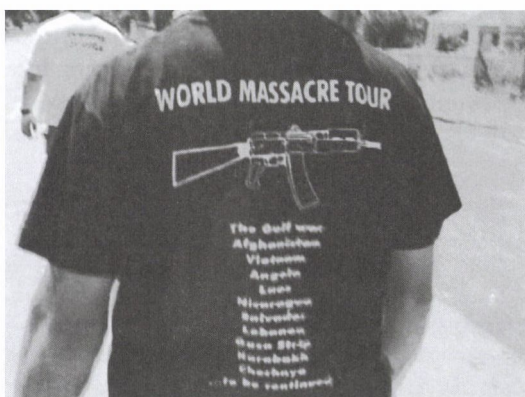
volna az, hogyha a Kisebbségi Önkormányzat épületét vagy képviselőjét mutatják. Minél kevésbé általánosító és a szövegben konkrét információhoz kapcsolódó a kép, annál kevésbé lehet félrevezető. Persze a vágókép és a szöveghez kapcsolódó kép szélsőséges esetei között a skála igencsak széles. Ráadásul a veszélynek csupán a minimalizálását jelenti, ha a szövegben megjelenő információk dokumentálása a kép. Ilyenkor már *csak* a szerkesztés bírálható. A vizsgált riportok közül most először láthatunk egyértelmű el- lenpontozást kép és szöveg között.



6. kép

2007. 06. 17. – TV2 HANG	KÉP
<p>ATM /utcazaj NARRÁCIÓ Napközben többen elmentek /a tragédia helyszínére is. Virágokkal és mécsesekkel emlékeztek.</p> <p>SZINKRON Nem mitőlünk kell félni, nem, /nem hiszem, hogy tőlünk kell félni. És mi barátságos szándékkal jöttünk ide.</p>	<p>/ Hatan jönnek az úttest bal oldalán szemben. / Ugyanezek az emberek hátulról, svenk jobbra, képbe kerül az egyikük háta, a pólójára az van írva: World Massacre Tour, minek jelentése: világ körüli mészárlás. A felirat alatt egy gépfegyver látható. / Interjúalany szekondban, jobbra komponálva, háttérben kerítés. A pólóján egy turulmadár.</p>

A szövegben a riporter nem illeti semmilyen jelzővel a megemlékezőket. Azonban a képen a gépfegyver és a mészárlást népszerűsítő póló (7. kép), azzal a szöveggel, hogy *mécseseket és virágokat helyeztek el*, minimum komikus. Ráadásul még a szinkron elején is, amikor az interjúalany azt mondja, *nem mitőlünk kell félni*, még mindig a gépfegyvert látjuk a képen. A *nem mitőlünk kell félni*, feltételezi, hogy valakitől kell. A riporter tulajdonképpen saját mondanivalójával *buktatja le* az interjúalanyt.



7. kép

3.1.3. RTL Klub

Az olaszliszakai esetről készült első összeállításban az előzőekben vizsgált csatornákkal ellentétben fel sem merült a romaügy kérdése, azaz a felvetés, hogy lehet-e ezt az esetet romaügyként kezelni. A riport végig szemtanúk és érintettek elbeszélésére épít. A négy szinkronból három szemtanú vagy érintett. A szövegben sem a *roma*, sem a *cigány* szó nem hangzik el, sem a riportert, sem pedig a megszólalók szájából. A bűncselekményhez képileg elsősorban az összetört autót és a baleset helyszínét kapcsolják. Az ilyen szövegrészek nem kapcsolódnak emberek megjelenítéséhez. A faluról készült képeken roma és nem roma lakók is láthatók.



8. kép

A tragédia harmadnapján készült riportjuk előtt, a *felkonf* alatt az OTS az előző riportjukról leírtak ellentéte. Egy képen látjuk az emlékhelyet, mögötte pedig négy roma embert. (8. kép) A néző eszerint kapcsolatot feltételezhet a képen látható elemek között. Ráadásul, vélhetően a személyiségi jogok védelmében, ki van takarva az arcuk, ami általában bűnő-

zökhöz, elítéltekhez kapcsolódik, de mindenképpen azt a benyomást kelti, hogy nem vállalják az arcukat, tehát takargatnivalójuk van. Meglátásom szerint tehát ez a kép a romákat és a bűncselekményt egyértelműen összefüggésbe hozza. Ugyanez a kép a riportban is megjelenik, azonban a szövegkörnyezet miatt ott nem rendelkezik ezen értelem felett.

2006. 10. 17. – RTL Klub HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ / A helyi kisebbségi önkormányzat elnöke egy fenyegető levelet mutat. Azt mondja, a / támadás óta nincs nyugtuk az olaszliszkai romáknak.</p>	<p>/ Roma férfi szekondban, balra komponálva, mögötte rét, jobbra egy ház. Nappal. Svenk le, a kezében egy levelet tart. A levélen a megszólítás: Cigányok! Svenk vissza a férfira. / Virágok, mécsesek az út szélén, totál, mögötte nyolc ember áll egy autó körül, romák és nem romák egyaránt</p>

Körülbelül az anyag fele szól arról, hogy az olaszliszkai romák félnek, fenyegető levelet kaptak és, hogy egy részük elmenekült. A romákról általánosságban azonban nem beszélnek, a riportot sem a szövegben, sem pedig képileg nem jellemezte sztereotíp ábrázolás, mindössze egyetlen semleges megszólalásban érintik a roma kérdéskört.

