

55982

423

1980
2. szám

1980 406 4



JEL

kép



TELEVÍZIÓ
RÁDIÓ
SAJTÓ



1. ÉVFOLYAM
2. SZÁM

**SZERKESZTŐ
BIZOTTSÁG:**

Békés Tamás
Dr. Cserés Miklós
Dr. Fodor Gábor
Dr. Forgó Mihály
Hajdú János
Karcagi Sándor
Liszkay Tamás
Matúz Józsefné
Márton Anna
Sándor György
Dr. Szecskő Tamás
főszerkesztő
Takács Ferenc
Dr. Zentai János

**A SZERKESZTŐSÉG
MUNKATÁRSAI:**

Baló György
Bogdán Éva
Boros Péter
G. Csilléry Klára
Hankiss Ágnes
Juhász Előd
Kondor Katalin
Lázár Guy
Márton Miklós
főszerk.-h.
Pető Gábor Pál
S. Nagy Katalin
Dr. Tomka Miklós
Tölgyesi János
Varga Zsuzsanna
Wisinger István



Tartalom

Szecskő Tamás: A szaxofonos juhász 3

Gyűjtőpontban

Tájékoztatók a tájékoztatásról
Avar János, Bernáth László, Domány András,
Karcagi Sándor, Matúz Józsefné, Rényi Péter,
Tábori András, Vajda János, Varga János
válasza Bossányi Katalin és Rékai Gábor kér-
déseire 5
Angelusz Róbert: A tájékozódás és vélemény-
formálás esélyei 22

Kitekintés

Interunion 1980 — Beszélgetés Tömpe Istvánnal,
az ÁRTB elnökével 43
Heckenast Gábor: WARC '79. Mit hozott a
nemzetközi rádiószabályzat felülvizsgálata? 47
Szarvas Péter: Kultúra és oktatás — nem-
zetközi mérlegben 54

Kerekasztal

Kovács András filmjeinek társadalomképe —
Beszélgetések a Magyar Rádió tudományos
szerkesztőségében 64
Hangos töprengés a popzenéről — rádiós
kerekasztal mellett. A beszélgetést vezette
és annak kéziratát gondozta Juhász Előd 76

Eszmeecsere

A televízió marxista elméletéhez
Békés Tamás: Tézisekről — tézisekben 84
Hegedűs Tibor: Ne fogjuk a kocsit a lovak elé... 87
Horvát János: A határtalan modell 92

JEL kép

E SZÁMUNK SZERZŐI

Angelusz Róbert adjunktus, ELTE szociológia tanszék; Békés Tamás, a MTV irodalmi és drámai főosztályának vezetője; Bessenyei István adjunktus, ELTE szociológia tanszék; Bossányi Katalin újságíró, a Népszabadság munkatársa; Grósz E. András, a MTV gyártásvezetője; Heckenast Gábor, a MR műszaki igazgatója; Hegedűs Tibor kritikus; Heller Mária tanársegéd, ELTE szociológia tanszék; Horvát János, a Televízió osztályvezetője; Mihancsik Zsófia, a MR tudományos ismeretterjesztő szerkesztőség munkatársa; Nádor Tamás olvasószerkesztő, Rádió- és Televízióújság; S. Nagy Katalin, a TK munkatársa; Pléh Csaba adjunktus, ELTE általános pszichológia tanszék; Rékai Gábor, a MR ifjúsági főosztályának munkatársa; Szarvas Péter főelőadó, Országos Tervhivatal, Tervgazdasági Intézet; Szekfű András, a TK munkatársa; P. Szűcs Julianna tudományos munkatárs, MTA Művészettörténeti Kutatócsoport; Terestyéni Tamás, a TK munkatársa.

Szerkesztőség és kiadóhivatal:
Budapest V., Akadémia u. 17. 1054
Tel.: 129-600
Levél cím: Budapest, 1054 — Pf. 587

Műhelyek, módszerek

- A hivatásos beszélő — Mester Ákossal beszélget Nádor Tamás 97
A nyelv játékmestere — Grétsy László a rádióról és a televízióról 107

Közelkép

- Pléh Csaba—Terestyéni Tamás: Újságcímek — az olvasó szemével 113
Bessenyei István—Heller Mária: A reklám: a csereérték ügynöke vagy a fogyasztó szolgálólánya? 118
P. Szűcs Julianna: A plakát „érdekházasságai” 135
Szekfű András: Közvélemény és cigánykérdés — a Cséplő Gyuri c. film ankétjainak tükrében 142
S. Nagy Katalin: Kulturális kereskedelem és kommunikáció a köztereken 150

Média-múlt

- Grósz E. András: Az „igazi” rádió születése 159

Szonda

- Vélemények a lakáshoz jutásról, a lakáskérdés megoldásának távlatairól 165
Munkaerőhelyzet, munkafegyelem, munkabér 167
Magyarország külpolitikájáról, nemzetközi kapcsolatairól 169
A kelet—nyugati kapcsolatokról 172

Tallózó

- Könyvekről 175
Lapokból 189
Rövidre fogva 205

Lapozgató

- Hálózat — Részletek a Network c. amerikai film magyar szövegkönyvéből 212

A szaxofonos juhász

Jelképként él bennem a szaxofonos juhász emléke, már vagy tizenöt éve, amikor egy langyos vasárnap délután a következő telexet hozták a hírszerkesztőség turnusvezetői asztalára: „Szaxofonnal terelgeti nyáját a Bakony déli lejtőin X. Y. számadó juhász . . .” A nevére, persze már nem emlékszem, s arra sem, mi is volt a 10—12 soros MTI behír teljes szövege. Olyasmit is említett, hogy mindez a tavaszt jelenti (ami nem volt túlságosan meglepő közlés, hiszen május első felében jártunk!), meg talán virágok is voltak benne, de lehet, hogy ezt már én költöm hozzá . . . Ám arra világosan emlékszem, hogy nagy, csöndes derű költözött belém, mert hirtelen úgy éreztem, nincs világhelyzet, nincs gazdasági helyzet, egyáltalán, semmilyen helyzet nincs! Az MTI feltalálta a bukolikus hírt.

Gyakran felrémlik előttem azóta a szaxofonos juhász hollóházi porcelánba kívánczó alakja: amikor az idillt és az eseményt összekeverjük, amikor az aktualitást élőképpel pótoljuk, és amikor az „anti-anyag” analógiájára feltaláljuk az „anti-hírt”. A Jel-Kép mostani számának kéziratait olvasva a Tájékoztatók a tájékoztatásról című körinterjú egyik mondata hívta elő bennem ismét az emléket. „Szeretnénk — mondja a rádiós vezető —, hogyha mind kevesebben próbálnák (tartalmas) konfliktusok nélkül, diétás szöveggel eltarisznyázni az időt”. Azt hiszem, ugyanarról van szó: a konfliktusok, feszültségek, „helyzetek” szorításában az újságírónak nem a legcélszerűbb poggyásza az idilli pásztortarisznya — még szaxofon nélkül sem.

No de a tömegkommunikációs rendszer végül is minden társadalomban az egyik legnagyobb hatású tudati stabilizátor! — fogalmazódhat meg az ellenvetés, ha nem is a hírügynökségi eklogát, hanem az olyannyira ismert „nyugi-szemléletet” pártfogolva. Az állítás maga igaz: a tömegkommunikáció — különösen az úgynevezett nagy tömegkommunikációs eszközök — egyik alapvető funkciója, hogy a társadalmi tudat folyamatainak sajátos, az adott társadalom célértékeinek megfelelő egyensúlyi állapotát segítsen fenntartani, illetve újból és újból megtalálni. Mindebből azonban nem következik a konfliktuskerülés kényszere! A biztonságosabb lelki, tudati, sőt társadalmi egyensúly mindig inkább a tudatosan felvállalt és koncepciózusan — vagyis politikailag — kezelt konfliktusokon, érdekütköztetéseken és érdek-egyeztetéseken alapul, nem pedig média-giccsek feszültségmentes képein. Továbbá: a szocialista társadalomnak — „per definitionem” — egyik alapvető célértéke az újítás, az újdonság iránti érzék, az új iránti érzékenység, a szüntelen önmegújítás igénye. E célértéknek megint csak úgy felelhet meg a tömegkommunikációs rendszer, ha cikkeiben, műsoraiban, a hírek és információk „teremtett világában” a stabilitás és konfliktusosság, a kontinuitás és diszkontinuitás finom dialektikáján teszi szüntelen próbára önmagát.

A három „i” szerepét hangsúlyozta nemrégiben az egyik világhírű futurológus a szocialista társadalmak fejlődésének jelenlegi szakaszában: az innovációét, az inven-
cióét és az iniciatíváét. Magyarul nem alliterál ugyan, de kézzelfoghatóbb: az újításra,
az ötletre és a kezdeményezésre talán soha nem volt olyan égető szükség társadal-
munk életében, mint épp a most következő években, évtizedekben. Persze ezzel
kapcsolatban is igaz az, amit a körinterjúban résztvevő másik szerkesztő megfogal-
maz: „az alapvető érdekelismerés kizárólag a reálfolyamatok nyomán alakulhat ki,
és ez a hatékony tájékoztatás feltétele is”. De a másik oldalt is érdemes látnunk.
Azt, hogy a tömegkommunikáció maga is hatékonyan hozzájárulhat ahhoz, hogy az
érdekelismerés valóságos legyen, s az újítás, az ötlet, a kezdeményezés társadal-
milag (és, nagyon lényeges: egyénileg is!) követendő modellé válják az olvasók,
hallgatók, nézők munkájában, életvitelében.

És talán még egy negyedik „i”-t is hozzátehetünk: az identitást, az azonosság meg-
találását, az önmeghatározást, egyének, csoportok, rétegek szintjén egyaránt. Lilás
színű filozófiai füstnek tűnhet ennek felemlítése a szerkesztőségi szobák és stúdiók
levegőjében. Egészen addig, amíg arra nem gondolunk, hogy „úton levő” társadal-
munkban milliók élnek meg naponta identitás-zavarokat: a munkás, aki napközben
modern technológiával dolgozik a világpiacra, s utána otthon — de zsigereiben is
még — falusi emberként határozza meg önmagát; vezetője, aki eredményekről többes
szám első, hibákról többes szám harmadik személyben beszél; a munkapad mellett
diplomát szerzett, s mérnöki beosztása alapján ma már értelmiségiként nyilván-
tartott ember, aki látja, hogy kevésbé ambiciózus régi haverjainak gyermekei ked-
vezőbb helyzetben vannak az egyetemi felvételinél; s a segédmunkás és a tsz-paraszt,
aki a közvélemény-kutató kérdőívre azt válaszolja: „Igen, én vagyok a kispolgár!”

Mint a másik három „i” esetében, a tömegkommunikáció közreműködése itt
is reménytelen, ha elemzéseiben, érték-kultivációjában, modellteremtésében nem
a mindennapok érdekviszonyaiból indul ki, s nem ennek valóságos gubancjai között
segíti az állampolgárt társadalmi azonosságának megtalálásában. Nem véletlen, hogy
a körinterjúban megszólaló újságírók vissza-visszakanyarodnak az érdekek, az érdek-
ütközések tükröztetésének gondjához és felelősségéhez. Hiszen nem mást kérnek
számon saját munkájukon, a szakmán, a tömegtájékoztatás rendszerén, mint —
lenini kifejezéssel — „a társadalmi látásviszonyok” javítását.

SZECSKÓ TAMÁS

Tájékoztatók a tájékoztatásról

A párt XII. kongresszusán is elhangzott az a jogos kritikai észrevétel, hogy bár a bonyolultabbá váló külpolitikai helyzet és a belső, gazdasági nehézségek következtében mind a tájékoztatókban, mind pedig a közvéleményben megnöttek az igények a gyors, pontos, objektív információk iránt, a tömeg-tájékoztatás rendszere nem tud minden területen és valamennyi fórumon eleget tenni ennek a felfokozott várakozásnak. Nem annyira az információ mennyiségi, mint inkább minőségi váltására, a demokratikus tájékoztatás tartalmi elemeinek bővítésére-szélesítésére lenne szükség. Ehhez a társadalmi feltételeket és a tájékoztatási kereteket a párt politikája megteremti. A gyakorlati munka során mégis időről időre „görcsök” tapasztalhatók a tájékoztatás mechanizmusában, az információk áramoltatásában, a sajtó, rádió, tévé „visszajelző” funkciójában. Milyen külső és belső okok játszanak közre a tömegkommunikációs rendszer átmeneti zavaraiiban? Miként lehet ezeket elkerülni, compítani? Milyen szerepet töltenek be a rétegfórumok a közvélemény formálásában? Milyen a munkamegosztás a szakírók és a profi újságírók között? Hogyan szélesíthető a tájékoztatás demokratizmusa, azaz a demokratikus tájékoztatás? Ezekről a kérdésekről fejtik ki véleményüket az alábbiakban központi napilapok, a rádió, a televízió vezető munkatársai.



AVAR JÁNOS,
a Magyar Nemzet főmunkatársa

A gyorsaság a mai hírözönben a hitelesség formája

Napi tapasztalatom, hogy a tájékoztatóknak — s ezért a mondandójukat közvetítő újságíróknak is — felfogása a tájékoztatásról más, mint amit a közvélemény igényelne. Elég sok előadást tartok, s ennek kapcsán rengeteg meglepően tájékozott emberrel kerülök kapcsolatba. Gyakori, hogy a részletek felől közelítenek az átfogóbb kérdések felé, s érzékelhető, hogy azért kérdeznek így, mert nem kapják meg a választ a magyar tömegkommunikációs eszközöktől. Félreértés ne essék: ezekből a tapogatózó kérdésekből nem az — illetve nem csak az! — derül ki, hogy idegen rádióadókat is hallgatnak. (Bár hozzá kell tennem, hogy a mai technikai feltételek mellett, s az ország politikai-gazdasági nyitottsága következtében ezeket a hírforrásokat is a tájékoztatási rendszer spe-

ciális „részének” kell tekintenünk.) Inkább arra utálnak ezek a kérdések, hogy az emberek nem szeretik, ha sajátos szempontok szerint „kiporciózzák” nekik az információt. Nem lehet demokratikus az a tájékoztatási rendszer, amely mondjuk külpolitikában „sokat” enged meg magának, belpolitikában, kulturális vagy sportpolitikában pedig kevesebbet. Az emberek tudatában ezek egyébként is összekapcsolódó, egymást erősítő, kiváltó tényezők.

Azáltal, hogy félig mondunk el dolgokat, vagy nem mondunk végig bizonyos ok-okozati összefüggéseket — például egy baráti ország nehézségeiről —, azt a tévhitet erősítjük a közvéleményben, hogy más jellegű információink is ilyen részlegesek. Előadásaimban én többnyire arra törekszem, hogy egy-egy témakört teljesen körbejárva világítsak meg, nem hallgatva el a vitatható részleteket sem, természetesen mindig tényekkel alátámasztva. És mi a visszhangja az ilyen kollektív töprengéseknek? Többnyire megkérdezik tőlem, hogy miért nem lehet ezekkel a kérdésekkel a lapokban is találkozni? Ilyenkor bizony skizofrén helyzetbe kerülhet az újságíró . . .

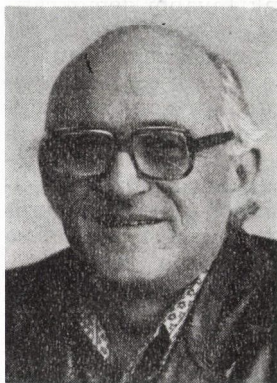
Tájékoztatási alapelvünk: a hitelesség, a pontosság és a gyorsaság. Ám ez a hármas — elvi — egység a gyakorlatban, éppen a gyorsaság hiánya miatt, nem valósul meg minden esetben. Márpedig a gyorsaság különösen a mai hírózomben a hitelesség egyik megnyilvánulási formája. Nem véletlenül népszerű annyira a televízió Fórum műsora, pedig — műfajánál fogva — felületes. Mégis: óriási a hitele, a meggyőző ereje, s érdekes módon a társadalom legkülönfélébb érdeklődésű, kulturális színvonalú és tájékozottságú rétegeit egyaránt vonzza. Az ok itt részint az, hogy szakértők szólnak olyan szakkérdésekről, amelyek közérdeklődésre tartanak számot, másrészt viszont van a kérdéseknek és a válaszoknak egy improvizatív, s így személyes játéktere. A szubjektív hang, rögtönzöttnek tűnő válasz, a feltételes módban fogalmazott fontos kül- vagy belpolitikai vélemény — különösen, ha a közvélemény elé álló politikust jó szaktanácsadók veszik körül, és szánnak elég időt a felkészülésre — meggyőzőbb, hatásosabb, mint a bármennyire is igaz, de (ki)oktatói stílusban előadott szöveg . . .