2006. 10. 17. – RTL Klub HANG	KÉP
<p>SZINKRON Fercsák László, az olaszliszkai kisebbségi önkormányzat elnöke / Leveleket, sms-eseket, telefonokat kaptunk, hogy fel lesz gyűjtva a liszkai cigányság, és hasonló dolgokat. Meglátásom az, hogy szerintem egy pár ember miatt nem kéne 400 embert ilyen úton-módon elítélni.</p>	<p>/Roma férfi, szekondban, balra komponálva.</p>

A romaügy megfogalmazás tehát nem fordul elő, és tartalmilag sem szerepel. A falubelieket sem kizárólag romákkal azonosítják. Ez véleményem szerint azért fontos, mert ellenkező esetben a falu cigánytelepként való sztereotíp ábrázolása valószínű. Az egyik nem roma helyi lakos meg is szólal.

2006. 10. 17. – RTL Klub HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ /A falubeliek gyászolnak.</p> <p>/Nemcsak a középületeken van fekete zászló, / sokan a ruhájukon is fekete szalagot viselnek.</p> <p>ATM /Így fejezzük ki a részvétünket.</p>	<p>/Közeli az út szélén elhelyezett gyertyákról, virágokról, a háttérben üres úttest, házak.</p> <p>/Magyar. uniós és fekete zászló egy épület falán, közeli./ Fekete szalag valakinek a mellkasán, közeli, csak nyaktól lefele látszik.</p> <p>/ Egy nő megy a járdán egy gyerekkel, jobbról balra.</p>

Az MTV-hez hasonlóan, de a TV2-vel ellentétben a baleset után több hónappal készült riportban a romaügy motívum, a roma – nem roma kettősség egyáltalán nem jelenik meg. Az RTL Klub fél évvel a lincselés után a fokozott rendőri jelenlét megszüntetéséről készített anyagot, ami a faluban már valamelyest normalizálódó hangulatot mutatja. Az ilyen pozitív hír ritka, a többi csatornánál ilyen nem tapasztaltam. A riport képeit nem jellemzik az emberekről készített közeliak – kivéve persze a szinkronokat. Inkább a falut és a helyszínelésről készült archív felvételeket használják. A gyanúsítottokról szóló szövegrészeknél mutatják ugyan őket, de csak mellkastól lefele vagy sötétben, így az sem állapítható meg, hogy valamelyik kisebbségi etnikumhoz tartoznak-e. Ezenkívül az elítéltekről, gyanúsítottokról szóló részek és az események felidézésének ábrázolására a bűncselekmény nyomairól és a helyszínelésről készített archív felvételeket használják. Ezeken az eseteken kívül a vágóképek helyett a szöveghez kapcsolódó képeket használnak.

2007. 05. 24. – RTL Klub HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ /Olaszliszka, Kossuth utca, ma délelőtt.</p> <p>/Több mint fél évvel a brutális gyilkosság után még most is /több tucat mécses és koszorú</p> <p>/hever annak a /tiszavasvári tanárnak az emlékhelyénél,</p> <p>/akit tavaly októberben vertek itt halálra.</p>	<p>/Emlékhely, zászló, virágok az út szélén, totál az utcáról, a kép alján az emlékhely, mögötte az úttesten két cigánygyerek megy át. Nappal.</p> <p>/ Az emlékhely szemből, a kőtábla mellett a tanár fényképe és zászló. Közeli./ Alulról közeli az emlékhelyről, mécsesek, tiszavasvári zászló./ Közeli a tanár fényképéről, koszorúk./ Az emlékhely alsó kameraállásból, háttérben az egész utca üres./ Éjszaka. A baleset helyszíne, összetört autó mellett helyszínel a rendőr, mellette hullazsák, totál.</p>

3.1.4. ATV

Az ATV 2006. 10. 16-i Olaszliszkról szóló híradásában a balesetet, azaz azt, hogy elütötték a kislányt – a többi csatorna híradásaival egyetemben (erről még később bővebben, az összefoglalóban) – elbagatellizálják, ezzel szemben a bűncselekmény brutalitását erőteljesen hangsúlyozzák.

„Hozzá tartozói, akik állítólag elvesztették szem elől az árokba esett lányt, megállították a gépkocsit, az autóból kirángatták a tiszavasvári pedagógust, majd brutálisan összeverték.”

Ezzel hiteltelennek állítják be az elkövetőket, amikor úgy fogalmaznak: *állítólag az azt mondta* helyett. Ez egyfajta ítéletet tükröz, és ezzel az objektivitás alapvető szabályait rúgják fel.

Szöveg és kép kapcsolata ebben az összeállításban rendkívül alacsony szinten áll. Szinte sehol nem az szerepel a képen az, amiről a szöveg szól. Íme egy részlet:

2006.10.16 – ATV HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ</p> <p>/A súlyos sérüléseket szenvedett</p> <p>/ férfi életét a helyszínre kikerkező mentők már nem tudták megmenteni. /A lincselést végignézte az áldozat /két kislánya is,</p> <p>/akik az autóban utaztak. /Ők egy, a</p> <p>/faluban elő</p> <p>/ismerősükhöz menekültek. A rendőrség három helyi férfit vett őrizetbe. A helyiek értetlenül állnak a történetek előtt.</p> <p>/Többek szerint az egyik</p> <p>/ gyanúsított azért vesztette el önuralmát, / mert néhány évvel ezelőtt az ő gyermekét ugyanezen az útszakaszon gázolták halálra.</p> <p>/A faluban fokozták a rendőri jelenlétet,</p> <p>/ hogy elejét vegyék a</p> <p>/további erőszaknak.</p> <p>/A lincselő férfiak családjai, rokonai ugyanis bosszútól tartanak.</p>	<p>/ Kistotál az összetört autóról, elölről.</p> <p>/Közeli a betört üvegről, svenk az üvegen.</p> <p>/Utcai totál, üres az utca.</p> <p>/Babajáték egy ház kerítésének tövében, közeli.</p> <p>/ Utcai totál, üres utca./ Egy cigány nő áll utcai totálban a házak felé fordulva, egyszer néz a kamera felé./ Egy nő áll az úttesten félközeli, majd átsétál háttal a járda felé.</p> <p>Kamera követi, képbe kerül még két ember háttal.</p> <p>Nem látszanak romának./ Börtön fala kistotál.</p> <p>/ Szögesdrót, alatta térfigyelő kamera közeli./</p> <p>Utcai totál, egy autó jön szembe.</p> <p>/Rácsos ablak, közeli.</p> <p>/ Térfigyelő kamera, közeli.</p> <p>/ Szögesdrótos kerítés, közeli, vélhetően börtönépület van mögötte./Épület külső, közeli, rácsos ablak, /térfigyelő kamera az oldalán.</p>