A tájékoztatásban időnként előálló görcsök okát alapvetően abban látom, hogy a hivatalos tájékoztatók elsősorban azt nézik: egy-egy kérdés nyilvánosságra hozatalában meddig kell elmenni — szemben a közvéleményt képviselő újságíróval, aki viszont mindig azt mérlegeli, hogy meddig lehet elmenni.

Az ütközések többnyire az időtényezőnél erősödnek fel. Előfordul, hogy — saját szakterületemnél maradva — egy-egy külpolitikai hírt azért teszünk késve közzé, mert a tájékoztató egyszerűen nem tudja elképzelni, hogyan lehetne jól megoldani a feladatot, s így egyszerűbbnek véli, ha hallgat róla. Megint személyes példával hozakodnék elő. Washingtoni tudósító koromban előfordult: úgy kellett hírt adnom egy-egy eseményről és értékelnem is, hogy nem ismerhettem az itthoni álláspontot. Lehet olyan arnyaltan fogalmazni, érzékeltetni, de mégsem kimondani a véleményünket, hogy attól a hír információértéke, frissesége ne csorbuljon. S nem kell félni a személyes hangtól! Belátom, hogy ez némi kockázatot is jelent. Ám ha a tájékoztatás rendszere nem is, de maga a politikát formáló és befogadó közeg már van annyira nyitott és demokratikus, hogy nem téveszti össze a személyes véleményt a „nagypolitikával”. És itt kell azt is rögzíteni: a külpolitikai újságírótól elvárható, megkövetelhető az irányadó elvekkkel való azonosulás (s így a képviselet is), de ez nem vonatkozik minden részletkérdésre. Ha elfogadjuk, elismerjük, hogy társadalmunk strukturált, hogy az osztályszociális érdekezésségen belül eltérő réteg- és csoportérdekek léteznek és ütköznek, akkor ugyanennek a tájékoztatásban is van helye, tükröződnie kellene.

Éppen ezért rendkívül fontosnak tartanám tájékoztatási rendszerünk demokratizálódása, s a tájékoztatás demokratizmusa érdekében, ha a jövőben növelni lehetne a szerkesztőségek önállóságát, ami egy jó értelemben vett szélesebb mun-

kamegosztáshoz is vezetne a napilapok, folyóiratok, a rádió és a televízió között. Ideje lenne például elgondolkozni azon, hogy nem kellene-e a Tévé-híradó második kiadását némiképpen intellektuálisabb szintű, kommentálóbb stílusú politikai hírosszefoglalóvá nemesíteni. Számos tömegkommunikációs vizsgálat bizonyítja, hogy ebben az időpontban már inkább az a nézőréteg kíváncsi a külpolitikai hírekre, amely általában is érdeklődik a külpolitikai viták iránt, s amely nagyjából a Magyarország című hetilap olvasótáborával azonosítható. Lényeges lenne az is, ha — megint csak a külpolitikai információknál maradván — mérsékelni lehetne a tiszteletköroket, a protokolláris formásokat. Egy félhivatalos kormánylap átvehetné a többi laptól ezeknek a kötelességeknek a nagy részét. (Az, hogy a jelenlegi formában ez a szerkesztőinek nem tetszik — nem lehet szempont.) A tömegkommunikációs vizsgálatok bizonyítják, hogy a Magyar Nemzet külpolitikai rovata elsősorban azért népszerű, mert nem darabra méri a híreket, hanem megkísérel — a lehetőségek határán belül — egy-egy témát átfogni, s annál többet, „mindent” adni, kommentálni is. S van még egy eszköze a meggyőzésnek, amivel vajmi kevésbé élünk: a vita. Az eltérő vélemények megjelenítése, ütköztetése nemcsak érdekessé teszi az újságot, de a sajtó nálunk mindeddig eléggé elhanyagolt visszajelző funkcióját is pótolhatja. Különösen a mai nehéz, ellentmondásos viszonyok között kellene erősödnie a kritikai hangnak, teret adni az érveknek és ellenérveknek. A propaganda és a társadalmi nyilvánosság hatásmechanismusait ismerők jól tudják: fogékonyabb a tények félreértelmezésére, az ok és okozati láncszemek felcserélésére az a társadalom, amelynek közvéleménye kritikátlanúságra nevelődött, „sterilen” tartott, tehát nem immunis. Meg kell tanulnunk vitatkozni — még hozzá nyilvánosan. Ez feltétlen fokmérője a tájékoztatás és a tájékozódás demokráciájának. Mert nálunk addig mindenki feltétlen híve a kritikának, míg az másokról szól, vagy amíg az elmarasztalás nem személyre szóló. Márpedig ahogy a hírek is csak akkor van információértéke, ha pontos, konkrét, és behelyettesíthető, a kritikai, polemizáló sajtó is akkor éri el célját, ha azt, akit célba vesz, azt el is találja ...



BERNÁTH LÁSZLÓ,
az Esti Hírlap rovatvezetője

Az egysíkúság nem tájékoztatáspolitikai követelmény

Társadalmi elveink, céljaink alkalmasak a hosszú távú érdekezésség megteremtésére a főbb kérdésekben, de ez a részkérdésekben nem zárja ki a különböző csoportok, rétegek eltérő érdekelttségét, sőt esetenként érdekütközését sem. A tájékoztatás visszajelző funkciójában mindez görcsként jelentkezik, mivel a centralizált szervezetek, a központosított irányítás követelményében a legkülönbözőbb fórumok — hiába képviselik deklaráltan ezt vagy azt a réteget, korcsoportot, foglalkozási ágat stb. — uniformizálódnak. Az újságíró — és tegyük

hozzá: az újságolvasó — számára az okozza a legnagyobb feszültséget, hogy ebből a szisztémából következően minden vélemény „hivatalos” véleménnyé válik, nincs mód a különböző események, folyamatok sokoldalú bemutatására, a különböző társadalmi csoportok részérdekeinek tükröztetésére, ütköztetésére, vitáira. Kivész a személyes hang, az informáló egyénisége a lapokból, ezáltal csökken a híradás — az ezt feltételező gyorsaság, frissesség — szerepe, s előtérbe kerül az okító stílus.

Mindezt nem oknak, hanem következménynek tartom. Meggyőződésem, hogy tájékoztatási szemléletünknek ez az egysíkúsága ma már nem találkozik a tájékoztatáspolitikai elvi irányítóinak törekvéseivel, mint ahogyan nem fedi a demokratizált, sokoldalúan képzett közvélemény elvárásait sem. Mindez a központosított, tervutasításos rendszer egyik sajátos maradványa, ami elsősorban azért élhet meg a mai körülmények között is, mert az irányítás mechanizmusának korszerűsítését nem követte a szervezeti struktúra modernizálása. Ez persze formális, és nem tartalmi következmény, mégis beszűkíti a tájékoztatás fokozódó demokratizmusának lehetőségét, elsősorban azért, hogy a befogadóknak is téves reflexeket vált ki. Például azt, hogy minden megállapítás — felülről sugalmazott. Jellemző volt, hogy a Magyar Nemzetben megjelent Illyés-cikk és az azt követő viták olvasói eleve feltételezték az írás tendenciózus, „földről” megfogalmazott-elvart jellegét.

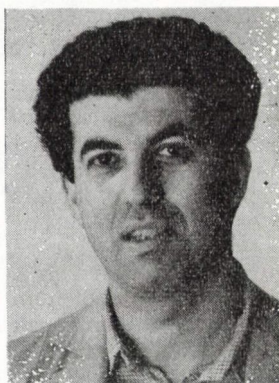
Ezek a téves beidegződések már visszajára fordítják a demokratizálódó tájékoztatást, s a befogadás mechanizmusában alakítanak ki görcsöket. Ugyanakkor világos, hogy a „nyitást” csak felülről lehet elkezdni, méghozzá egyidőben, s az élet valamennyi szféráját átfogva. Nem képzelhető el olyan demokratizálódási folyamat, amely, mondjuk, külpolitikai kérdésekben „messzebbre megy”, de nem világít rá mindennek a belpolitikai összefüggéseire. Mint ahogyan a kulturális kérdések is szorosan összefüggnek az ideológiai, tudati nyitottsággal, a szellemi frissességgel, a vitára való készséggel. Az alkotó vitára, párbeszédre vágyó újságírókat és a nagyfokú társadalmi érettségről tanúbizonyságot tevő közvéleményt egyaránt megnyugtatja, hogy a párt XII. kongresszusán a nyitás irányában döntöttek. Ez a kulcsa tájékoztatási rendszerünk további demokratiizálódásának.

Engem azonban vitára ingerel, amikor a tájékoztatás mechanizmusában réteg-, illetve csoportkülönbségeket teszünk. Amikor azt mondják, hogy bizonyos kérdéseket meg lehet írni az „ÉS”-ben, de nem lehet megírni a nagy példányszámú Népszabadságban; amikor egy problémakör reális bemutatására mód van a rádióban, de ugyanerről nem olvashatunk a sajtóban — ez ellentmond a tájékoztatás demokratizmusának. Azonkívül logikailag is, hatásmechanizmusát illetően is téves képzetek kialakulására ad módot. A különféle tömegkommunikációs vizsgálatok tapasztalatai bizonyítják, hogy a hírterjedés mechanizmusa ellentmond ennek a gyakorlatnak. Magyarán: amiről egy szűkebb csoport tud, azt — ha az kérdés az egész társadalmat izgatja — egyhamar megismerik széles körben is; nem véletlenül nő meg egy-egy Élet és Irodalom vagy Valóság-beli vitacikk megjelenése után a lap típus olvasottsága, keletkezik információs hiány.

Ilyen értelemben ellene vagyok az úgynevezett rétegtájékoztatásnak! Ami persze nem jelenti azt, hogy nem tartanám nagyon fontosnak a különböző érdeklődésű, képzettségű, foglalkozású társadalmi csoportok számára a híryananyagok, információk eltérő „tálalását”, mind stílusban, mind formában. Az Esti Hírlap tulajdonképpen ezt a stílusbeli frisséget, információs gyorsaságot kívánja érvényesíteni, oly módon, hogy tudatosan nem egy-egy társadalmi rétegnek célzottan fogalmazunk, hanem inkább a lakókörzetnek — lásd Budapest és az agglomeráció —, illetve figyelembe vesszük azt a tényt, hogy olvasóink zöme

közlekedés közben „fogyasztja” a lapot. Ez terjedelmi szempontból rövid, tömör, nyelviileg változatos, könnyedebb fogalmazási módot követel meg. Ebből a struktúrából némileg talán „kilóg” a kulturális rovat, mivel a mi írásaink zöme találó, kommentáló, értékelő, reflexív. Sokféle recenziót közlünk, köztük kritikát adunk a rádió, a tévé, a filmszínházak bemutatóiról. S még egy adottság, amit tovább akarunk erősíteni: szinte egyedül mi közlünk egy-egy színházi bemutató után azonnal kritikát a darabról...

A mai kor információéhségének, a tájékozódás és tájékoztatás fokozódó demokratizmusának ellentmond a szakértő újságíró és a profi szembeállítása! Nyilvánvaló, hogy partnerként, bizonyos szakismeret birtokában lehet csak jól információt szerezni, továbbítani. De ugyanakkor figyelembe kell venni azt is, hogy a közvélemény nem szakértő, s mi az ő nevében kérdezzük, s úgy formáljuk meg a válaszokat, hogy megértse, be tudja fogadni. Ami mindenképpen a szakértő újságírás és a hagyományos zsurnalizmus — a híradás — közelítését, helyes arányát követeli meg a különféle orgánumoktól.



DOMÁNY ANDRÁS,
a Magyar Rádió munkatársa

Az újságíró legyen egyenes és felkészült

Kezdjük a tájékoztató felelősségével, hitelével: a hallgató, néző, olvasó iránti felelősségével, egyszersmind leendő informátora, riportalánya és önmaga iránti felelősséggel.

Sajnálatosnak tartom, hogy néha — okkal — úgy fogadják az embert (bármelyikünket): nem örülök önnek, mert a múltkor valamelyik kollégája... „tájékozatlanul jött”, „fogalma se volt a profilunkról”, „utólag átvágta a filmet, a hangfelvételt”, „a stúdióból, a műsorban kioktatott bennünket...”. Vagyis: az újságíró legyen korrekt és szakember. De legalábbis készüljön fel valahogy: archivumból, vagy akár egykori egyetemi kollégáit felkeresve — ennek ezeregy módja van. És így, felkészülten már — nem hályogkovácsként — kérdezni is mer. Ezt azért hangsúlyozom, mert jó néhányunkban már a kérdés megfogalmazásakor villog a stoplámpa: „á, erről úgyse lehet beszélni”. Hazai szakemberekkel való beszélgetéseim alapján meggyőződésem, hogy többször lehet, mint tán sokan gondolják.

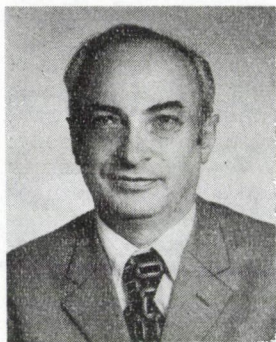
A szakemberek sűrűn hivatkoznak népgazdasági, külkereskedelmi és egyéb érdekekre. Régi vita, hogy mi rontja a magyar áru külföldi pozícióját — a rossz termék, vagy az, hogy megírjuk valamiről, hogy rossz. Szerintem az előbbi. Ugyanakkor viszont a tájékoztatás hitelét sem erősíti, ha hallgat a levegőben levő, olykor már köztudomású, szájról szájra járó nehézségekről, hibákról. A közértes elmondhatja a vevőknek, hogy sok lesz valamiből az exportból visszamaradt áru, de a gazdaságpolitikai műsor nem? Pedig egy ilyenfajta hír köz-

lése nem szenzációhajhászás, hanem a megalapozott információigény kielégítése lenne. Előfordul aztán az is, hogy nem az utólagos magyarázatot, értékelést — hanem már az előre látható, magunknak használó érdekek érvényesülését akadályozzák érthetetlen titkolódzások. Addig például a népszámlálásról szóló tájékoztatás nem jelent meg, nem hangzott el, amíg a hivatalos sajtóértekezet — egyébként megkésve! — le nem zajlott. Ugyanakkor például elmondhatom, hogy a külkereskedelem területén — és ezt jól ismerem, mert ez a szűkebb munkaterületem — örömeinkre javult például a szóbeli tájékoztatás, sűrűek a miniszteri háttérbeszélgetések.

Igaz: még mindig vannak olyan események, amelyek háttéréről csak nagyon szűkösek vagy általánosak (érdektelenek) az információk, de erre csak azt tudom mondani: értük kell menni. Kollégáimhoz, hozzám is fordultak már azzal: „milyen érdekes (újszerű, merész, stb.) dolgokat mondatok egy látszatra unalmas témáról, mint...”, pedig csak az illetékes pártorgánium vezércikkéből, az első titkár nagygyűlési beszédéből idéztünk — a leginkább mértékadó, de *eredeti* forrásból.

Itthoni rendkívüli eseményeknél sajnos nehezen találni mérték (nyilatkozat) adó illetékest. Ez annál érthetlenebb, mert a párt agitációs és propaganda bizottságának érvényes határozata van a rendkívüli eseményekre. Be kell számolni a tényről, majd — amint lehet —, pontosabban ismertetni: mi is történt, és nyilvánosságra kell hoznunk a vizsgálat eredményét, — vagyis indokolatlan a kapkodás, bizonytalanság: ha tűz van, tudjuk (tudhatnánk) a teendőket. A jelenlegi helyzetre még illik Földi Iván kollégám aforizmája: „A tájékoztatással minden rendben van, amíg minden rendben van.” De ahogy például elterjedt a hír a hamis ötszázasokról, ezrek telefonáltak hozzánk. Hiába, a nyomozás még folyt... Pedig ilyenkor fel *kellene* oldani a hitelesség és gyorsaság látszatellentmondását.

Olykor úgy tűnik, mintha közvéleményünk (a befogadó) is türelmetlen volna. Állítom, hogy mi tettük azzá. Ha biztosak lehetnének abban, hogy amiről nem beszélünk, az nincs — nyugodtabbak lennének. Ma ugyan már az emberek jelentős része erősebben hiva a szocializmusnak, mint a nyugati hírforrásoknak, tehát nem hisz nekik feltétlenül, s inkább hozzánk fordul — de ha tőlünk semmit sem hall, elbizonytalanodik: a pletyka lehet hamis és lehet igaz. És a mi kötelességünk az igazat, a valódit mondani.