Az egész riportban kétféle képet használ a riporter: a helyszínelésről készült archív felvételeket és börtön külsőket. Ez utóbbi egyébként olyannyira nem kapcsolódik a szöveghez, hogy meg sem tudjuk, hogy ez melyik börtön, milyen módon kapcsolódik az eseményekhez, ha kapcsolódik. A képeken embereket nemigen vagy csak sötétben látunk.

A riport háromnegyedét az őszi események felidézése teszi ki. Romák sem a képen, sem a szövegben nem fordulnak elő, egyértelmű tehát hogy a már megszokott motívumok (romaügy stb.) itt nem találhatók meg. Vannak azonban félrevezető képek:

2006.10.16 – ATV HANG	KÉP
/A faluban fokozták a rendőri jelenlétet, / hogyan elejét vegyék a /további erőszaknak. /A lincselő férfiak családjai, rokonai ugyanis bosszútól tartanak.	/Rácsos ablak közeli. / Térfigyelő kamera közeli./ Szögesdrót kerítés közeli, vélhetően börtönépület van mögötte./Épület külső, közeli, rácsos ablak, térfigyelő kamera az oldalán.



9. kép

A kép és szöveg egymásmellettsége azt feltételezi, hogy Olaszliszskát látjuk a képen. Tudomásom szerint Olaszliszskán nincs börtön, és ha lenne sem azért szerelnének fel rá térfigyelő kamerákat, mert a helyiek félnek (9. kép). Ez egyértelműen félrevezető, ilyen csak a hagyományos értelemben vett vágóképek használatakor fordulhat elő. Félrevezető képek vannak tehát, de ez esetben ez nem érintett kulcsfontosságú területet, nem sértette emberek csoportját, és nem volt emiatt elfogult a tudósítás, inkább csak amatőr. Az egész összeállításban egyetlen megszólaló van, az is telefonon. Az összes fennmaradó szöveget a narrátor mondja el, a szöveghez nem kapcsolódó képekre. Ez a fajta szerkesztés a 70-es évek televíziózását idézi. Általában kevés megszólaló jellemzi az ATV-t – Terestyéni Tamásnak ezt is vizsgáló kutatása szerint. Az öt híradó közül náluk a legkevesebb a saját hangján megszólaló nyilatkozó. (Terestyéni, 2007)

A tragédia harmadnapján, 2006. 10. 17-én készített összeállításban az előző napi riportjuktól eltérően, de hasonlóan az összes eddig vizsgált csatorna híradásaihoz, a fő téma a helyi roma lakosok bosszútól való félelme és elmenekülése volt. A megfogalmazásban

többször is a helyi roma lakosok egy részét jelentő csoportot csak mint *romákat* emlegetik, ezzel homogén elkülönülő csoportként definiálva őket.

Például: „*A romák azt mondják...*” Ugyanezt a jelentést hordozta a kép is, miközben általánosságban a romákról beszélnek, ugyanis a helyi roma lakosok egy csoportját mutatják.

2006. 10. 17. – ATV HANG	KÉP
/Kedden is fokozott volt a készültség a faluban, /a romák bosszútól tartanak.	/ Kamera a földön, totál, a kép alján virágok, mécsesek az út szélén, mögötte egy rendőrautó jön. Nappal. / Hét roma áll egy ház előtt, az egyikük, egy gyerek a földön ül.

A bűneset felidézésekor egy szemtanú szólal meg. A megszólalását megelőző résznél, a szövegben egyértelműen ítélik meg az állítólagosan, az elmondások szerint ott tartózkodó, de segítséget nem nyújtó emberek felett. Ráadásul, e szövegrész alatt helyi roma lakosokat mutatnak, ami azt az üzenetet hordozza, hogy ők azok, akik nem segítettek.



10. kép

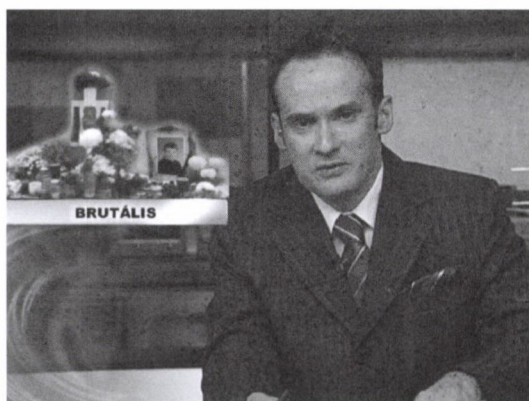
2006. 10. 17. – ATV HANG	KÉP
/Gombos Andrea a mentők előtt érkezett a helyszínre. /Miután az autót vezető férfi kislányait kimenekítette a tömegből, egyedül ő próbált az áldozaton segíteni.	/Egy roma nő szekondban középre komponálva beszél./ Körülbelül nyolc cigány kistotálban, egy részük a kerítésnek dőlve oldalról, mások egy kocsinak dőlve hátulról.

Az, hogy ki volt ott és ki nem, nem lehet tudni, nem lehet megerősített információként kezelni. Újságírói szempontból az ilyesfajta ítékezés, úgy tudom, semmilyen doktrína szerint nem elfogadható viselkedés, ahogy az uszítás sem.