KARCAGI SÁNDOR,

a Magyar Rádió főszerkesztő-helyettese

A hallgatók gondolatokat és a gondolkodtatást várják szakmánktól

A jelenben élünk, de egyúttal a holnapban is. A társadalom stratégiája kidolgozott — ezt a rádió és természetesen mi is, politikai adásainkban a magunk eszközeivel képviseljük. A Tömegkommunikációs Kutatóközpont a hazai társadalom mozgásirányát saját és több társintézet tanulmányára, tudományos éle-

tünk jeles személyiségeinek szakértői véleményére, valamint a nemzetközi rádiózás értékeire építve feldolgozta és a rádió vezetése kialakította a saját elképzeléseit. Ezzel készült arra, hogy a nyolcvanas években is megkeresse a hallgatót, felismerje és befolyásolja annak ízlését, érdeklődését. Megfelelően a rádiózással szembeni újabb kívánásoknak, megtalálja helyét a többi tájékoztató között. A holnap rádiózására készülés szerkesztőseinkben aligha újdonság. Így csináltuk a hatvanas, a hetvenes években, s ha a nyolcvanas esztendőkre készített prognosztikai tanulmányban — a nemzetközi és belső helyzetünk változása miatt — több bizonytalan tényező is van, a tervezet mégis jó eszköz kezünkben, hatással van ránk.

„Gyakorta hallani — a szakmában és a szakmán kívül is —, hogy tengersok a forrás, kevés az információ.” Sok és kevés is. Az a véleményem, hogy több szektorban, ágazatban lassan időszerű az információ elleni környezetvédelem. Időnként úgy érzem, hogy hírértékben jelentéktelen vagy haszontalan közlés, ingyen reklám nem segít, hanem bénítja, félrevezeti vagy tömegével agyonnyomja az újságírókat. Az információáramoltatás minőségi ügy.

Nem arra gondolok, hogy megszűrt híreket adjunk. Am abban az értelemben feltétlenül válogassunk, hogy melyek fontosak a közönségnek. Ezeket alakítsuk befogadhatóvá, ez szakmai ügy, és a társadalmi munkamegosztásban a mi gondunk.

Az állampolgár helyes döntése a jólinformáltságtól függ. Tárcák, ágazatok, intézmények felelős embereinek információadása tehát nem atyáskodó kegy, hanem kötelesség! Ezt jobb helyen már régen felismerték. Csakhogy — mint tudjuk — a közös érdekekben sok az elkülönülés. Összehasonlításképpen megemlítem, nálunk a hamis hírt adó vagy továbbító újságíró a törvény előtt felelőseleményéért. Azokkal korántsem vagyunk ilyen szigorúak — nincs is törvényünk erre — akik a köz számára fontos információkat visszatartanak indokolatlanul. Úgy gondolják, az magántulajdon, nem a társadalomé. Mások, kényelmesek, vagy tudják, hogy nem nyilatkozni kevesebb felelősséggel jár. Hány üzemi-, hivatali vezetőt sejtünk, aki manipulációs okból fenntartja magának az informáló jogot, a társadalmilag korszerűbben gondolkodó embereket pedig szankciókkal kizárja a tájékoztatás áramköréből. Tudom, rendeletekkel, adminisztratív intézkedéssel csak keveset változtathatunk. Okos érdekrendszer hiányzik, amelyben az egyik kéz jobban segíti a másikat. Aztán nem elég hangosan haragudnunk és vádolnunk a másikat felet. Biztos, hogy az utóbbi esztendőben, bel-, külgazdasági gondjaink növekedésével mindkét oldalon erősödött a nagyothallás. Nekünk, a szerkesztőségben dolgozóknak például a gazdasági, az állami ügyekben nem ártana hozzáértőbbnek, jobb partnerek lennünk.

Hogy nálunk, a politikai főszerkesztőségen miképpen képzik (képződnek) a „partiképes” rádiós újságírókat? Azt hiszem a válaszom kevésbé érdekes a kérdésnél. Nem lehet más kötelességünk, mint fejleszteni a rádiózást. Nem előregyártott, kész rendszerben élünk, a hallgatók gondolatokat és a gondolkodtatást várják szakmánktól. Mi a munkatársainktól, egymástól a felkészültséget kívánjuk. A fiatalokat arra ösztönözzük, hogy senki ne higgye azt, hogy a tegnapi sikerrel ma is beérkezett. A korosztályukból még több legyen a kiemelkedő rádiós egyéniség. Ahányan vannak, annyi ízlést, hangvételt képviseljenek. Senki se hasonlítson a másikkra. Szeretnénk, ha még kevesebben próbálnák tartalmas konfliktusok nélküli diétás szöveggel elütni az időt. Minden műsorpercben érezzék maguk és munkájuk fontosságát. A műsoraikról szóló TK közvéleménykutató vizsgálatok hallgatottsági indexeit, elemzéseit szorgalmasan forgatjuk.

Mindenki látja hozzávetőlegesen a saját és mások produktumainak helyzeti értékeit. Természetesen a vizsgálati anyag nem abszolút mérce, sok mindennel kiegészítjük, de segítségével a belső értékítéleteinkből jobban kiszűrhetjük az elfogultságot és így nemcsak a szűk szakmai, ismerettségi körének ízlése, véleménye ítéli meg a szerzőt, a szerkesztőt. Valamennyien készülünk a nyolcvanas évek rádiózására. Kutatjuk a hazai feltételeket, a külföldi rádiózás figyelmet keltő törekvéseit.

Látjuk, hogy a világgazdasági zavar az egész világon lelassította a rádiózás technikai fejlődését. Gazdasági erőnk véges, műszaki fejlesztésünk nagy ütemre bizonyosan nem számíthatunk, bár néhány éve voltak ilyen illúzióink. Nem számíthatunk és ez némiképpen fékezi a kísérletezésre, az igazi műfajbővítésre, újdonság kitalálására fordítható fantáziát. Reálisan álmodunk, dolgozunk. Például tarka, terjedelmes a szolgáltató műsorrendünk, mégis bővítjük majd a témákat. A jövőben új érdeklődőket, speciális, kisebb rétegeket is elérünk. Gyorsabbak lehetünk a lapoknál és a tv-nél, okosabban élünk e kiváltsággal. Tudjuk, az éterben már régen felgyorsult a verseny, egyre inkább nem vagyunk egyedül. A versenytársak kínálata bennünket is maximális teljesítményre sarkall.

Tovább növeljük az élő műsorok arányát, a hallgató személyes, — vagy telefonon való — jelenlétében vezetett vitákat, amelyekben a kérdező a maga látószögéből kiindulva vitázik az állami szakvezető, szakértő, szintetizáló, érvelő álláspontjával. E műsorokban a laikus sejteti, hogy nem kellemetlenkedni akar, hanem a társadalom egyik-másik csoportjának feltételezett érdekeit képviseli.

Élő mivolta hitelt ad a műsornak. Az eltérő, élesen szembenálló véleményeket ne csak egyeztessük, hanem ott, ahol lehet ütköztessük. Jó lenne alkalmat adnunk a közélet vezetőinek, hogy közügyben jól kifejezhessék önmagukat, a vitában indokolják, elfogadtassák lépéseiket. Közben ismereteket terjeszthessenek.

Ha már a hitelt érintettem, hadd mondjam, szükségtelen minden vitát lezárunk, mégpedig úgy, hogy a műsor vezetőjének csaknem mindig igaza van. Ne győzzön a műsor gazdája valamennyi disputában. Nem igaz, hogy a rádióriporter vagy szerkesztő véleménye — bármennyire felkészült és lelkiismeretes —, megingathatatlan. Legyen több példa a becsületes, kendőzetlen visszavonulásra, a másik elfogadhatóbb érveinek nyílt tiszteletére. A meggyőzőbb erő előtti főhajásra. Mindez növelné a tájékoztató hitelét.



MATUZ JÓZSEFNÉ,
a Tv-Híradó főszerkesztője

Tőlünk tudják meg az emberek a híreket!

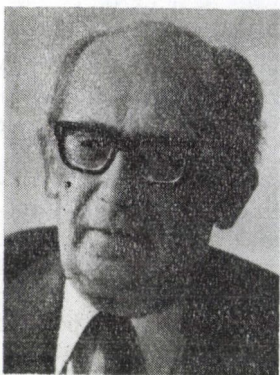
A Tv-Híradó ma már életformánk része, gyakran alakítója. Erre az információforrásra több mint ötmillióan figyelnek. Óriási felelősség ez: tudjuk, hogy mindenféle korú és színvonalú ember néz minket. Érdeklődésüket kielégíteni,

sőt fenntartani — ez a mi tájékoztatáspolitikai koncepciónk. Szelektálunk a hírek között: a leglényegesebbekkel, a legnagyobb érdeklődésre számot tartókkal igyekszünk a mammutközönség várakozásainak megfelelni. Tesszük ezt (talán) lehetőségeinket is meghaladva, minél tévésebb módon (nem ritkán különleges helyszíneken) és — amennyire lehetséges — frissen. Nálunk tulajdonképpen nincs slussz; lapzártá van az adás végéig.

Allandó harcban vagyunk azokkal, akik minket tájékoztatnak, annak érdekében, hogy segítsenek: ne máshonnan tudják meg az emberek a híreket, hanem tőlünk. Szerintem nagyon kevés olyan információ van (talán a honvédelmi jellegűek), amit nem mondhatnánk és kommentálhatnánk először mi. Az utóbbi időben valamivel könnyebb a helyzet — ha időben észrevesszük, hogy a hír valahol elakadt, kérünk és gyakran kapunk is segítséget. Az elakadási pontok változatosak. Előfordul, hogy az MTI sem kapja meg időben, hiteles forrásból az információt. Bár nagy harcot vívunk a gyorsaságért, van egy pont, amelyen túl nem beszélhetünk, kósza hírek alapján nem közölhetünk semmit. Az itthoni akadályokat az ágazati, területi, vagy csoportterdek jelentik — ha pedig valami rendkívüli esemény történik, örülünk, ha a tényeket megkapjuk; a fejleményekről szóló tájékoztatás már jóval nehezkesebb. Ilyenkor úgynevezett kényes kérdésekről van szó. Azonban 23 éves főszerkesztői tapasztalataim szerint sokkal több esetet sorolnak a kényes kérdések kategóriájába, mint ami valóban ide tartozik. Különböznék is meggyőződésem, hogy az a kényes kérdés, amiről nem beszélünk. A tájékoztatásba a bajokról, gondokról, nehézségekről szóló információ is beletartozik.

„Minden szép, minden jó”-híradót könnyű lenne csinálni — megnyitásról, átadásról, büszkélkedni valóról jön a meghívó, de olyat még egyet se kaptunk (hivatalosan): „ilyen vacak helyet még nem láttak, jöjjenek el megnézni”. Csak a szépre emlékezni lehet, de valóságként eladni — önmagunk hiteltelenítése is. Ugyanakkor viszont kritizálni, a valóságot valósan, sokrétűen tükrözni, még hozzá legfeljebb két percben — enyhén szólva nehéz. Nem utolsósorban azért, mert olyan óriási a közönség. Legyen szó a legapróbb dologról bár — attól, hogy „mindenki látja”, rettenetesen felnagyul. Másrészt nálunk szokatlan a nyilvánosság — annak okait itt most hadd ne elemezzem. Így aztán hiába nyilvánvaló, hogy egy gyárban egyvalaki felelős valamiért (nem bűnös, csak — mondjuk — figyelmetlen) — mégis az egész tárca ideges.

Minden kritikai anyagunknak van valamilyen utóélete (levél, telefon stb.). Hozzáteszem, előélete is: gyakorlattá vált, hogy az érdekelteket nem vacsora közben lepjük meg bírálatunkkal, hanem adás előtt is megmutatjuk nekik az elkészült anyagot, és vitatkozunk velük, többek között arról: kinek jó ez? Mert a híradónak kétségtelenül jó, mivel meggyőzően bizonyítja, hogy nem lakkozta a valóságot. De a szerencsétlen embernek, gyárnak, vállalatnak, boltnak, aki vagy amely hibájával ugyan csak egy a sok közül, de pechére mégis ő kerül az ötmillió néző elé... Kinek használ ez? A válasz erre egy. Szemben a tőkés világ tévéivel, amelyek műsorában nincs üzemi riportázs, nekünk be kell mennünk a munkahelyekre, mert az, amivel ott sáfárkodnak, a *miénk* is. Annak, aki tájékoztat, joga mellett kötelessége, hogy erről a jól-rosszul végzett tevékenységről is tájékoztassa a nagyobb közösséget — nem fejeket követelve vagy szobrokat fényesítve, hanem reálsan. Hozzá kellene már szoknunk, hogy a nyilvánosság nem öl, hanem segít(het) és — meggyőződésünk szerint — ösztönöz.



RÉNYI PÉTER,

a Népszabadság főszerkesztő-helyettese

Érdekütközések során megtalálni a konszenzust

Ha hosszabb távot tekintünk át, bátran mondhatjuk, hogy nálunk az információ szélesedik, gazdagodik, nyíltabbá válik; a tájékoztatás felgyorsulásának is tanúi vagyunk. Ennek nem mond ellent, hogy olykor átmenetileg „görcsök” is keletkeznek, a fejlődés nem egyenletes. Kérdés, hogy miből erednek ezek a görcsök? Abból-e, hogy a sajtó irányítói a tájékoztatás különböző szféráiban szándékosan ellenállnak ennek a gazdagodási folyamatnak, vagy a külső okok a meghatározóak. Persze, hogy előfordulnak hibás intézkedések is, amelyek egyes személyek tévedésére vagy szemléletére vezethetők vissza. Mégis úgy vélem, hogy a tájékoztatásra visszafogóan ható tényezők a külső és belső helyzetében végbemenő folyamatokban keresendők, csak melléktermékeiként jelentkeznek. Ezeket parancsszóval kiküszöbölni nem lehet, racionális és érthető okaik vannak, bár sietek hozzátenni: újságíró, újságszerkesztő csak akkor lehet békében a lelkiismeretével, ha mindent megtesz, ami tőle telik, annak érdekében, hogy a minimálisra leszorítsa ezeket a hatásokat. Példát mondok: ha élesebbé válik a verseny a világpiacon, nő a magyar áruk exportjával konkurenciában álló cégek érzékenysége, akkor ez óhatatlanul kihat a mi külkereskedelmi szerveinkre, illetve a külkereskedelmi témakörű tájékoztatásra. A felelősök jobban tartanak majd attól, hogy a sajtóban megjelenő kritikai írások hátrányosan befolyásolják piaci esélyeinket. Hajlamosak lesznek az információt szűkíteni. Meggyőződésem, hogy bizonyos kérdésekben valóban mérlegelni kell: mi használ többet az országnak: ha ország-világ előtt szellőztetjük mondjuk egy gyártmány termelésének hibáit, szorgalmazván azok kijavítását, egyben érveket adván a konkurenciának, amely nem ilyen őszinte, vagy megfigyeléseinket, kritikai megjegyzéseinket az illetékesekkel közöljük. Ez utóbbi természetesen nem ígér újságírói sikert, hírnevet, nem is mindig olyan hatékony, mint a nyílt bírálóat, de időről időre megfontolandó módszer lehet. Persze nem tartom célszerűnek, ha ezekben a kérdésekben kizárólag az érdekelt vállalat vagy hatóság dönt. Ez ugyanis megteremti a lehetőséget annak, hogy akkor is vétőlehetőségükkel éljenek, ha kizárólag arról van szó, hogy saját hibáikat, gyengeségeiket takargatják. Ilyen esetekben az a kívánatos, hogy a kormány, adott esetben a párt illetékes szervei az újság felelőseinek bevonásával döntsék el mindig az adott helyzet függvényében, hogy mi történjék. De általános tabuktól tartózkodni kell. Ami nem esik az államtitok körülhatárolt kategóriájába, azt mérlegelni kell.

Görcsök vannak persze a demokrácia értelmezésében is. Például az a tévhit, hogy a velünk versenyben álló nyugati világban nincsenek a sajtó számára tabuk, nincs sajtóirányítás. Ez nem felel meg a tényeknek, akkor sem, ha ezekben az országokban a rábeszélés rejtett módszereit használják, az irányítotttságot tagadják. A tájékoztatási politikára hatással vannak napjainkban az eny-

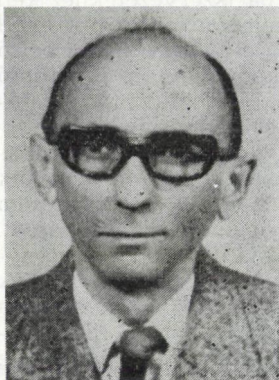
hülési folyamatban bekövetkezett zavarok is. Az ideológiai szembenállás éleződése hasonlóképpen „tabutermelő” folyamat. De itt sem szabad általános tabukat támasztani a tájékoztatással szemben, hanem napról napra vizsgálni kell a feltételeket. Az információs tevékenység törvénye, hogy az információ legyen maximális, addig a határig, amíg nem okoz zavart. Természetesen ezektől a nehézségektől élesen el kell választani azokat az eseteket, amikor az információ hiánya objektív okokra vezethető vissza. Előfordul — s ezt nem szégyen bevallani —, hogy a mai bonyolult nemzetközi helyzetben ideig-óráig nem jutunk elegendő információhoz, s így nem is tudjuk olvasóinkat megfelelően tájékoztatni. Példaként a barbarizmus felülkerekedését említeném Kambodzsában, amiről a világnak, így nekünk sem volt jó ideig tudomásunk.