2006. 10. 17. – ATV HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ /A lincselést követően a rendőrség három embert vett őrizetbe, /köztük a település egyik, október elsején megválasztott, /roma kisebbségi önkormányzati képviselőjét. A rendőrség nem zárja ki, hogy bővül a gyanúsítottak köre. /Szemtanúk elmondása szerint mintegy félszáz roma lehetett a helyszínen.</p>	<p>/Kistotál egy házról. / Úttest, az egyik oldalán balra emlékhely virágokkal, a másik oldalán a helyszínelés nyomai, krétajelek./ Utcai totál, háttal egy rendőrautó, balra hátul emberek dolgoznak, nem azonosíthatók. / Kocsi-fahrt az utcában álló házakról, előtte egy-egy ember, de a gyors kameramozgás miatt nem látni őket, csak azt, hogy helyiek.</p>

Meg nem történt, elképzelhető, jövőbeli eseményekről van szó a fenti részletben. A riporter ezzel felveti a szemtanúk szerint a helyszínen tartózkodó – ahogy maga a riporter fogalmaz – „*mintegy félszáz roma*” felelősségét.

A több mint egy évvel az olaszliszkai lincselés után készített riportjuk címe ez volt: *Brutális*. (11. kép) Ez természetesen mind a *felkonf*, mind pedig a riport alatt is többször látható volt a képernyőn. Az újdonság az volt, hogy elkészült a vádirat. A vádiratban leírt, a bűncselekmény egyébként valóban brutális részleteit taglaló információkat azonban kész tényként tálták. A vádirat, ahogy a neve is tartalmazza, azonban nem ítélet, hanem vád. Azaz, nem bizonyított. Az ilyen információk természetesen az ügyészség belátása szerint nyilvánosak, de ezen információknak megtörtént, bizonyosságot nyert eseményként való bemutatása szerkesztői döntés, ami már a *felkonf*ban is érezhető: „*Megdöbentő részletek derültek ki a most elkészült vádiratból a tavaly októberi olaszliszkai lincseléssel kapcsolatban (...) Mint most kiderült, még az autóban ülő gyerekeit is meg akarták támadni.*”



11. kép

A riportban nem kerül elő a *romaügy* motívum. A vádlottakat, az érintetteket nem lehet felismeri a vágóképeken. A képek többsége nem kapcsolódik a szöveghez.

3.1.5. *Hír TV*

A HírTV esetében szinte felesleges a kép és szöveg kapcsolatát elemezni. Mégpedig azért, mert már önmagában a szöveg maga is hordozza azokat az elemeket, amelyeket elemzésem során kép és szöveg együttjárásában keresek. Ami e tekintetben a riportban a legelőször szembetűnő, az az, amikor releváns körülményként, ezzel ok-okozati összefüggést sejtetve, a *cigánytelep* kifejezést használják, annak a területnek a megnevezésére, ahol a bűncselekmény történt:

„A 44 éves férfit gyermekei szeme láttára verték halálra Olaszliszván, miután elütött egy 11 éves lányt a cigánytelepen átvezető úton.”

Ezután hiteltelennek, szavahihetetlennek állítják be a szemtanúkat (akiket a képen néhány roma emberrel azonosítanak), amikor az „*azt mondják*” helyett az „*azt állítják*” kifejezést használják.

2006. 10. 16. – Hír TV HANG	KÉP
/Az ott lakó szemtanúk szerint mindenki azt hitte, a gyermek meghalt. /Azt állítják, nem látták, hogy az árokba esett lány felállt és elszaladt.	/Utcai totál, három roma áll az egyik ház előtt./ Kistotál az utcáról, egy autó megy el keresztbe, hátul árok.

Ezzel ráadásul hiteltelenítik a következőkben megszólaló roma nőt, aki azt meséli, hogy a zajra, a koppanásra figyeltek föl, de ugyanígy a riportban szereplő minden roma megszólalót is. A riport egy másik részében pedig burkoltan, egyenesen hazugsággal vádolják az elütött lány családtagjait.

2006. 10. 16. – Hír TV HANG	KÉP
NARRÁCIÓ /Az elütött gyermek és családtagjai a lincselés másnapján is a ház előtt ültek, / tagadják, hogy bármit láttak volna. Miután megpillantották a kamerát, fenyegetőzni kezdtek. ATM Ne kamerázzá! Ne kamerázzá má!	/Kistotál egy csoport romáról, akik egy ház előtt állnak a kerítésnél. /A kerítés előtti padnál és a kapuban romák ülnek-állnak. Az egyikük elindul a kamera felé.



12. kép

Ez a részlet több kérdést is felvet. Először is nem fenyegetőztek – legalábbis a felvételen –, csak nem akarták, hogy felvegyék őket kamerával. (12. kép) És ezt kérték is, ami a riportban hallatszik („*Ne kamerázza!*”) Másrészt a személyiségi jogok egyértelmű és durva megsértésének minősíthető olyan felvétel sugárzása, ahol a szereplők határozottan és érthetően kifejezik, hogy nem kívánnak látszódni a képen. A romákat tehát nyíltan vádolják, sztereotíp módon ábrázolják őket és beszélnek róluk. A bűnesetért pedig az egész roma közösséget teszik felelőssé. Mindemellett hangsúlyozzák, hogy nem „*csak*” a helyi kisebbségi önkormányzat képviselője az egyik gyanúsított, de őt „*ráadásul*” a Liberális Roma Jogvédőszervezet színeiben választották meg, amivel egyben politikai színezetet is adnak a dolognak. A gyanúsítottakról beszélve utcán álló romákat mutatnak, akik nyilván nem a gyanúsítottak, hiszen azok előzetes letartóztatásban vannak.

2006. 10. 16. – Hír TV HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ /A lincseléssel egy 36, egy 21 és egy 19 éves férfit gyanúsítanak. /Utóbbi a helyi cigány kisebbségi önkormányzat / frissen megválasztott képviselője. /A Liberális Roma Jogvédőszervezet színeiben választották meg.</p>	<p>/ Romák egy csoportja ül egy kerítés tövében. / Külső kistotál a községházáról. / Egy kereszteződés. Az átellenes oldalon az épület sarkánál egy csoport roma áll. / Totál egy utcáról, hárman mennek a távolban az úton, ketten tolják a biciklit.</p>

Ez az elem is a felelősség kiterjesztését jelképezi általánosságban a romákra. Ez a riport a tényszerű tájékoztatás legalapvetőbb szabályait sem tartja be. Kép és szöveg egy értelmezés elemeiként jelennek meg.

A 2006. 10. 17-én készült összeállításra a magasból készült nagy totálfelvételek jellemzőek (13. kép). Ezeken – a képkivágásból adódóan – nem látszanak emberek. A többi csatorna híradásaihoz hasonlóan, ezen a napon a helyiek elmenekülését, a fenyegetéseket

állították a középpontba. Erről szól a riport háromnegyede. Ez az összeállítás jól mutatja, hogy milyen dramaturgiai fontossága van a képkivágásoknak és azok váltakozásának, ugyanis a sok felső nagytotál nem támasztja alá a szöveg dramaturgiáját.



13. kép

Ebben az összeállításban is *romatelepként* említik a bűncselekmény helyszínét. Továbbá – a legtöbb csatorna ugyanezen a napon sugárzott híradásaihoz hasonlóan – itt is felmerült a kérdés, hogy romaügy-e az, ami történt. Igaz, ez a konkrét információ itt is tagadó módon hangzik el: „Az olaszliszakai tragédia nem romaügy a Roma Polgárjogi Alapítvány elnöke szerint.” Azonban minden más, az előzőekben már említett eszközzel az egész roma közösségre terjesztik ki a felelősséget. A romákat a társadalomról leválasztható homogén csoportként mutatják be, ahogy maga a Roma Polgárjogi Alapítvány elnöke is ezt teszi, amikor többes szám egyes személyt használva, mint egy egyféle akarral rendelkező csoportról beszél a romákról: „Mi nem akarunk egy olyan országban élni, ahol egy ilyen előfordulhat. És hogy ha előfordul, akkor világossá kell tenni, hogy Magyarországon egy törvény létezik, ami érvényes mindenkire korra, nemre, szociális helyzetre vagy etnikai hovatartozásra való hivatkozás nélkül.”

A 2007. 06. 17-i segélykoncetról szóló riportban, a TV2 összeállításával összehasonlítva, a legszembeűnőbb különbség az, hogy a koncertet bemutató képeken – míg a TV2 néhány tíz fős csoportból álló közönséget mutatott (14. kép), a Hír TV tömeges nézőközönséget (15. kép).



14. kép



15. kép

Lényegében viszont ugyanazok az elemek jelennek meg benne, mint a TV2 riportjában, az eltérések a hangsúlyokban voltak: „Napközben többen elmentek a tragédia helyszínére is. Virágokkal és mécsesekkel emlékeztek.” (TV2) „Szögi Lajos olaszliszkai emlékhelyéhez egész nap érkeztek a megemlékezők.” (Hír TV) A Hír TV-nél a koncertet tehát sikeres akcióként mutatták be, hangsúlyozva, hogy sokan elmentek az emlékhelyhez is. A megemlékezés békés jellegét a TV2-vel ellentétben – ahol ezt a képekkel megkérdőjelezték, minimum komikussá téve ezzel a kijelentést – nem kérdőjelezték meg, a békés szándékot egy transzparens megmutatásával próbálták hitelesíteni (16. kép).



16. kép

2006. 06. 17. – Hír TV HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ / Szögi Lajos olaszliszkai emlékhelyéhez egész nap</p> <p>/érkeztek a megemlékezők.</p>	<p>/Két férfi koszorút helyez el a tanár emlékhelyénél. A háttérben egy körülbelül 20 főből álló csoport áll. Félközeli. Jobbról balra belépnek az emlékhelyhez és leteszik a koszorút./ Egy csoport ember transzparenszel a kezében: „<i>Most békésen jöttünk, rajtatok múlik, hogyan tovább. Magyar Nemzeti front.</i>” Kistotál.</p>

A vizsgált riportok esetében itt először – egy jelentős kérdést illetően – egy tekintetben differenciáltan beszélnek a roma közösségről.

2007. 06. 17. – Hír TV HANG	KÉP
<p>NARRÁCIÓ / A P-Mobil koncertet annak ellenére megtartották, hogy korábban aláírásgyűjtéssel tiltakoztak ellene a helyi roma közösségben. Persze nem mindenki.</p> <p>SZINKRON /Félnivalónk nincsen, mert gondolom, hogy akik ezt a dolgot elkövették, meg fogják kapni a méltó büntetésüket.</p>	<p>/Egy ház kapuján valaki éppen bemegy, fahrt a házokról.</p> <p>/ Egy roma nő körülvéve sok gyerekekkel, alsó kameraállás, majd ráközelít a kamera, szüksézkond.</p>

Az egyik megszólaló burkoltan *cigánybűnözésről* beszél: „*Sokkal több embernek kellene itt lennie. Most én ezt nem kényszeríthetem senkire, de itt egy általános helyzetről van szó. Nemcsak Olaszliszkról van szó, hanem nagyon sok hasonló helyzet van az országban. Én szerintem ez nemcsak egy egész napos koncert, hanem egy szolidaritás is. Ez egy nagyon fontos, hogy ki kell állnunk egymásért és egymás mellett.*” – mondta a P-Mobil szélsőjobboldali radikális nézeteiről ismert zenekar frontembere.