Van még egy vetülete annak, hogy ma az emberek információs „görcsöket” észlelnek. Ez a közvélemény felfokozott politikai érdeklődéséből, a magasabb szintű tájékozódás-tájékoztatás igényéből adódik. Ez a magyarázata annak, hogy az információ volumenének és mélységének abszolút növekedése mellett az emberek mégis úgy érzik, hogy kevesebbet kapnak, mint azelőtt. Pedig többet kapnak, csupán elvárásaikhoz képest — tehát relatíve — kevesebbet. Ebben a fokozódó igényességben óriási tudatformáló lehetőségeket kell látni. Az információ, a tájékoztatás szükséges fejlesztése mellett ez az egyik legnyomósabb érv.

A Népszabadság megalakulásától kezdve használja mottóként: a párt lapja — a nép lapja, vagyis egyszerre a párt központi „hivatalos” orgánuma és a legszélesebb értelemben tömeglap. Tisztában voltunk már akkor is, hogy bár a párt politikájára össznépi érdekeket képvisel, a társadalom strukturált, „a” néphez csak a legáltalánosabb kérdésekben lehet szólni, hangot és teret kell, hogy kapjanak a különféle rétegek, csoportok is, oly módon, hogy különösen azokra az összefüggésekre figyelünk, amelyek útján elérhető az érdekek egyeztetése, az együttműködés fejlesztése, nem elkenve az érdekek és nézetek konfliktusait, de minden módon keresve azok feloldását. A Központi Bizottság lapjának feladata olyan tájékoztatási politikát kifejteni, amely a „közös nyelv” megtalálásához vezet, amely az érdekütközések során megtalálja a szükséges konszenzust. Voltak, akik viszolyogtak a pártlap—néplap-koncepciótól, akik szerint a párt központi lapjának az aktivistákhoz, a funkcionáriusokhoz, a pártszervezetekhez kell szólnia, minden egyéb másodrendű. A Központi Bizottság nem azonosult ezzel a nézettel, sőt, azt a követelményt állította a szerkesztőség elé, hogy a párt belső kérdéseiről is oly módon szóljon, hogy az a széles olvasótábor számára is érthető és érdeklődést kelthő legyen. Persze egy dolog a koncepció, és megint más a valóraváltás. Gyakori kritika a lappal szemben, hogy óvatosabb, mint ahogy egy-egy esemény gyors, érdekesítő tálalása a közvélemény szemszögéből kívánatos lenne. Ez a bíráló, mi tagadás, az esetek egy részében, jogos. De hadd mondjak el valamit a mentségünkre. Nyilvánvaló, hogy a Népszabadság újságírói sem csalahatatlanok — bár a téves vagy félreérthető közléseket alapos szaktudással, és sokoldalú tájékozódással le lehet szűkíteni — mégis a lap méretei, példányszáma, olvasottsága, a tömegtájékoztatásban betöltött szerepe miatt kötelesek vagyunk igen körültekintően eljárni. A lap megállapításait a közvélemény nem egy-egy újságíró véleményének tekinti, hanem némiképpen hivatalos álláspontnak, ítéletnek. Éppen ezért igen nagy a felelőssége minden egyes írásnak, de különösen a kritikai észrevételeknek. Sajnos, előfordult, hogy a jó szándék ellenére melléfogtunk, s csaknem jóvátehetetlen kárt okozott írásunk, hiába is akartuk — a téves információ felismerése után — korrigálni megállapításunkat. Ezek az esetek több tanulsággal szolgáltak számunkra, semmiképp sem vállalhatjuk a tévedhetetlenség nimbuszát, vagy inkább ódiúmat. Tudjuk, hogy a gondok, a téves döntések, a hibás végrehajtás bemutatásánál az igazság felderítéséhez vita kell, sok állításnál válaszra van szükség. Az utóbbi időben ezért

is igyekszünk polemizálóbba, a különféle nézeteket jobban tükröző írásokká fejleszteni kerekasztal-beszélgetéseinket, „rákérdezősebbé”, feszegetőbbé tenni interjúinkat és ezzel érvelőbbé, meggyőzőbbé a válaszokat. Szemben a réteglapokkal, amelyek szabadabban lehetnek elfogultak, nekünk jó arányt kell találnunk az összérdek, a párt politikájából eredő megbízatás és a valós folyamatok feltárásának, tükröztetésének feladata között. Ez a mi sajátos, nehéz, de szép feladatunk.

Kevés vagy sok a sajtóban a személyes hang? Profikra, avagy szakértő újságírókra van szükség? — régi vita. Tisztában vagyok azzal, hogy a sajtóban a szakírók térhódítása — törvényszerű. Csak van egy félelmem: hogy a szakértők által írt szakkikkek számának növekedésével fordított arányban áll majd az újságok olvasottsága! A napi sajtó elsősorban ismeretterjesztésre vállalkozhat szakkérdések esetében is. Ehhez pedig arra van szükség, hogy oly módon szóljon a szakkérdésekről is, hogy felkeltse az ahhoz a témához nem értő, kevésbé kompetens olvasók szűkebb-tágabb rétegének érdeklődését. Napjainkban a gazdasági folyamatok állnak az előtérben. Ennek felel meg a többi között a közgazdasági oldalunk, amely hetente egy alkalommal jelentkezik. De itt is van egy kis csalás! Az itt megjelenő szakszerű cikkek sem lehetnek azonosak, a „virtigli” szaksajtó írásaival. Azt szeretnénk, ha az ezeken a hasábocon megfogalmazott problémákat is minél többen elolvasnák; ezért az itt publikált cikkek nyelvezete populárisabb kell hogy legyen, példatára közérthetőbb, a mindennapi életből vett. Ami annyit is jelent, azt szeretnénk, hogy a szakértők szaktudásuk mellett újságírói erényeiket is csillogtatnák. Én egyébként úgy vélem, hogy a sajtót megette a fene, ha csak ezzel foglalkozik, akár a legpopulárisabb közgazdasági és egyéb szakmai ismeretterjesztéssel. A napilapokból nem hiányozhat a semmiféle szakma mércéjével nem mérhető publicisztika, amely legközelebb az irodalomhoz és a költészethez áll, nem hiányozhatnak az érzelmeket, indulatokat tükröző meditatív vagy önmagukkal is vitázó írásművek, amelyek az élet mindenféle jelenségeivel foglalkoznak. Ha úgy tetszik, ez is szakma, az emberi élet ismerete. Úgy is mondhatnám: a sajtóból nem veszhet ki a szakíró mellett az újságíró sem.



TÁBORI ANDRÁS,

a Magyar Hírlap főszerkesztő-helyettese

Nagyobb szerepet a döntések előkészítésében

A társadalmi nyilvánosság mai értelmezését jól fejezte ki a kongresszus előkészítése és a tanácskozási tartalma, stílusa is. Világossá vált, hogy a társadalmi nyilvánosság nem *egy* eleme a demokratizmusnak, hanem meghatározó eleme, ezért a társadalmi nyilvánosság szerepe a mai helyzetben nemcsak nő, de módosul is. Nem csupán arról van szó, hogy a párt őszintén beszél a gazdasági

helyzetről, hanem arról is, hogy számít a visszacsatolásra, a más véleményre és az alkotó vitára.

Az új gazdasági körülmények közepette az érdekviszonyok is más megvilágításba kerülnek. A kongresszus jelezte: a társadalom egyetért a párt politikájával, törekvéseivel — ám hiba lenne nem észrevenni, hogy egy-egy kérdésben — éppen a különböző társadalmi csoportok eltérő érdekeit tükrözve — még nincs konszenzus. Érzékelhető ez például az árpolitika vagy a személyi jövedelmek és a vállalatok teljesítménye közötti kapcsolat értelmezésében. A közvéleményben tapasztalható beidegződések ismét ráirányították a figyelmet arra az elemi, marxista igazságra, hogy a társadalmi nyilvánosság alapja — a személyes tapasztalat! A közvélemény-kutatás feltárta ugyanis, hogy a halmozódó információk ellenére a társadalom hosszú ideig a valóságnál kedvezőbbnek ítélte az ország helyzetét. Ez érthető is, hiszen a reálfolyamatokhoz képest a szabályozás fázis-késésben volt, a „nem fog begyűrűzni...” jelentéstartama olyan, szándékainkkal ellentétes, hamis védettségtudatot alakított ki a közvéleményben, amellyel szemben szükségszerűen csak késve hatott a gazdaságpolitikai agitáció. Nem szabad tehát csodálkozni azon, hogy az emberek jobban hittek munkahelyi tapasztalataiknak, mint a publicisztikának. Ez azt is bizonyítja, hogy a tájékoztatás átvállalhat ugyan funkciókat, de az alapvető érdekelismerés mégis kizárólag a reálfolyamatok nyomán alakulhat ki, és ez a hatékony tájékoztatás feltétele is.

A kongresszus nagy hangsúllyal utalt a szocialista áru- és pénzviszonyok fejlesztésének szükségességére. Mivel a hír geneziséét tekintve — az árutermelés szülötte, s ma is érdekstrukturáló hatású, a tájékoztatás demokratizmusának szélesítése érdekében szükség lenne arra, hogy felismerjük azokat a fontos összefüggéseket, amelyek a hír, az információ és az érdekek között most is fennállnak. A tájékoztatás demokratizmusának alapfeltételeit megteremtette a Politikai Bizottság ismert határozata, amely kimondja: a tájékoztatás — kötelesség! Mégsem tekinthetünk el azoktól a sajátos érdekviszony-tükröződésektől, amelyek hatása alatt egy-egy vezérigazgató, minisztériumi vezető saját területéről informál bennünket. Nyilvánvalóan nem az ördögtől való szándékok vezérlik őket, amikor úgy próbálják meg csoportosítani a tényeket, hogy azok csoport-, réteg- vagy személyes érdekeiket közvetítsék. Ezzel a tájékoztatás folyamatában reálisan számolni kell!

Mindez természetesen csak nyomatékosabbá teszi az újságíróknak azt a kötelezettségét, hogy az információkat megszűrje, egyeztesse, esetleg ütköztesse is, mégpedig a társadalmi érdek felderítése és érvényesítése érdekében. A napi munkában ez sok gondot okoz, hiszen tapasztalhatjuk, hogy csak a sajátos érdekek manifestálódása után nyilvánulnak meg a társadalmi érdekek. Hatékony módszernek tartom, ha a különböző sajtóorgánumok saját olvasórétegük érdekviszonyait, ütközéseit jelezve közelítenek a társadalmi érdekek igazságához.

A Magyar Hírlap, olvasótáborának összetételét tekintve, sajátos újság. A Tömegkommunikációs Kutatóközpont vizsgálatai is visszaigazolták azt a több mint tízeztendős törekvésünket, hogy elsősorban a gazdasági felső- és középvetetéshez, a kormányzati és a tanácsi irányítás munkatársaihoz kívánunk szólni. Az említett vizsgálatok kimutatták, hogy olvasótáborunk meghatározó vonása: igen magas a vezetők, a párttagok és a fiatalok aránya. Szerkesztési törekvésünk az, hogy bemutassuk a kormányintézkedések okait, végigkísérve a végrehajtás folyamatát, egyszerismind vissza is jelezve a gondokat, a zökkenőket. Célunk az is, hogy nyomon kövessük a regionális és a központi-ágazati-iparági érdekek találkozásait, esetleges ütközéseit.

A kormánylapfunkció természetesen nem tévesztendő össze a minisztériumok főhatóságok, intézmények, tanácsi szervek döntéseinek, intézkedéseinek kritikátlan továbbításával, hiszen az újság a kormány és nem egy-egy minisztérium

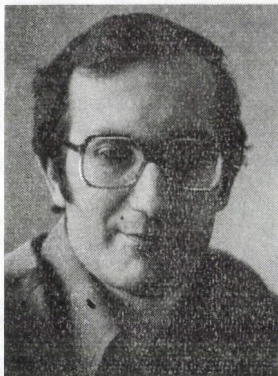
lapja. Írásainkban az átfogó elemzések mellett konkrét helyzetértékeléseket is adunk, ütköztetünk jelenségeket, véleményeket, mert úgy véljük, hogy a tájékoztatás információs funkciója mellett most különös jelentőségű az információ visszacsatolása. Természetesen ez is igen nagy felelősségtudatot feltételez, a személyes kockázatot sem nélkülözi. Szakmai felkészültség, tájékozottság, s tegyük hozzá: bátorság is kell ahhoz, hogy egy-egy témáról akkor adjunk hírt, amikor az valóban közérdeklődésre tart számot.

Ami lapunk hangvételét, stílusát illeti: nyelvileg-tartalmilag pontos, tömör, objektív modorra törekszünk. Nálunk egy-egy statisztikai adat is lehet nagyon izgalmas, ha megfelelő szövegösszefüggésben találjuk. Tapasztalataink szerint például a fiatal értelmiségieket éppen ez a stílus nyeri meg tartós olvasóinknak.

Ami a tájékoztatásban időről időre felbukkanó görcsöket illeti, úgy vélem, hogy itt kettős distanciára van szükség. Részint el kell fogadnunk, hogy a nehezedő kül- és belgazdasági viszonyok közepette vannak témák, amelyek idő előtti nyilvánosságra hozatala többet árt, mint használ. Az is tény, hogy vannak — nálunk is, mint másutt — üzleti titkok. Ehhez alkalmazkodnunk kell. Fontos azonban, hogy a jogos vétó ne válhasson általános eszközzé a kritika elkerülésére, azaz, hogy ne személyes vagy csoportérdekek védelmében, a hibák elkenődéséért alkalmazzák.

Mind nélkülözhetetlenebb, hogy a sajtó nagyobb szerephez jusson a döntéselőkészítési folyamatok, egy-egy intézkedést megelőző szakmai viták tükrözésében. Úgy vélem, olyan időket élünk, amikor nő az érdekütközéseket is jól érzelgetető alternatív közlések, információk szerepe.

A tájékoztatók informáltságáról szólva, meggyőződésem, hogy most és ezután fokozott szerkesztőségi összmunkára, a szakértelem és a politikai ismeretek jobb összhangjára van szükség. Nem tudok elképzelni olyan bel- vagy kultúrpolitikai írást, amely úgy mutat be valós folyamatokat, hogy a szerző nem ismeri mögöttes gazdasági meghatározottságukat. Nem állítom, hogy ezeknek az ismereteknek a cikkeken közvetlenül is meg kell jelenniük — hiszen, ha a vízcsepiből is gazdaság folyik, az csak árthat a propaganda hatékonyságának, rugalmasságának — de az összefüggések ismerete és mérlegelése sehol nem nélkülözhető.



VAJDA JÁNOS,
a Népszava rovatvezetője

A tömör, velős információ az újság legfontosabb része

Ellentmondást érzek a napi, gyakorlati munka során tájékoztatási rendszerünk deklarált demokratizmusa és a tájékoztatásban közreműködők, információs források hivatalnoki szemlélete között. A mi társadalmunk, a mi közvéleményünk már műveltebb, képzettebb, nyitottabb szemléletű, s így fogékonyabb is a különböző típusú információk iránt, mint amit a honi tájékoztatás — hangsúlyo-

zom: elsősorban a formális elemei miatt — „megbermel” számára. Mondok egy példát a napi munkát nehezítő hivatalnokosdira. Nemrég elhunyt a szakszervezeti mozgalom egyik vezető tisztségviselője, de mivel az illetékes munkatársak a hivatali ügymenet szerint dolgoztak a nekrológon, három napig tartott, amíg méltóan megemlékezhattünk munkásságáról. Ugyancsak a hivatalnokszemlélet korlátozza vállalati-iparági-tárca szinteken a rugalmas információszerzést. Vannak állandó nyilatkozók, akiknek neve rendszeresen visszatér a lapok hasábjain. Egy részüké azért, mert pozíciójukból adódóan úgy vélik, hogy egy-egy kérdésről csak ők mondhatják el a véleményüket, másoké pedig azért, mert az újságírók is a könnyebb ellenállás irányába haladva azokat keresik, akik kedvelik a sajtót. Bizonyos vezetői pozícióktól eltekintve tulajdonképpen a szakértőknek — legyenek azok egy-egy minisztérium munkatársai, vagy vállalati szaktanácsadók — olykor kellemetlen is a nyilvános szereplés, mert a szervezeti hierarchiában ilyenkor akarva-akaratlanul ütköznek főnökük(eik) presztízsével. Az információ monopolizálódásának ez az egyik oka a középvezetésben.