4. ÖSSZEFOGLALÁS

A vizsgált tévéhíradók alapján megállapítható, hogy pontatlan és túlzó az Európai Roma Jogi Központnak (ERRC) az az állítása, hogy Magyarországon „*média személyiségekre hivatkozva az olaszliszkai cigány közösséget tesz felelőssé Szögi Lajos tanár*

haláláért”, és ugyanígy pontatlan és túlzó az Országos Cigány Önkormányzatnak az állásfoglalása, miszerint „*egy ember tragikus halálából a média 'cigányügyet' csinált, szembeállította a cigányságot a többségi társadalommal*”. Nem vitatható azonban, hogy az eset *cigányügy*ként való közbeszédbe kerülését az MTV, a TV2, az ATV és a HírTV összeállításai elősegítették, a *cigányügy* címkét szerkesztési eszközeikkel inkább alámasztották, mintsem kétségbe vonták. Ezért helytállónak találok a megállapítást, miszerint „*Olaszliszka azért jelent új helyzetet a romák médiamegjelenésében, mert a szélsőjobboldali interpretáció utat talált a mértékadó média felé is.*” A mezőnyből egyedülként az RTL Klub emelhető ki, ahol majdnem mindent megtettek, hogy elkerüljék az előítéletes sugallatokat. Kifogásolható részletek leginkább az ATV, de különösen a HírTV riportjaiban fordultak elő. A HírTV a másik négy csatornánál elfogultabban, előítéletesebben közelített a témához: riportjaiban rendszeresen megjelent a *cigány-, romatelep* kifejezés, sőt egyes roma emberek burkolt meghazudtolása és a *cigánybűnözés* leírás is. Az MTV és a TV2 ebben a tekintetben a középmezőnyhöz tartozott.

JEGYZETEK

¹ Vö. Andok Mónika fordításaival, interpretációjával (Andok Mónika: A hírek mint kulturális szimbólumok, www.communicatio.hu/mktt/keret.htm, 2006).

² Vö. Andok Mónika fordításaival, interpretációjával (Andok Mónika: A hírek mint kulturális szimbólumok, www.communicatio.hu/mktt/keret.htm, 2006).

³ Vö. Nyíri Kristóf Wittgenstein-értelmezésével, Nyíri Kristóf: *Virtuális pedagógia. Új Pedagógiai Szemle*, 2001/07–08.

⁴ Vö. Jankovics Zsanett által használt adatokkal, Jankovics Zsanett: *A személyek jelentősége a politikában – A magánélet bevetése – egy új médiatrend?* Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Doktori Iskola.

⁵ Elhangzott Bárdos András előadásán a Színház- és Filmművészeti Egyetemen, 2008-ban.

IRODALOM

Andok Mónika: *A hírek mint kulturális szimbólumok*. www.communicatio.hu/mktt/keret.htm, 2006.

Barthes, Roland: *A kép retorikája*. *Filmkultúra*, 26. évf., 1990, 64–72. old.

Bourdieu, Pierre: *Előadások a televízióról*. Osiris Kiadó, Budapest, 2001.

Burkey, Ralph: *Kleidung und Maske*. In: Altendorfer, O. – Wiedemann: *Handbuch. Der moderne Wahlkampf*. Media Plus Verlag Eichstätt, 2000.

Carey, James: *Communication as Culture*. Routledge, New York – London, 1992.

Dessewffy Tibor: *A kocka el van veszve*. Aula Kiadó, Budapest, 2002.

Gayer Zoltán: *A híradó képi retorikája*. *Replika*, 1997/10.

Graßau, Günter: *Köpfe und Themen – Die perfekte Vermarktungsstrategie*. In: Altendorfer, O. – Wiedemann, H.: *Handbuch. Der moderne Medienwahlkampf*. Media Plus Verlag Eichstätt, 2000, 101–113. old.

Hartai László – Muhi Klára: *Mozgókép-kultúra és médiaismeret*. Korona Kiadó, Budapest, 1998.

Jankovics Zsanett: *A személyek jelentősége a politikában – A magánélet bevetése – Egy új médiatrend?* Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Kar Doktori Iskola.

Jenei Ágnes: Miből lesz a hír? A televíziós hírgyártás szervezetszociológiai vizsgálata. *Médiakutató* 2001/3.

Jó Balázs: A hírműsorok képi retorikája. *Jel-Kép*, 1999/3.

Kolosi Péter: *A kereskedelmi televíziózás Magyarországon*. Corvina Kiadó, Budapest, 2006.

Lang, G. E. – K. L. Lang: Collective memory and the news.: *Communication. Special Issue: Social Memory*. Szerk.: Nerone, John – Ellen Waterlla, 1989.

Lippmann, Walter: *Public Opinion*. The Macmillan Company, New York, 1922.

Magyar Virtuális Enciklopédia, MTA Filozófiai Kutatóintézet, 2003–2007.

Nyíri Kristóf: Virtuális pedagógia. *Új Pedagógiai Szemle*, 2001/07–08.

Schudson, Michael: *The Power of News*. Harvard University Press. Cambridge, 1995.

Schuster, Richard: Politikai újságírás a kereskedelmi televíziókban és hírműsoraikban. Színház- és Filmművészeti Egyetem, 2004.

Terestyéni Tamás: Televíziós híradóműsorok összehasonlító vizsgálata. *Médiakutató* 2007/04.

Wittgenstein, Ludwig: *Logikai-, filozófiai értekezés*. Atlantisz, Budapest, 2004.

FÜGGELÉK

Olaszliszka megjelenése a híradókban

dátum	MTV	TV2	RTL Klub	ATV
2006.10.15.	demo	demo	demo	
2006.10.16.	headline, anyag, sng	headline, anyag, sng	headline, anyag	headline, anyag
2006.10.17.	headline, anyag	headline, anyag	headline, anyag	headline, anyag+ demo+ szinkron
2006.10.18.	headline, anyag	headline, anyag	headline, anyag	anyag
2006.10.19.			demo	
2006.10.20.	demo		demo+szink-ron	
2006.10.21.	anyag	headline, anyag, sng	headline, anyag	headline, anyag
2006.10.26	demo+ szinkron	headline, anyag, sng	anyag	demo
2006.10.28.			demo	
2006.10.31.	anyag	anyag	anyag	demo
2006.11.02.				demo
2006.11.10.	demo	demo		
2006.11.13.		demo	anyag	
2006.11.28.		demo	demo	
2006.11.30.	demo	demo		
2006.12.14.		anyag	demo	
2007.01.15.	anyag			
2007.01.17.	anyag			

dátum	MTV	TV2	RTL Klub	ATV
2007.02.25.			anyag	
2007.03.29.	demo			demo
2007.03.30.		demo		
2007.03.31.				anyag
2007.04.20.		anyag	anyag	anyag
2007.05.24.			anyag	
2007.06.02.			anyag	
2007.06.12.			anyag	
2007.06.17.	anyag	headline, anyag, sng		
2007.06.21.	anyag			
2007.07.26.				demo
2007.07.31.				anyag
2007.09.25.				
2007.10.05.	demo		demo	
2007.10.12.		demo		demo
2007.10.14.	demo			
2007.10.15.	demo			
2007.11.13.	demo	demo	anyag	anyag
összesen	19	17	20	15

Forrás: Observer Médiafigyelő (observer.hu)

TALLÓZÓ

HIÁNYPÓTLÓ TANULÁNYKÖTET A SZAKRÁLIS KOMMUNIKÁCIÓRÓL

Korpics Márta – P. Szilczl Dóra (szerk.):
SZAKRÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ.
A TRANZSCENDENS MEGMUTATKOZÁSA.
2007. Typotex, Budapest. 254 old. ára: 3200 Ft

Az értékes, hiánypótló kötet a Typotex Társadalmi kommunikáció sorozatának darabjaként látott napvilágot. A borítón szereplő cím nem jelzi egyértelműen, de a szerkesztők kitérnek rá, hogy e gondosan válogatott tanulmányfüzér csak az első állomása egy induló sorozatnak, mely a szakrális kommunikáció jelenséggörével foglalkozik. (25. o.)

A rendszerváltozás utáni évektől kezdve sorra jelennek meg magyar nyelven is tanulmányok, melyek a vallást társadalomtudományi keretben tárgyalják. A vizsgálatok több tudományterületen is megindultak, elsősorban azt követően, hogy kiadtak és hozzáférhetővé vált magyarul is néhány jelentős alapmű. A teológia mellett elsősorban a vallásszociológia, vallásfilozófia, vallásantropológia, vallásnéptan és valláspszichológia területén születtek művek a szakrális jelenséggörének tárgyában. Újabban a kommunikációelmélet is jelezte igényét, hogy beleszóljon a szakrálisról szóló interdiszciplináris diskurzusba.

A könyv bevezető tanulmánya fogalomtisztázó és tudománytörténeti szempontból is igen fontos, mely nélkül a következő három fejezetbe rendezett tanulmányok nem kapcsolódhatnak ilyen szervezően egymáshoz.

A kötet tanulmányai a transzcendens mutatkozásával foglalkoznak, a szent „közös- és kultúraspecifikus” (Habermast idézik a szerkesztők a 19. oldalon) természetével. A bevezetés szavait idézve: „A szakrális elsődleges funkciója az, hogy a transzcendens az emberi gondolkodás, illetve tapasztalás számára elérhetővé tegye.” „Ekként a szakrális azokat a felkészültségeket foglalja magában, amelyek segítségével a mutatkozó transzcendens az egyén, illetve közössége saját kultúráján belül kezelni tudja.” (20. o.) A transzcendens, a „valós” Isten (Kauffmannt idézik a szerzők, vö. Eckhardt Mester „Deus” fogalma) a maga teljességében elérhetetlen és megismerhetetlen. Elérhető csak a „Deitas” (Eckhardt Mester), a teisztikus istenkép (Tillich), mely ugyanakkor nyelvileg és kulturálisan lehorgonyozott (Derrida), voltaképpen imaginatív konstrukció a szent megtapasztalásának alapján. (22. o.)

A bevezetőt követő második rész a szakrálissal magával foglalkozik Q. J. Schultze (2005), A. Gargani (1998) és J. Fulton (1981) egy-egy tanulmányával járva körbe a jelenséget.

A harmadik rész, mely *A szakrális kommunikációja* címet viseli, négy tanulmányt foglal magában. W. J. Meyer (1995), J. Habermas (2002), A. Kreiner (1997) és N. Luhmann (1977) írásait.

A transzcendens mutatkozása c., negyedik rész E. Trias (1998), P. Berger (1980) és W. P. Alston (1992) tanulmányait tartalmazza.

Több szerző is fontosnak tartja a vallásos, a teológiai és a filozófiai diskurzusok különbségeinek feltárását. Például a nem mindennapival való találkozás élményét másként beszéli el különböző narratívákban, másként beszél róla különböző diskurzusterekben az ember. Egy új retorikai tér, egy nyilvános kommunikációs tér megnyílásával az előfeltevések, a szókészletek összevethetősége szintén kulcsfontosságú lehet. Amennyiben a diskurzusok „*meghatározott normatív tartalmak és dogmatikailag feldolgozott tradíciók kontextusában zajlanak*” (Habermast idézi Meyer, 105. o.), a diskurzus érvényességi igénye sem lehet azonos filozófiáival vagy akár a mindennapi élet profán gyakorlatában megszokottal. Gargani ezzel összefüggésben a heteronómia és homonómia módszertani különbségeiből fakadó nehézségeket járja körül. Alston ezenfelül még a vallási sokféleségből eredő nehézségeket is szemügyre veszi a misztikus tapasztalatok továbbadásának, megoszthatóságának vonatkozásában.