A pártnak azt a határozatát, hogy a tájékoztatás a vezetők egyik kötelessége, sokan úgy értelmezik, hogy külön szabályzatot gyártnak: „csak az igazgató stb. . . engedélyével lehet nyilatkozni. . .” Az a demokratikus alapelv, hogy aki felelősséggel elvégez valamilyen — akár termelői, akár szellemi — munkát, arról a nyilvánosság előtt beszélhessen is, — a gyakorlatban nemigen érvényesül. Ez a tájékoztatási görcsök egyik oka. Ugyancsak zökkenőket okoz a folyamatos információáramoltatásban az, hogy sem a tájékoztatást adó, sem a közvetítő újságíró számára nem elsőrendű kérdés, hogy az utóbbi gyorsan friss információkat szerezzen vagy gyorsan kommentáljon egy-egy közérdekű eseményt. Az a tévhit él a tájékoztatási mechanizmusban, hogy egy-egy fontos eseményről csak központilag, egyszerre, kampányszerűen lehet és kell tájékoztatni az embereket. Meggyőződésem, hogy jóval hatékonyabb lenne, ha a lapok nem egyidejűleg, emellett különféle megközelítésben, más-más műfaji-stílusbeli keretek között foglalkoznának a valóban közérdekű témákkal.

Kiknek szól a Népszava, hogyan írjunk — erről igen sokat vitatkozik a szerkesztőség kollektívája. Régebben a tradicionális néplap-tömeglap szerepet szántuk önmagunknak, mondván, hogy elsősorban a szervezett dolgozók — s főként az ipari munkásság — lapja vagyunk. A hagyományok és az adottságok sajátos egyvelegeként ezért uralták a lapot a szakszervezeti-mozgalmi zsargonban tált műhelyproblémák (és álproblémák), valamint az ugyancsak műhelyszintű, gyári-vállalati gondok, személyes sérelmek. Volt ezeknek komoly szervező hatásuk, a konkrétságuk hitelt adott a közléseknek, ugyanakkor ez a szemlélet azt a — téves — képzetet is kelthette, hogy a szakszervezeti érdekvédelem csak így, ilyen szűk keretek között érvényesülhet.

Az utóbbi évek tömegkommunikációs vizsgálatai kimutatták, hogy némiképpen csalóka önkép él bennünk olvasótáborunkról. Kitűnt például, hogy olvasóink egyharmada műszaki képzettségű, illetve valamilyen szellemi foglalkozást űz. Ez volt az egyik oka, hogy újjászerveztük a gazdasági rovatunkat; növeltük az átfogóbb, elemzőbb gazdasági információk számát, és „kiléptünk” riportjainkban a műhelyekből. Másrészt: mivel a gazdasági érdekütközések felszínre hozzák a társadalom különböző csoportjainak érdekkülönbségeit — s ezek természetesen elsősorban a munkahelyeken manifesztálódnak —, a tájékoztatásban is nagyobb szerephez kell, hogy jusson a munkahelyi érdekvédelem. A korábbi — elsősorban munkavédelmi, jogsegélyszolgálati — témák mellett ezért erősíteni kívánjuk a munkahelyi demokrácia nem formális elemeinek bemutatását éppúgy, mint például a mérséklődő fejlesztési lehetőségek miatt a törzsgyár és a telephelyek között esetenként kialakuló feszültségek bemutatását, avagy a differenciált, teljesítmény alapú bérezés megvalósításánál a helyi konfliktusok fel-tárását. Elvünk továbbra is az, hogy konkrétan, személyre szabottan bírálunk,

és csak olyan esetben vonunk le általános következtetéseket, amikor ez társadalmilag-gazdaságilag egyaránt indokolt. Igen élénk a kapcsolat a szerkesztőség és az olvasók — sőt: a megbíráltak között. Hadd mondok el, hogy a helyreigazítási kérelmek, sajtóperek túlnyomó többségében meg tudjuk védeni igazunkat.

Engem személy szerint is nagyon foglalkoztat a specializálódott újságíró és a hagyományos zsnurnaliszta feltételezett ellentéte. Ugyanis ennek a nézetnek a káros hatását a szerkesztőségben belül is érzékelem. Vannak művelt, jó stílus-készségű fiatalok, akik gyönyörűen tudnak írni — de valahogy távolabb kerülnek az élet valós problémáitól, hiányoznak a naprakész értesüléseik. Másfelől vannak újságírók, akik nem a veretes megfogalmazásban, hanem sajátos szakismeretek gazdagságában, a jól tájékozottságban tűnnek ki inkább. Meggyőződésem, hogy a tömör, velős információ az újság legfontosabb része. Viszont tény, hogy azoknak, akik ezzel foglalkoznak, jóval alacsonyabb a szakmai presztízsük, mint a „lelkizőké”, s ez a szerkesztőségi közvéleményben is torz hierarchiát teremt. Márpedig egy gazdasági információt is meg lehet érdekfeszítően, nyelvilag leleményesen, fordulatosan írni. A szakértők lebecsülése a zsnurnaliszták körében nem válik hasznára sem a tájékozódás, sem a tájékoztatás demokratizmusának.



VARGA JÁNOS,
a Magyar Televízió rovatvezetője

A faluról nem lehet kívülről szólni

Több mint fél éve — infarktus utáni — betegállományban vagyok, s ez az időleges kényszerszünet tán segít is tapasztalataim összegezésében.

Harminc éve dolgozom, s korábbi munkahelyeim, munkáim alkalmat adtak arra, hogy „alulnézetből”, a fogyasztó szemszögéből is lássak; a falut például olyannak, amilyen. Tapasztalatból ismerem az igényt: a falusi ember miről, miként, mikor kíván hallani, látni, olvasni.

De mint műsorkészítő azt mondhatnám: központi „szervezésben” (kongresszus, országgyűlés) és közvetett csatornákon tájékozodom. Ez utóbbiak sajátosága, hogy az alapvető tájékoztatások hozzám a szervezet szintjein felülről lefelé haladva jutnak el — az ő interpretálásukban. Léteznek továbbá szakmai és baráti kapcsolatok, ha úgy tetszik: információforrások. Ami a közvetlen tájékozódást illeti, a több mint 60 „Falujárás” szerkesztése és riporteri munkája is ilyen, mert bár eddig kb. félezer riport került képernyőre, a megismert anyag annak mintegy kétszerese. Mégis ez is kevés; amivel találkozom, majd mindenkiből valamiképpen anyagot kell készítenem. Ugyanekkor szívesen kalandozom más területekre, ottani kollégáimmal folytatott tapasztalatcserém, információs forrásaink összevetése még „otthoni” munkámat, felkészültségemet is erősíti, és nem sorolandó feltétlenül az elítélendő „fusi”, „maszekolás” kategóriájába.

Ha már a kalandozást említem; szinte teljesen hiányzik a külföldről szár-

mazó (érkező) agrárszakmai tájékoztatás. Utoljára hét éve voltam külföldön, nyugati országban soha — és ezen a szakmai területen az én példám nem kirívó.

Ami azt illeti, vajon a közönség ismer-e... nos, műsorainkban a falunak kel-
lene önmagáról szólnunk — paradoxon bár, de számukra ez a legkevésbé ismert
terület. Nagy részük elvesztette paraszti mivoltának minden kedvező és kedve-
zőtlen ismérvét — roppant nehéz tehát önmagához önmagát közelíteni a kép-
ernyőn keresztül is, mert tükörbeli képmását sem hiszi igaznak. Sajnos, nem
is hozzájuk szólok, mert az évnek nincs olyan időszaka, amelyben 18 óra 20
perckor egészséges falusi ember tévét néz. Öreg, beteg, gyerek, idős hölgy, fes-
tőművész néz, felismer, megszólít a vonaton, de legalább 200 olyan falusi vezető-
vel találkoztam rövid idő alatt, aki a műsornak még a hírét se hallotta.

Meg szokták kérdezni tőlem, hogy szakmai, emberi véleményem összeütkö-
zött-e a mezőgazdasági és (vagy) a tájékoztatáspolitikai érdekekkel. Tán hang-
zatosnak tűnik a megfogalmazás, de számomra csak osztársadalmi érdek van.
Az persze igaz, hogy pl. pár évvel ezelőtt a mezőgazdasági üzem alaptevékeny-
ségét favorizáltuk — termeljen búzát, kukoricát, húst, tejet, és lehetőleg ne
gyártson ipari jellegű termékeket. Ma helyes, ha segítenek, ahol tudnak, és ezt
propagálni a tájékoztatás feladata. Egysíkú tájékoztatásként egyik sem (volt) in-
dokolt — az üzem egészébe helyezés, elemzés nélkül nem dicsérhetem pl. a leg-
jobbna látszó ipari vállalkozást sem a mezőgazdaságon belül.

A közelítően megalapozott értékeléshez a szakmai felkészültség elengedhetet-
len. Újságíróként szószóló vagyok — ismernem kell tehát nemcsak a területet,
hanem a módot is, ahogy hatásosan prédikálhatok. (Hivatás is, persze; kössön
státusom bárhová, mondandómat úgy szórom szét, mint bóbítáit a gyermek-
láncfű.)

A falu, a mezőgazdaság az a terület — akadhat ilyen más is —, amelyről
nem lehet kívülről szólni, benne, vele kell élni. (Magam is falun lakom.) Köny-
nyen megtévesztheti a fény-árnyék azt, aki csupán belevillantani próbál a tár-
sadalomnak e gazdagon szedett ráncaiba. A kölcsön kért vagy kapott monda-
nivaló pedig a legszebben szóló szájából is hamis, és ezt igazán az érzi, akiről
és akinek elsődlegesen szólni szeretnénk.

ANGELUSZ RÓBERT

A tájékozódás és véleményformálás esélyei

A lakosság információkkal való ellátása és a közvélemény formálása a modern világban elképzelhetetlen olyan kommunikációs eszközök nélkül, amelyek tömegesen termelnek közleményeket és a lakosság széles körei számára elérhetővé, „nyitottá” teszik azokat.

A tömegkommunikációs eszközök elterjedtsége, az általuk közvetített információk áradata azt a benyomást kelti, hogy az információbőség korában élünk, ahol egyre növekvő mértékű az állampolgárok tájékozottsága és a stabil, megfelelő információkkal alátámasztott, szilárd meggyőződésen alapuló vélemények kialakításának lehetősége.

A vélemények formálódása könnyűnek és magától értetődőnek látszik: véleménye a legkülönbözőbb kérdésekben jóformán mindenkinek lehet. Ezt a láttszatot erősítik meg a közvélemény-kutatások is, amelyek rendszeresen igazolják, hogy a lakosság különböző társadalmi-demográfiai csoportjaiban az embereknek a legkülönbözőbb kérdésekről van véleményük.

A tömegkommunikációs eszközök nyitottsága, az információk túlaradó bősége új helyzetet látszik teremteni a tudás és a kommunikáció korábban kialakult különbség- és egyenlőtlenség-rendszereinek átalakításában és lebontásában, legalábbis ezt sugallja a legjelentősebb tudástermelő intézményekkel, a családdal és az iskolával való összehasonlítás: az eltérő társadalmi összetételű családok között eleve jelentősebbek a különbségek a rendelkezésre álló tudás, az aktuális informáltság, valamint a kommunikációs magatartás tekintetében. A család így módon szükségszerűen konzerválja és kommunikációs rendszerén keresztül átörökíti az egyes társadalmi osztályokban, rétegekben meglévő különbségeket. Számos kutatási eredmény igazolja, hogy a tájékozottsági, a motivációs és a kommunikációs szinteken létrejövő különbségek nagy részét már a gyermekkori szocializáció korai szakaszai megalapozzák.¹ Jóllehet az eddigi kutatások a különbségek mögötti szubkulturális hátteret nem vizsgálták kellő differenciáltsággal — nagy részük nem lépett túl a valóságot leegyszerűsítő kétpólusú szemlélet keretein — a munkásság és a középosztály szocializációjának számos olyan

¹ Vö. Jürgen Habermas: Thesen zur Theorie der Sozialisation. Stichworte und Literatur zur Vorlesung im Sommer-Semester 1968. 17—18. old.

sajátosságára mutattak rá, amelyek jobban értelmezhetővé teszik a különbségek rétegspecifikus jellegét.²

Az iskola által nyújtott ismeretek tekintetében szintén jelentősek a rétegspecifikus különbségek. A réteghovatartozás még az azonos típusú iskolában tanuló tudásszintjében is döntő szerepet játszik, és az iskolában eltöltött évek növekedésével a rétegek közötti ismeretkülönbségek inkább nőnek, mint csökkennek.³

Az egyenlőtlenség még markánsabban mutatkozik meg az iskolarendszerben befutott út egésze, az iskolai végzettségi szint tekintetében. Az általános iskolától az egyetem felé haladva pl. fokozatosan csökken azok aránya, akik a megfelelő korcsoportokból továbbtanulnak, és ezzel párhuzamosan csökken a hátrányosabb társadalmi helyzettel jellemezhető rétegek aránya is. Még nagyobbak az egyenlőtlenségek, ha nem egy-egy generáción belül, hanem össztársadalmi szinten vizsgáljuk a különbségeket. Ez esetben az egy-egy generáción belül tapasztalható egyenlőtlenségek „kiegészülnek” az egyes generációk közötti egyenlőtlenségekkel.

A család és az iskola által újratermelődő egyenlőtlenségrendszerek lazítása, az általuk terjesztett tudás kiegyenlítettőbb társadalmi elosztása csak nagyon hosszú távú, strukturális változásokat is feltételező folyamatok eredője lehet. Korántsem meglepő tehát, hogy a tömegkommunikációs eszközök elterjedéséhez — különösen az új médiák megjelenésének időszakában — a tudás és a kommunikáció számottevő demokratizálódásának, a tájékozottságbeli különbségek erőteljes nivellálódásának reménye kapcsolódott. Az ipari és kulturális fejlettség meghatározott szintjén a tömegkommunikációs eszközök széles körű elterjedése viszonylag rövid távlatban, akár egy-két évtized alatt is lehetséges. Elképzelhetőnek látszik tehát, hogy a tömegkommunikációs eszközök a tudást, mindenekelőtt az aktuális informáltságot mindenki számára elérhetővé tegyék és fokozatosan csökkentsék a kedvezőtlenebb helyzetű társadalmi csoportok kommunikációs hátrányait. Az információk bősége ebből a szempontból kedvező alapnak látszik. Más területeken szerzett tapasztalatok is azt mutatják, hogy mennél nagyobb mértékben áll rendelkezésre valamely szükséglet kielégítésére alkalmas eszköz, annál nagyobb a lehetősége a szélsőséges, privilegizált helyzetek csökkentésére.

Az alábbiakban a hazai kommunikációkutatások eredményei alapján vesszük szemügyre a társadalmi kommunikáció folyamatában az egyenlőtlenségek alakulását. Megvizsgáljuk, hogy ténylegesen milyen mértékben váltak nyitottá a tömegkommunikációs eszközök; mennyire teszik lehetővé közleményeik a különböző társadalmi helyzetű csoportokban a hatékony informálódást. A tömegkommunikációs intézmények által „felülről lefelé” közvetített információk tanulmányozása után a fordított irányú kommunikációs folyamatokat vesszük szemügyre. Megvizsgáljuk, hogy a különböző társadalmi-demográfiai csoportokban milyenek a vélemények — mindenekelőtt a megfelelő információk bázzissal rendelkező, illetve szilárd vélemények — kialakításának feltételei.

² Lásd mindenekelőtt Basil Bernstein munkáit. Pl. Társadalmi osztály, nyelv és szocializáció. Valóság, 1970. 11. sz. Továbbá: Nyelvi szocializáció és oktathatóság. In: Társadalom és nyelv. Szociolingvisztikai írások. Gondolat, Budapest, 1975. Sprache, symbolisches Verhalten und soziale Schichtung. In: Kommunikation. Herausgeber O.W. Haseloff, Colloquium Verlag Berlin, 1969. A szocializáció szubkulturális meghatározottságáról a Bernstein-irodalom kapcsán lásd még: D. Lawton: Társadalmi osztály, nyelv és oktatás. Gondolat, 1974. Valamint W. Gottschalch, M. Neumann, Schönwetter, G. Soukup: Sozialisationsforschung, Fischer Verlag 1971. A strukturális rétegződés dichotóm jellegű redukciójával kapcsolatos kritikák közül pedig M. Hartig, U. Kurz: Sprache als soziale Kontrolle. Neue Ansätze zur Soziolinguistik, Suhrkamp Verlag 1973.