A „módszertani ateizmus” (Berger) vagy „módszertani agnoszticizmus” (Fulton) alapállásából fakadó lehetséges következményekkel szintén több tanulmány foglalkozik elemzően. Egészében jellemző a kötetre, hogy szerzőinek java része – megerősítő vagy polemizáló módon – hivatkozik más, a kötetben szereplő tanulmányok szerzőire. Így a kötet végigolvasása után „összeállhat a kép”, legalábbis a felsorakoztatott szerzők vonatkozásában.

Habermasnak a vallás szerepével kapcsolatos nézetei, gondolatai több tanulmány gerincét is képezik a harmadik fejezetben. Meyer Habermas korábbi és újabb felfogását is ismerteti, összeveti egymással a két nézetet, maga Habermas egy friss – vagyis újabb, a vallás vonatkozásában lényegesen elfogadóbb, megengedőbb álláspontot bemutató – írásával szerepel, a sorrendben őt követő Kreiner pedig a habermasi diskurzuselméletet alkalmazza az egyházak közötti párbeszéd területén. E tanulmány dialógusmeghatározása súlyos logikai konzekvenciákkal jár az egyházak közötti, illetve az egyházak és az egyházon kívüliek közötti kommunikációra nézve. Tudniillik „a dialóguskészség olyan alapbeállítottságot feltételez, melyet *Karl Popper*hez csatlakozva a következőképpen írhatunk körül: „*Én tévedhetek, neked igazad lehet! Vizsgáljuk meg közösen, hogy jelen esetben hogyan is áll a dolog.*” (Kreiner, 145. o.)

A kötetben található szövegek nem magával a transzcendenssel foglalkoznak, hanem a kultúrainvariánsként meghatározott transzcendensnek a szakrálisban való közösség- és kultúraspecifikus megjelenéseivel. A tanulmányok szerzői különféle tudományterületek képviselői, különböző megközelítésmódokkal. A könyv szerkesztői a Bevezetésben vállalják is ezt a sokszínűséget és sokféleséget. Válogatásukban fontos szerepet játszott az is, hogy a téma tanulmányozása szempontjából megkerülhetetlennek tartott szövegek közül azokból emeljenek be a gyűjteménybe, amelyek még nem jelentek meg magyar nyelven. Szinte valamennyi szerző hivatkozik Derridára, Ottóra, többen Heideggerre, Gadamer-

re, Rortyra, Eliade munkásságára s időnként egymásra is (pl. Alston, Berger, Fulton), így aztán a könyv végigolvasása után valóban kirajzolódik a választott vizsgálati terület egy-fajta, határozott körvonalú tematizációja.

A fordítások igényesek. A terminus technicusok többnyire megtalálhatók zárójelbe téve a magyar megfelelő után, ami segíti a tájékozódást, a mélyebb megértést. Hogy csak egyetlen példát említsünk: a *wholly other* és a *holy other* összecsendülését és jelentéskülönbségét. (49. o.) A szövegekben rejlő direkt és indirekt etimológiai utalások ugyanakkor érdekesen értelmezik magukat a kontextusokat is (pl. a *religio* szót Berger a *relegere* ('óvatosnak lenni') tövére, Trias pedig az 'újrakötés' jelentésre vezeti vissza).

A szerkesztőket nemcsak a gondos válogatás és a bevezető tanulmány dicséri, hanem a logikus, áttekinthető és egységes megjelenés. A tanulmányok végén jegyzetek és hivatkozott irodalom segíti az olvasót, a kötet végén pedig a témával kapcsolatban további, magyar nyelven megjelent könyveket, tanulmányokat ajánlanak az érdeklődőknek.

A kötet fontos üzenetet képvisel a ma gondolkodó embere számára az egyházak, a vallás szerepének körüljárásával is. A szerzők közül többen (pl. Luhmann, a „kései” Habermas) a vallás környezetértelmező szerepét emelik ki, az egyházak legfőbb sajátosságának azt tartják, hogy értelmező közösségekként funkcionálnak a társadalmakban. Vállalják, küldetésük vállalni bizonyos fontos kérdések (igazságosság, jóság, kívánatos élet stb.) tematizációját és diszkusszióját. Mindezek felül pedig képesek értelmezni a szenvedést, az igazságtalanságot, a magányt, a betegséget, a halált, vigaszt nyújtanak, és tanítanak az élet nehézségeinek elviselésére. (vö. 105. o.)

A kötetbe válogatott tanulmányok különböző nehézségűek olvashatóságuk, érthetőségük szempontjából. Némelyik nehezen érthető filozófiai vagy némi teológiai előképzettség nélkül, de vannak köztük olyanok is, amelyek pl. kommunikáció szakos egyetemi hallgatók számára is könnyen érthetők. Felsőoktatásban, szemináriumi keretben való értelmező-feldolgozó munkafolyamatban kiválóan használható pl. vallásfilozófiai, vallás-szociológiai kurzusokon is.

A szerkesztők maguk írják: „*a kötetbe válogatott írások természetesen csak egy szűk szeletét képviselik annak a bőséges szakirodalomnak, amely angolul és németül a témában hozzáférhető*” (25. o.). A recenzens személy szerint is érdeklődéssel várja a folytatást.

Spannraft Marcellina

CONTENTS

<i>Csepeli, György</i> : THE VARIATIONS OF DEVIANCY	3
<i>Siklaki, István</i> : THE RECEPTION OF INTEGRATED ADVERTISEMENTS	9
<i>Szekeres, Péter</i> : MINORITIES AND THE ELECTRONIC MEDIA I.	31
<i>Julesz, Máté</i> : NORMATIV FEATURES OF THE INTERNET INTERRELATIONS	47
<i>Kucsera, Olga</i> : THE WORLD AND ITS REPRESENTATION IN THE HUNGARIAN TV NEWS	63

500 Ft