³ Vö.: Ferge Zsuzsa: Társadalmi struktúra és az iskolarendszer közötti néhány összefüggés. Szociológia, 1972. 1. sz.

Az információk hozzáférhetősége

1979-ben a felnőtt lakosság 95%-ának lakásában volt rádió, 90%-ában pedig televízió. E számok olyan készülék-ellátottságról tanúskodnak, hogy még a leghátrányosabb anyagi és kulturális helyzetű rétegekben is kicsi a készülékekkel nem rendelkezők aránya. Egy 1974-es adatokkal dolgozó tanulmány, amely a lakosság rádióval nem rendelkező töredékének társadalmi helyzetét vizsgálta, már akkor azt találta, hogy egyetlen olyan társadalmi réteg sincs, amelyben a készülékek aránya ne haladná meg a 90%-ot.⁴ A napilapok átlagos napi példányszáma megközelíti a hárommilliót, ami meghaladja a rádió- és televízió-előfizetők számát. Hasonlóképpen imponáns méreteket ölt a hetenként, illetve havonta megjelenő időszakai sajtótermékek száma, 6,5, illetve 2,5 millió példánnyal. A rádióval, a televízióval és újsággal való ellátottság tekintetében szoros az átfedés. A mindkét elektronikus médiával rendelkezők inkább járatnak naponta újságot, mint akiknek csak rádiója vagy televíziója van, az utóbbiak pedig inkább, mint az elektronikus médiával egyáltalán nem rendelkezők. A három eszköz kumulativitása viszonylagos érvényű, tehát a tömegkommunikációs eszközökkel egyáltalán nem rendelkezők aránya rendkívül kicsi.⁵

Az információk technikai hozzáférhetőségét javítja a közlemények mennyiségi növekedése is. A rádió és televízió műsorkínálatának mutatói a roppant műsorfolyam egyre növekvő méreteiről tanúskodnak. 1978-ban a rádió már 18 810, a televízió pedig 4220 órányi műsort közvetít, amit heti 362, illetve 81 műsorórának felel meg. Mindez arra vall, hogy a készülék-ellátottság és az információk pusztai hozzáférhetősége tekintetében, ha vannak is különbségek az egyes társadalmi rétegek között, ezek — a tömegkommunikációs eszközöknek az elmúlt évtizedekben történő fokozatos továbbterjedése és a műsorkínálat bővülése következtében — korántsem olyan méretűek és jelentőségűek, mint korábban voltak. A lakosság tájékozottsági színvonalában tapasztalható különbségeket egyre kevésbé lehet a tömegkommunikációs eszközök hiányával, a rossz eszközellátottsággal magyarázni.

Hasonló tendenciákat mutatnak az időmérleg-vizsgálatok adatai. A televízió elterjedésével a tömegkommunikációs eszközök használatára fordított idő növekszik. Mennél nagyobb arányban van televíziója a gazdasági és kulturális szempontból kedvezőtlen helyzetű rétegeknek, annál közelebb kerülnek a kedvezőbb helyzetű csoportokhoz a tömegkommunikációs eszközök használatára fordított idő tekintetében. Az 1972-es időmérleg-vizsgálat idején a rádiózásra, különösképpen pedig a televíziózásra fordított idő társadalmi rétegenként még számottevő különbségeket mutatott.

Az adatokban a készülék-ellátottság mértéke, a tévét vagy a rádiót a vizsgált napon igénybevevők aránya és a hallgatás, illetve a nézés hossza egyaránt tükröződik. A televíziózásnál a különbségek elsősorban abból erednek, hogy — nagyjából az eltérő készülék-ellátottságból adódóan, kisebbrészt attól függetlenül — társadalmi rétegenként igen különböző arányban nyitották ki a vizsgált napokon a televíziót. Így pl. pénteken a vezető állásúak 72%-a, az egyéb szellemi dolgozók 69%-a, a szak- és betanított munkások 57%-a, az egyéb fizikai

⁴ Váradi László: Kinek nincs rádiója. Rádió és Televízió Szemle, 1975. 2–3. szám. A tanulmány szerint a rádióval nem rendelkezők döntő többsége hátrányos helyzetű társadalmi csoportokhoz tartozik. Jelentős részüket öreg, kis lélekszámú községekben lakik, jövedelmi helyzetük alapján a társadalom legszegényebb emberei közé sorolhatók. Iskolai végzettségük is alacsony.

⁵ Szekfű András: Televízió- és rádiókészülék-ellátottság 1972. című tanulmánya szerint 1972-ben a felnőtt lakosság 4,8%-ának, mintegy 310 ezer embernek nem volt se rádiója, se televíziója.

A tévézés és a rádióhallgatás átlagos időtartama különböző társadalmi rétegekben
pénteken, szombaton és vasárnap (percben)⁶

	A tévézés átlagos időtartama			A rádióhallgatás átlagos időtartama		
	péntek	szombat	vasárnap	péntek	szombat	vasárnap
Vezető állásúak, értelmiségiek	80	180	255	105	138	134
Egyéb szellemiek	75	181	212	108	146	110
Szak- és betanított munkások	68	164	198	104	101	100
Egyéb fizikai dolgozók	52	118	143	102	103	112
Mezőgazdasági fizikai dolgozók	40	85	116	86	77	78

dolgozók 50%-a és a mezőgazdasági fizikai dolgozók 45%-a nézte a televíziót.⁷ Hasonlóképpen alakulnak a szombati és a vasárnapi adatok is.

A fentiekől eltérő a kép, ha a televíziót bekapcsolók adatait hasonlítjuk össze társadalmi rétegenként. Ez esetben jelentősen csökkennek a különbségek. „Némi túlzással, de a dolgok lényegét tekintve feltétlenül jogosan úgy jellemezhetjük a helyzetet, hogy aki leül a tévé elé, az korától, nemétől, iskolai végzettségétől függetlenül nagyjából egyforma ideig nézi a műsort.”⁸ A nézési időnek a tényleges nézők közötti kiegyenlítődése azért látszik kiemelendő összefüggésnek, mert a nézők aránya szempontjából döntő fontosságú a készülék-ellátottság, s ezért a televízió elterjedésével párhuzamosan fokozatosan csökkennek a rétegek közötti nézési időkülönbségek.

A rádiózással töltött idő társadalmi rétegenként eleve kiegyenlítettebb helyzetet mutat. Rádió csaknem minden családban van: a rétegek közötti eltérések alakulásában a készülék-ellátottság különbségei csekély szerepet játszanak. A hallgatók aránya és az általuk hallgatott adás időmennyisége viszont másképpen befolyásolja a rétegenkénti időméréletet, mint a televíziónál. A rétegek hierarchiájában felülről lefelé haladva a hallgatók aránya itt is csökken, az így létrejövő különbségeket azonban részben ellensúlyozza, hogy néhány olyan rétegben, ahol viszonylag alacsony a hallgatók aránya, azok, akik kinyitják a rádiót, hosszabb ideig hallgatják a műsort. Így pl. pénteken mindkét munkáscsoportban a rádióhallgatók hosszabb ideig követték az adást, mint a vezető állásúak, az értelmiségiek, az egyéb szellemi dolgozók. Vasárnap pedig az egyéb fizikai dolgozók kerültek az első helyre a rádiózásra fordított idő alapján.⁹

Az időmérés-vizsgálatok rendszerint csak egy viszonylag rövid időszakra rögzítik a tömegkommunikációs eszközök igénybevételét. Kérdés azonban, hogy a hallgatás, illetve a nézés periodicitása, rendszeressége vagy rendszeratlansága tekintetében nem mutatkoznak-e jelentős különbségek. A rádiózási, tévézési és újságolvasási szokások periodicitását a hosszabb időszak irányzatait nyomon követő hosszirányú (longitudinális) vizsgálatok helyett rendszerint a megkérdezettek saját — a tényleges helyzetet korántsem pontosan regisztráló — benyomásainak, „önképének” megkérdezésével próbálják vizsgálni. Az ilyen jellegű kérdések nyomán keletkezett információk az igénybevétel rendszeressége te-

⁶ A táblázatot lásd Tomka Miklós: A munkások tévézése, rádióhallgatása. TK Tanulmányok, VII. évf. 7. sz. Budapest, 1975. 25. old.

⁷ Az előbb idézett mű 77. oldalán található táblázat adatai alapján.

⁸ Tomka Miklós: A tévézés és a rádióhallgatás a napi tevékenységek rendszerében. TK Szak-könyvtár, Budapest, 1978. 35. old.

⁹ Vö.: Tomka Miklós: Munkások tévézése, rádióhallgatása című tanulmánya 78. oldalán levő táblázatával.

kintetében is megerősítik a korábban elmondottakat. A felnőtt lakosság 88⁰/₀-a állította, hogy mindennap rádiózik, 69⁰/₀-a, hogy mindennap televíziózik, és 70⁰/₀-a, hogy naponta olvas újságot.¹⁰ A rádiózás és televíziózás tekintetében viszonylag kicsik a rétegspecifikus különbségek. Mindkét esetben a mezőgazdasági fizikai munkát végzők használják a legtrikábban naponta a médiákat, arányuk mégis magasnak mondható (79, illetve 64⁰/₀). Az újságolvasási adatok jobban szóródnak, de az e tekintetben utolsó helyen álló önállóak csoportjának 56⁰/₀-a is „mindennap olvas újságot”. Még inkább mutatja a tömegkommunikációs eszközök formai-technikai elérhetőségének méreteit, hogy a *felnőtt lakosok 93⁰/₀-a a három tömegkommunikációs eszköz legalább egyikét naponta igénybe veszi*. A tömegkommunikációs eszközök által ily módon legalábbis elvileg elérhető a nyolc osztálynál alacsonyabb iskolai végzettségűek 82, a nyolc osztályt végeztek 96, a középiskolai, illetve egyetemi bizonyítvánnyal rendelkezők 98—98⁰/₀-a.

Természetesen elképzelhető, hogy az igénybevétel globális mutatóinak viszonylagos kiegyenlítettsége mögött *jelentős tartalmi különbségek* vannak. Az emberek válogatnak a tömegkommunikációs eszközök műsorai között: a ténylegesen megnézett, meghallgatott műsorstruktúra a különböző társadalmi-demográfiai csoportokban akár jelentősen is eltérhet. Ha a hírjellegű, illetve a politikai és gazdasági témájú műsorok nézettségi-hallgatottsági adatait vesszük szemügyre, valójában nem tapasztalunk rétegenként, illetve az iskolai végzettségű szint szerint igen nagy különbségeket. A panelvizsgálatok eredményei azt mutatják, hogy a lakosság mintegy 60⁰/₀-a naponta legalább egyszer megnézi a Tv-Híradót. Közülük ilyen méretű „A hét” közönsége.¹¹ Mindkét műsor nézettségére az jellemző, hogy az iskolai végzettség, illetve a társadalmi rétegződés mentén alig vannak különbségek.¹² Úgy látszik, hogy más magasszintű tévéellátottsággal jellemezhető országokhoz hasonlóan, a tv híradója hazánkban olyan tömegműsorra vált, amelyet a lakosság legkülönbözőbb csoportjai igen nagy arányban megnéznek.¹³ A rádió és a televízió hírműsorainak periodicitását vizsgáló „önbesoroláson” alapuló válaszok egybecsengenek a panelvizsgálatok adataival. Egy 1977-es kutatás során pl. a lakosság 60⁰/₀-a állította, hogy mindennap nézi a tv híradóját, és 81⁰/₀-a, hogy legalább naponta egyszer meghallgatja a rádióban a híreket. Az iskolai végzettségtől függően mindkét esetben nőtt a hírek rendszeres követőinek aránya, de még a nyolcosztályos végzettséggel rendelkezők 77⁰/₀-a is naponta hallgatta a híreket, 54⁰/₀-a pedig naponta megnézte a tv híradóját. Még kedvezőbbnek látszik a helyzet, ha azt nézzük, hogy mennyien vannak azok, akik legalább valamelyik elektronikus kommunikációs eszköz hírműsorát figyelik. A nyolc osztálynál kevesebbet végeztek 88⁰/₀-a, a nyolcosztályosok 91⁰/₀-a, a középiskolai végzettséggel rendelkezők 95⁰/₀-a, a diplomások 96⁰/₀-a hallgatja vagy nézi legalább az egyik tömegkommunikációs eszköz híreit. Az egyéb politikai, illetve gazdasági témájú műsorok nézettsége ugyan lényegesen kisebb, de a közönség összetétele alig tolódik el valamelyest a magasabb iskolai végzettséggel rendelkező csoportok javára.

¹⁰ A Tömegkommunikációs Kutatóközpont 1977-es panelvizsgálata alapján.

¹¹ Vö.: Lendvai Judit: A televízió műsorainak közönségfogadatlása, 1977-ben. TK, Budapest, 1978. X. évf. 2. sz.

¹² Így például a nyolc osztálynál alacsonyabb iskolai végzettségűek és a nyolc osztályt végeztek 57—57⁰/₀-a, a középiskolát végeztek és a diplomások 52—52⁰/₀-a nézi esetenként „A hét” című adást. A tévéhíradó 1. kiadásánál a két alacsonyabb iskolázottságú csoport 60—60⁰/₀-a, a két magasabb iskolázottságú csoport 52—52⁰/₀-a.

¹³ Vö.: Stefan Müller-Doohm: Medienindustrie und Demokratie. Athenäum Verlag, III. fejezet, illetve G. Unholzer: Information und Unterhaltung im Fernsehen. Angebot und Nachfrage. In: Politische Prägung durch Unterhaltung. Akademie für Politische Bildung. Zusammengestellt von Hans Friedrich. 1971.

Az információfelvétel hatékonysága

Korántsem ilyen kedvező a kép, ha a hírfogyasztói magatartást jobban specifikált feltételek között vizsgáljuk és tekintetbe vesszük az információk feldolgozásának hatékonyságát is. Egy 1974-ben lebonyolított vizsgálatunk során olyan „tegnap-interjúra” épülő hírfogyasztási indexet alakítottunk ki, amelynél figyelembe vettük, hogy a hírfogyasztóban rögzültek-e konkrét információk.¹⁴

Ez a hírfogyasztási index négy típus elkülönítését tette lehetővé:

1. *Informált újságolvasók*: az elektronikus tömegkommunikációs eszközöknek legalább az egyikét és a sajtót is előző nap igénybe vették, továbbá újsághírt mindenképpen tudtak említeni.

2. *Informált hírfogyasztók rádiós-tévé profillal*: a kontrollkérdés csak a rádió és a tévé hírfogyasztását erősítette meg.

3. *Hírszegények, de a tömegkommunikációs eszközökkel előző nap volt kapcsolatauk*: igénybe vettek bizonyos tömegkommunikációs eszközöket, de semmilyen konkrét információt nem tudtak „felidézni”.

4. *Hírszegények, a tömegkommunikációs eszközöket csak nagyon ritkán vagy soha nem használják*. Előző nap sem vettek igénybe semmilyen tömegkommunikációs hírforrást.

Az így kialakított hírfogyasztási index, bár szorosan összefügg a puszta „önbesoroláson”¹⁵ alapuló kérdésekből kialakított hírfogyasztási indexszel, szigo-

Az „önbesorolás” alapján kialakított hírfogyasztói típusok megoszlása a kontrollált, illetve „tegnap”-módszeren alapuló hírfogyasztói típusok szerint (%-ban)

A „szigorúbb” módszer szerint	igen aktív	„Önképe” szerint			elszi- getelt	Összesen
		aktív hírfogyasztó	közepes	mérsékelt		
I. Informált újságolvasó	30	16	9	2	—	16
II. Informált hírfogyasztó, rádiós-tévé profilal	26	19	22		1	20
III. Hírszegény, tömegkom- munkációs eszközökkel volt kap- csolata	29	37	37	26	2	30
IV. Hírszegény, a tk-s eszközökkel nem volt kapcsolata	15	28	32	61	97	34
%	100	100	100	100	100	100
N =	393	152	321	180	85	1131
Hatékonysági mutató						
I+II						
I+II+III	69	49	46	33	33	55

¹⁴ Az indexet az előző napi tömegkommunikációs használat alapján alakítottuk ki. A hírfogyasztói típusoknál eleve megkülönböztetetten kezeltük az újsághírfogyasztást. Ennek jogosságát kutatási eredményeink igazolták. A típusok kialakításánál nem differenciáltunk a visszamondott információk száma szerint, hanem arra helyeztük a hangsúlyt, hogy a megkérdezett emlékezett-e egyáltalán valamilyen hírré.

¹⁵ A hazai kutatások során először Jakab Zoltán jellemezte a hírfogyasztói magatartást „önbesoroláson” kérdések alapján. Vö.: Jakab Zoltán: A nagymértékű hírfogyasztás kísérőjelenségei. Rádió és Televízió Szemle, 1970. IV. sz.

A TÁJÉKOZÓDÁS ESÉLYEI

rúbb kritériumai miatt másképp tagolja a népességet, kevésbé pozitív, de úgy tűnik, realiztikusabb képet nyújt a lakosság tényleges hírfogyasztói magatartásáról.

Az „önbesorolásra” épülő hírfogyasztási index alapján az igen aktív hírfogyasztói típusba tartozók 15%-a, az aktív típusba tartozók 28%-a előző nap egyáltalán nem használta a tömegkommunikációs eszközöket, holott saját állításuk szerint még az utóbbiakat is az jellemzi, hogy naponta olvasnak újságot és emellett mindennap meghallgatják vagy megnézik az egyik elektronikus média valamelyik híryanagát. Egyértelműnek látszik tehát, hogy az emberek hírfogyasztásáról kialakult önkép a valóságosnál lényegesen pozitívabb. Az „önképen” alapuló kedvezőbb összképhez valószínűleg az is hozzájárul, hogy a „mindennapos” igénybevételt az emberek nem szó szerinti szigorúsággal értelmezik, és a viszonylag rendszeres használatot már „mindennaposnak” fogják fel.¹⁶ Hasonlóképpen szembeűnő, hogy a lakosság viszonylag jelentős része oly csekély hatékonysággal követte a híreket, hogy másnap már egyetlen konkrét információt sem tudott visszaidézni. Az „önbesorolás” alapján kialakított típusoknál az „eredmény nélküli” hírfeldolgozás mértéke eltérő. Az igen aktívtól az izolált típus felé haladva egyre növekszik azoknak az aránya, akik legalábbis a kontrollkérdések által befogott szinten nem hatékonyan dolgozták fel az információkat.¹⁷

A hírfogyasztói magatartás profiljában az egyes iskolai végzettségi szinteken jelentkező eltérések szembeűnően mutatják az iskolai végzettség erős befolyásoló szerepét.

A hírfogyasztói típusok aránya az iskolai végzettség szerint (%-ban)

Hírfogyasztói típusok	8 osztálynál kevesebbet	8 osztályt végzettek	Középiskolát	Egyetemet
I. Informált újságolvasók	9	15	30	43
II. Informált hírfogyasztók, rádiós-tévé profillal	14	21	27	37
III. Hírszegények, tömegkommunikációs eszközökkel volt kapcsolatuk	28	34	24	14
IV. Hírszegények, tömegkommunikációs eszközökkel nem volt kapcsolatuk	49	30	19	6
Összesen %:	100	100	100	100
N:	518	446	160	51
Hatékonysági mutató:	0,46	0,51	0,80	0,85

Az iskolai végzettség emelkedésével mindkét „informált” típus aránya növekszik, miközben fokozatosan csökken azoknak a hányada, akik előző nap nem használták a tömegkommunikációs eszközöket. A hatékonysági index növeke-

¹⁶ Hasonló jellegű következtetésre jut Szekfű András, aki szerint az „önbesorolásos” válaszok mintegy 10%-kal torzítanak „felfelé”. Lásd: Szekfű András: A magyar sajtó olvasói. TK Tanulmányok. Budapest, 1976. 13. old.

¹⁷ A két index eltérően tagolja a lakosságot. Amíg a szigorúbb kritériumok alapján a legelőnyösebben rangsorolt típusba a lakoságnak mindössze 16%-a tartozik, addig az önképen alakuló csoportosítás szerint a lakosság 35%-a az igen aktív hírfogyasztói csoportba tartozik. Másfelől nézve, amíg az előbbinél a lakosság 34%-a a hátrányosabban minősített csoportba tartozik, addig az utóbbi a legrosszabb hírfogyasztási mutatókkal jellemezhető csoportokat tovább differenciálja. A szigorú kritériumokat érvényesítő index az intenzívebb, az önértékelésen alapuló pedig az alacsonyabb aktivitást mutató típusokat differenciálja jobban.

dési trendje jelzi, hogy az iskolai végzettség meghatározó jelentőségű az információk eredményes rögzítése szempontjából.

A nemek között sem elhanyagolhatók a különbségek. A férfiak 43⁰/₀-a, a nők 27⁰/₀-a informált hírfogyasztó, az előbbieket 30⁰/₀-a, az utóbbiak 40⁰/₀-a előtte való nap nem használta a tömegkommunikációs eszközöket. A férfiak lényegesen hatékonyabban rögzítették az információkat. E különbségek jelentős része természetesen a férfiak és a nők eltérő iskolázottsági szintjéből adódik. Az iskolai végzettség különbségeinek „kiszűrésével” azonban nem tűnnek el teljesen az eltérések. Ha hasonló iskolai végzettségű férfiakat és nőket hasonlítunk össze, minden iskolázottsági szinten szignifikánsak maradnak a különbségek. Így például a nyolc osztállynál kevesebbet végzeteknél 0,55 és 0,35, a nyolc osztályt végzeteknél 0,56 és 0,45, a középiskolai végzettséggel rendelkezőknél 0,78 és 0,62, a diplomásoknál 0,88 és 0,77 a férfiak, illetve a nők hatékonysági mutatója.

Az iskolai végzettségnél kevésbé erős, de számottevő összefüggéseket találunk a társadalmi rétegek szerinti bontásban.

A hírfogyasztói magatartás különböző típusainak alakulása foglalkozási csoportonként (0/0-ban)

Hírfogyasztói típusok	Ertelmi-ségek, felső- és középszintű vezetők	Alsósztintű vezetők	Közép-sztintű szakemberek, irodai dolgozók	Szolgáltatásban dolgozók	Ipari fizikai munkások	Mezőgazdasági fizikai munkások	Háztartásbeliek
Informált újságolvasó	39	23	17	18	14	7	6
Informált hírfogyasztó, rádiós-tévé profillal	31	31	28	15	18	12	16
Hírszegény, a tk-s eszközökkel volt kapcsolata	19	29	31	34	32	26	34
Hírszegény, a tk-s eszközökkel nem volt kapcsolata	11	17	24	33	36	55	44
Összesen 0/0:	100	100	100	100	100	100	100
N =	54	35	89	131	298	121	179
Hatékonysági mutató	0,79	0,65	0,59	0,49	0,50	0,42	0,39

Az értelmiségiek, felső- és középszintű vezetők felől a mezőgazdasági fizikaiak és a háztartásban dolgozók felé haladva fokozatosan romlik a hírfogyasztói típusok profillja. Ennek megfelelően az információkat is egyre kisebb hatékonysággal őrzi meg az emlékezet. A hatékonysági mutató a két szélső csoport között a felére csökken.

Az információfelvétel korlátaira, a tájékozottságban és a politikai kultúrában meglévő komoly hiányosságokra hívták fel a figyelmet az ismeretszint-vizsgálatok.¹⁸

¹⁸ A hazai ismeretszint-vizsgálatok 1966-ban a politikai ismeretszint-vizsgálattal kezdődtek, majd az ismeretek egyéb szféráira is kiterjedtek. Az irodalomból lásd: Békés Ferenc: A lakosság politikai ismeretei, MRT közvélemény-kutató osztály kiadványa, Budapest, 1967. 4. sz. Békés Ferenc-Surányi Bálint: Politikai ismeretszint és társadalmi rétegződés. In: Korszerű statisztikai törekvések Magyarországon, Akadémia Kiadó, Budapest, 1968. Békés Ferenc-Surányi Bálint: A politikai tényismeretek mérésének társadalmi összefüggéséről. Valóság, 1970. 8. sz. Békés Ferenc: A lakosság politikai és gazdasági ismereteiről. In: Az információtól a közéletig. Budapest, 1973. Békés Ferenc: Hol a határ a „felesleges” és a hasznos tudás között? MRT TK Szemle, 1976. 1. sz.

A TÁJÉKOZÓDÁS ESÉLYEI

Egy 1972-ben lebonyolított kutatás során a politikai témájú kérdéseknél pl. a következőképpen alakult a helyes válaszok aránya:¹⁹

Ki a francia kommunista párt főtitkára?	3 ⁰ / ₀
Tudomása szerint mi Podgornij funkciója?	11 ⁰ / ₀
Ki jelenleg az Egyesült Nemzetek Szervezete (ENSZ) főtitkára?	14 ⁰ / ₀
Mi a puccs?	15 ⁰ / ₀
Tudomása szerint minek a rövidítése az ENSZ?	18 ⁰ / ₀
Ki a magyar miniszterelnök?	30 ⁰ / ₀
Mi a Magyarországon jelenleg működő párt neve?	33 ⁰ / ₀
Tudomása szerint, melyik nemzetközi katonai szövetségnek tagja Magyarország?	34 ⁰ / ₀
Tudomása szerint milyen nemzetiségű Pompidou és mi a funkciója?	45 ⁰ / ₀
Mi a sztrájk?	51 ⁰ / ₀
Tagja-e a Szovjetunió az ENSZ-nek?	59 ⁰ / ₀
Tudomása szerint milyen nemzetiségű Tito, és mi a funkciója?	68 ⁰ / ₀
Tudomása szerint milyen nemzetiségű Nixon, és mi a funkciója?	74 ⁰ / ₀

A kérdések alapján számított politikai ismeretszint 38⁰/₀-os volt.²⁰ A vizsgálatba bevont elemi változók közül a legerősebbnek az iskolai végzettség bizonyult. Meghatározó szerepét mutatja, hogy míg a vizsgálatba bevont elemi változók összes magyarázó ereje 42⁰/₀, addig az iskolai végzettségé önmagában 33⁰/₀ volt. Az összefüggés erősségét az elemi bontások is illusztrálják. A nyolc osztálynál alacsonyabb iskolai végzettségűeknél 25⁰/₀, a nyolc általánoston kijártnál 41⁰/₀, a középiskolai végzettségűeknél 62⁰/₀, a diplomásoknál pedig 70⁰/₀-os volt az ismeretszint.²¹ Az iskolai végzettségnek ez a meghatározó szerepe korántsem olyan magától értetődő, mint ahogy első pillantásra látszik. A feltett kérdések túlnyomó többsége ugyanis nem tananyaghoz tartozó témára vonatkozott, hanem olyan jellegű volt, amelyről elsősorban a tömegkommunikációs eszközökben esik szó. Az ismeretek egy jelentős részéről már csak azért sem szerezhettek az emberek nagy része az iskolában tudomást, mert az ismeret mögött meghúzódó esemény a legtöbb esetben a megkérdezettek tanulmányainak befejezése után történt. Úgy tűnik tehát, hogy az iskolai végzettség meghatározó jelentőségű számos olyan információ sikeres befogadása szempontjából is, amelynek nem az iskola a forrása.

Az iskolai végzettség és a társadalmi rétegződés nagymértékben átfedi egymást és hatásuk is összekapcsolódik. Ennek megfelelően az ismeretszint társadalmi rétegenként is jelentősen különbözik. Az értelmiségieknek, vezető állásúaknak 71, az egyéb szellemieknek 58, az ipari, építőipari szak- és betanított munkásoknak 47, az egyéb szak- és betanított munkásoknak 43, a segédmunkásoknak 32, a mezőgazdasági fizikaiaknak 27, a háztartásbelieknek 19⁰/₀-os volt az ismeretszintje. A politikai ismeretek tekintetében is erős változónak bizonyult a nem.²² A férfiak 47⁰/₀-os ismeretszintjével szemben a nők csak 28⁰/₀-os. A különbség jelentős része nem magyarázható a férfiak és a nők eltérő isko-

¹⁹ Lásd: Békés Ferenc: Adalékok az ismeretek méréséhez, struktúrájához és tipológiájához. Kandidátusi értekezés. 75. old.

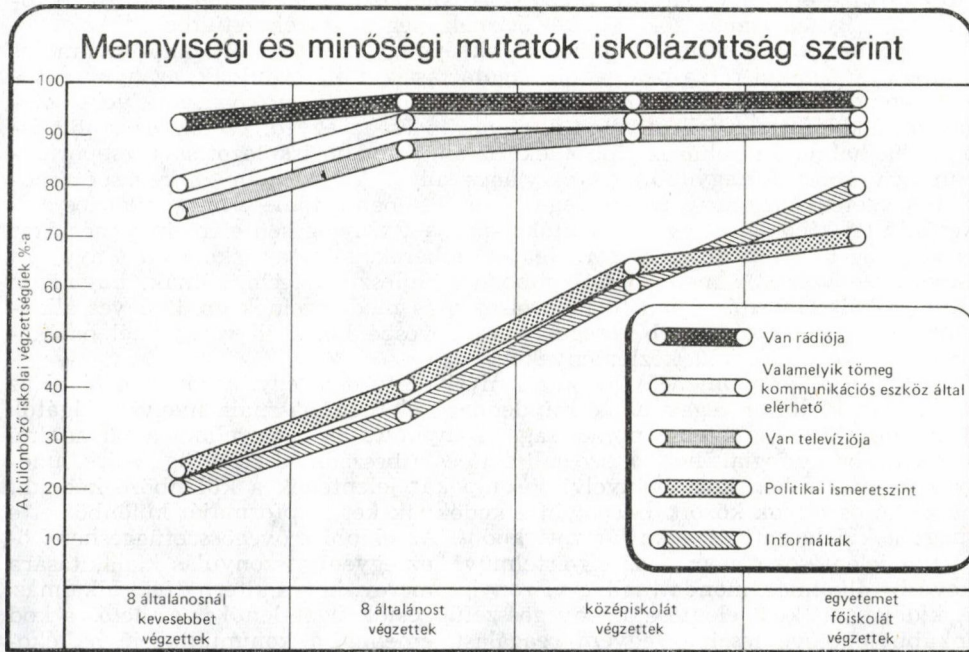
²⁰ Az ismeretszint kiszámítása adott esetben úgy történt, hogy az összes jó válasz számát elosztották a maximálisan elérhető jó válaszok számával. Az egyes kérdéseket nehézségi fokuktól függetlenül azonos súllyal vették számításba.

²¹ A külföldön végzett ismeretszint-vizsgálatok is felhívják a figyelmet a lakosság ismereteinek hézagosságára, illetve az iskolai végzettség döntő szerepére az ismeretszint alakulásában. Lásd pl.: R. E. Lane—D. D. Sears: Public Opinion című művének 6. fejezetét. Prentice-Hall. Englewood Cliffs. New Jersey 1964. H. H. Hyman: Ismeretszint-vizsgálatok. TK, Műhely IX. évf. 11. sz., valamint a Jahrbuch der Öffentlichen Meinung 1958—1964. Bildung, Wissen című részét. Herausgegeben vom Institut für Demoskopie, Allensbach.

²² Magyarázó ereje 7⁰/₀, ami az iskolai végzettség után a legnagyobb. Vö.: Békés Ferenc: Adalékok az ismeretek méréséhez, struktúrájához és tipológiájához. Kandidátusi értekezés, 99. old.

lázottságával, illetve a munkamegosztás rendszerében elfoglalt különböző helyzetükkel.²³

Ha a hírfogyasztói magatartást, az információk rögzítésének hatékonyságát és az ismeretszintről elmondottakat összevetjük az eszközellátottság, illetve amédiafogyasztás mutatóival, kétségbevonhatatlan az aránytalanság a tömegkommunikációs eszközök használatukra fordított idő és az információk hatékony feldolgozása között. Az eszközellátottság, a tömegkommunikációra fordított idő, az igénybevétel tartóssága tekintetében a kedvező szint és a viszonylag csekély rétegspecifikus szóródás jellemző, ezzel szemben az információk feldolgozásának hatékonyságát jelző indikátorok kedvezőtlenebb helyzetet, a társadalmi rétegződés és az iskolai végzettség mentén jelentős szóródásokat mutatnak. A tömegkommunikációs eszközök mennyiségi igénybevétele és az informáltság közötti aránytalanság azonban nem egyformán jellemzi a különböző társadalmi csoportokat. A társadalmi hierarchián lefelé, a kedvezőtlen gazdasági és kulturális helyzetű csoportok irányába haladva a mennyiségi mutatók csak kismértékben romlanak, ezzel szemben rohamosan süllyednek az információfelvétel és a tájékozottság vizsgált minőségi összetevői. A kedvezőtlenebb helyzet nem annyira a tömegkommunikációs eszközök eltérő hozzáférhetőségében, hanem inkább az igénybevétel eltérő hatékonyságában van. Azok mögött a gazdasági sorompók mögött, amelyek korábban a tömegkommunikációs eszközök tömeges elterjedésének útjában álltak, az iskolázottságnak sokkal hosszabb idő alatt leküzdhető korlátai tűntek fel, amelyek továbbra is akadályozzák a kulturális szempontból kedvezőtlenebb helyzetű csoportok hatékonyabb informálódását.



²³ Az eltéréseknek feltehetően a két nem szocializációjában meglévő különbségek adják az alapját. A nőknél nagyobb jelentőségű a családi munkamegosztásban betöltendő szerep. A férfiak szocializációja során hangsúlyosabb jelentőségű a citoyen-szerepre való felkészítés. Az eltérő szocializációs szerepek alapján kialakuló motivációs különbségek valószínűleg már megalapozzák a politikai ismeretek iránti eltérő fogékonyságot.

Az eltérések okai

Az információfelvétel viszonylag mérsékelt hatékonyságának és a hatékonyság rétegspecifikus eltéréseinek magyarázatát keresve az alábbi okok tűnnek a legkézenfekvőbbnek:

1. Az iskolai tanulás és a tömegkommunikációs tartalmak befogadása az ismeretelsajátítás különböző módszereit és rögzítési technikáit alakítja ki az emberekben. Az intézményes tanulás során közvetített ismeretek viszonylag szilárd rendszert alkotnak. Az ismeretek közötti összefüggések zártak, az információk általánosított formában, megfelelő elméleti-logikai keretben kapnak kifejtést. Az új ismeretek jól illeszkednek az ismeretek és elvek korábban elsajátított rendszeréhez. Ha a tanulási folyamat sikeres, az ismeretek szerves rendszert alkotnak, és viszonylag kevés a más tényektől izolált, mozaikszerű információ. Az iskola kialakít egy olyan készséget a tanulóban, hogy az információk jelentős részét ne csak megjegyezze, hanem beépítse tudáskészletébe (általánosító tanulás).

A tömegkommunikációs eszközök ettől eltérő módon közvetítik információikat. Az információk jelentős része nem lezárt, hanem még mozgásban levő eseményekre vonatkozik. Az ilyen közlemények bármennyire is meghatározott szemléleti keretben, elméletileg körvonalazott formában jelennek meg, a konkrét információk tömegessége, a közlemények nyers érzékletes megjelenítése miatt az iskolai tudásközvetítéshez képest kisebb mértékben építik ki az általánosító elsajátítás lehetőségét. A tömegkommunikáció közleményei gyakrabban idéznek elő egyedi esetekre vonatkozó (kazuisztikus) rögzítést, amelynek során a befogadók elszigetelt ismerettöredékeket őriznek meg az emlékezetükben.²⁴ Az egyedi esetekhez kötött elsajátított ismeretek éppúgy, mint az általánosító tanulás minden társadalmi réteg befogadói magatartásában előfordulnak, arányuk azonban rétegenként különböző. Azokban a társadalmi csoportokban, amelyeket magasabb iskolázottság jellemez, az általánosító és az egyedi esetekhez kötött ismeretek halmazán belül az előbbinek, az alacsonyabb iskolázottságú csoportokban az utóbbinak nagyobb a viszonylagos súlya. A közlemények kevésbé rendszeres, esetenként szórványos jellege következtében a tömegkommunikációs eszközök által kibocsátott és a hallgatókat-nézőket ténylegesen elérő információkat is kevésbé hatékonyan dolgozzák fel az emberek, mint az iskola által nyújtott ismeretrendszert. A memorizálás jobban kifejlesztett technikáinak, különösen pedig az általánosítás útján történő elsajátítás módszereinek eredményes alkalmazásával az iskolázottabb rétegek más, kevésbé kulturált rétegeknél hatékonyabban dolgozzák fel a közleményeket.

2. A tömegkommunikációs eszközök nyelvezete nem egyformán van távol az egyes társadalmi rétegeknek a mindennapi életben használt nyelvi világtól. Mindenekelőtt Bernstein munkássága irányította rá a figyelmet a társadalmi struktúrában elfoglalt hely, a szocializáció és a beszédmód összefüggéseire, amelyek adott esetben komoly nyelvi sorompókat jelentenek a különböző kódokat használó osztályok között. Bernstein a kódoknak két alapformáját különböztette meg: a kidolgozott és a korlátozott kódot. Az előbbi szövegösszefüggéshez kötött, a jelentéseket nem teszi egyértelművé, az egyéni viszonyulás kialakítására kevésbé alkalmas, mondattanilag viszonylag merev, kevés alternatívát alkalmaz. A kidolgozott kód jelentése a szövegösszefüggéstől függetlenül is érthető, a kód inkább lehetővé teszi az egyéni reagálást, emellett a kommunikáció hajléko-

²⁴ A generalizáló és kazuisztikus tanulás megkülönböztetését H. Sturmól vettem át, akinek a tömegkommunikációs tartalmak befogadásáról és a tanulásról vallott számos észrevételét felhasználtam. Vö.: H. Sturm: Masse — Bildung — Kommunikation. Ernst Klebt Verlag, Stuttgart, IV. fejezet.

nyabb, tehát nehezebb az alkalmazott mondattani alternatívákat előre megjósolni.²⁵ A kétfajta kód használata az egyes szubkultúrák eltérő társadalmi viszonylataihoz és sajátos szocializációs rendjéhez kötődik. Bernstein szerint a munkás-szubkultúrákban a korlátozott, a középrétegek szubkultúráiban a kidolgozott kódok uralják a kommunikációt. A két kódrendszer között nem lát hierarchikus, értékbeli különbséget, mégis úgy találja, hogy miközben a kidolgozott kód használója könnyen eligazodik a korlátozott kódok világában, addig az utóbbi használójának komoly nehézséget okoz a kidolgozott kódokban folyó kommunikáció.

Az iskola, a tudományok, a tankönyvek nyelvi világa a kidolgozott kódra épül, és ez a korlátozott kódot használó rétegek számára megértési, alkalmazkodási és azonosulási problémákat okoz: „... azok a tanulási stratégiák, azok a megtanulandó dolgok, amelyekre ez a kód állítja be a gyermeket, nincsenek összhangban azokkal, amelyeket az iskola követel meg. Ha a gyermek érzékeny az iskola kommunikációs rendszerére, s ezáltal az iskola tanulási szisztémájára és viszonyrendszerére, akkor az iskola elősegíti a gyermek szimbolikus és társadalmi fejlődését; ha viszont a gyermek nem érzékeny az iskola kommunikációs rendszerére, akkor társadalmi és szimbolikus váltást tapasztal az iskolában. Az első esetben kifejlődik a gyermek társadalmi azonosságérzete, a másodikban megváltozik”.²⁶ A szubkulturális hátrányból így további kommunikációs, tudásbeli és társadalmi hátrányok keletkeznek.

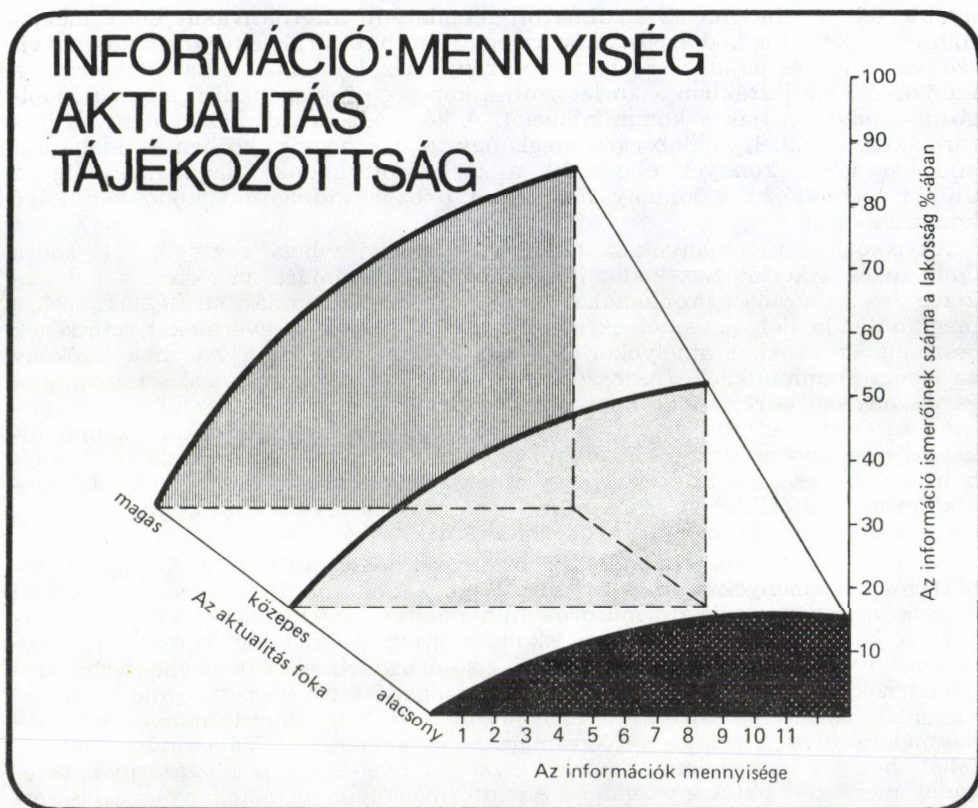
Az iskola nyelvéről elmondottak bizonyos módosításokkal a tömegkommunikációs közlemények számos típusára is vonatkozathatók. A hírek, a politikai adások, az ismeretterjesztő műsorok túlnyomórészt a kidolgozott kódokra épülnek. A kommunikátorok részben iskolai végzettségüknél fogva, részben az újságírás nyelvi tradíciói következtében elsősorban ebben a kódrendszerben fogalmazznak. H. Albrecht a tévéhíradó befogadásáról végzett „utánmondási” vizsgálatában arra a következtetésre jutott, hogy a tévéhíradó már csak nyelvhasználat miatt is számos néző számára nehezen érthető.²⁷ Valószínűnek látszik tehát, hogy a tömegkommunikációs eszközök nyelvezete is hozzájárul a befogadás mérsékelt hatékonyságához. Az információfelvétel hatékonysága elsősorban azokban a rétegekben kedvezőtlen, amelyeknek nyelvezete viszonylag távol esik a tömegkommunikációs eszközök szóhasználatától.

3. Az információszükségletek hierarchiája rétegspecifikus. A hierarchia különböző fokozatain elhelyezkedő más-más összetételű referenciacsoportok különböző informáltsági normákat támasztanak az emberekkel szemben, különbözőképpen jutalmaznak vagy büntetnek az informáltság bizonyos színvonalát. A mindennapi tevékenységhez, az életben kitűzött célokhoz objektíve szükséges információknak és az információszükségleteknek a viszonya is rétegspecifikusan alakul. Amíg a hierarchia magasabb szintjein az információszükséglet egyes témákban — a referenciacsoportok hatására — akár meghaladhatja az objektíve szükséges információk szintjét, addig a hierarchia alsó felében inkább fordított a helyzet: gyakran előfordul, hogy az élet sikeres folytatása szempontjából szükséges információk nem tudatosulnak, nem válnak információszükségletté. A különböző csoportok eltérő érdekérvényesítési lehetőségei következtében a tömegkommunikációban közölt témastruktúrák közelebb állnak a kedvezőbb és

²⁵ Vö.: Bernstein: Társadalmi osztály, nyelv és szocializáció. Valóság. 1970. 11. sz. Hazai kutatóknak sikerült kimutatni, hogy a két kódrendszerrel jellemzett nyelvi különbségek a magyar gyerekek beszédében is megtalálhatók. Lásd Papp Mária—Pléh Csaba: Nyelvhasználat és társadalmi helyzet. Szociológia, 1972. 2. sz.

²⁶ B. Bernstein: Nyelvi szocializáció és oktathatóság. In: Társadalom és nyelv. Szociolingvisztikai írások. Gondolat, Budapest, 1975. 394. old.

²⁷ Vö.: H. Albrecht: Sprachbarrieren vor dem Bildschirm. Rundfunk und Fernsehen, 20. Jahrgang, 1972. 3. sz.



távolabb a kedvezőtlenebb helyzetű csoportok aktualitási hierarchiájához.²⁸ A magasabb szintű aktualitás kedvezően befolyásolja az információfelvétel hatékonyságát.

Azokban a társadalmi csoportokban, ahol az adott témának nagyobb az aktualitása — ha azonosnak tételezzük fel az információfelvétel hatékonyságának egyéb összetevőit —, ugyanolyan mennyiségű információ viszonylag nagyobb tájékozottsághoz vezet, mint azokban a csoportokban, ahol a témának kisebb az aktualitása.

Az aktualitás rétegspecifikus jellegével magyarázható, hogy olykor viszonylag alacsony iskolázottságú rétegekben a tömegkommunikációs eszközök egy-egy információja nagyobb arányban válik ismertté, mint egyébként nagyobb tudással rendelkező tájékozottabb rétegekben. Így pl. 1976 nyarán az irodai dolgozók nagyobb arányban tudtak az őket közvetlenül érintő létszámstopról, mint a felső fokú végzettségűek.

²⁸ Az érdekvérvényesítési lehetőségek kevésbé kutatott témájához érdekes adalékot nyújt Jakab Zoltánnak az a kutatása, amelyben vizsgálat tárgyává tette, hogy a rádió és televízió információk, illetve riportműsoraiban milyen arányban szólaltak meg a különböző társadalmi rétegek tagjai. Az egyes társadalmi rétegek szereplése jelentősen eltért az egyes rétegek arányaitól. Mindenekelőtt az értelmiségiek, illetve a vezető állásúak voltak túlsúlyban. Vö.: Jakab Zoltán: Kik szólalnak meg a rádióban és a televízióban? TK Közlemények, 1972. 31. sz.

4. A társadalmi rétegződés és az iskolázottság szerint jelentős különbségek vannak a különböző kommunikációs csatornák együttes használata tekintetében. A mindhárom tömegkommunikációs eszközt naponta igénybevevők arányában nagyobb különbségeket találunk, mint a valamelyik tömegkommunikációs eszköz rendszeres használói között. Amíg pl. a nyolc osztálynál alacsonyabb iskolai végzettségűek között 82%, a diplomásoknál 98% (különbség 16%) a rendszeres igénybevevők aránya, addig mindhárom tömegkommunikációs eszközt rendszeresen használja a nyolc osztállyal rendelkezők 24%-a, a diplomásoknak pedig 62%-a (különbség 38%). Ezt a hatást erősíti, hogy általában a hetilapok, különösen pedig néhány, a színvonalasabb ismeretterjesztés és tájékoztatás szempontjából fontos hetilap elsősorban az iskolázottabb csoportokban van elterjedve. Így pl. a Magyarországi olvasóinak 65%-a, az Élet és Tudomány, illetve a Film, Színház, Muzsika olvasóinak 53—53%-a a középiskolai végzettségűek, illetve a diplomások közül kerül ki, holott e két csoport aránya a felvétel időpontjában nem érte el a felnőtt lakosság 20%-át.²⁹ Valószínűleg hasonló vagy még erősebb ez a tendencia a folyóiratok közönségében.

Ha a „nyitott” csatornák mellett a „kvázi-nyitott” szervezeti-intézményes csatornákat is figyelembe vesszük, a párhuzamos igénybevétel még erőteljesebben érvényesül. A társadalmi hierarchia magasabb szintjein elhelyezkedők részvétele a szervezeti-intézményes csatornáknál nagyobb mértékű, mint a hierarchia alacsonyabb szintjein elhelyezkedőké.³⁰ A szervezeti-intézményes csatornák szelektált közönségének társadalmi rétegek szerinti összetétele kedvezőbb, mint a nagyközönség egészéé.³¹ A tömegkommunikációs eszközök komplex használata összekapcsolódik a szervezeti-intézményes fórumokon cirkuláló információk intenzívebb igénybevételével.

A szóbeszéd útján történő informálódás rendkívül széles körű. Fontosságát mutatja, hogy bizonyos helyzetekben, nagy aktualitású témák esetében az informálódás döntő, a tömegkommunikációs eszközök hatását is sok tekintetben felülmúló közegévé válhat.³² De kisebb aktualitású témáknál is — elsősorban az alacsonyabb gazdasági és kulturális szinten levő rétegeknél — ez a tájékozódás végső soron rendelkezésre álló forrása. A személyes csatornákon áramló információ minősége szempontjából azonban jelentősek a rétegspecifikus különbségek. A személyes kommunikáció ténylegesen igénybe vehető csatornáit messzeemenően behatárolja a társadalmi hierarchiában elfoglalt pozíció. A kedvezőbb helyzetű, tájékozottabb rétegek tagjai a hozzájuk közel eső helyzetű, tehát rendszerint informáltabb emberekkel lépnek érintkezésbe, míg a hierarchia alacsonyabb szintjein a kisebb tájékozottságú emberek egymással kommunikálnak.³³ Így a személyes kommunikáció csatornáit ott közvetítik az „értékesebb” információkat, ahol az egyéb kommunikációs csatornáknak amúgy is nagyobb arzenálja áll rendelkezésre.

²⁹ Lásd Szekfű András: A magyar sajtó olvasói. TK Tanulmányok. VIII. évf. 2. sz. Budapest, 1976. A 92. oldalon levő táblázat.

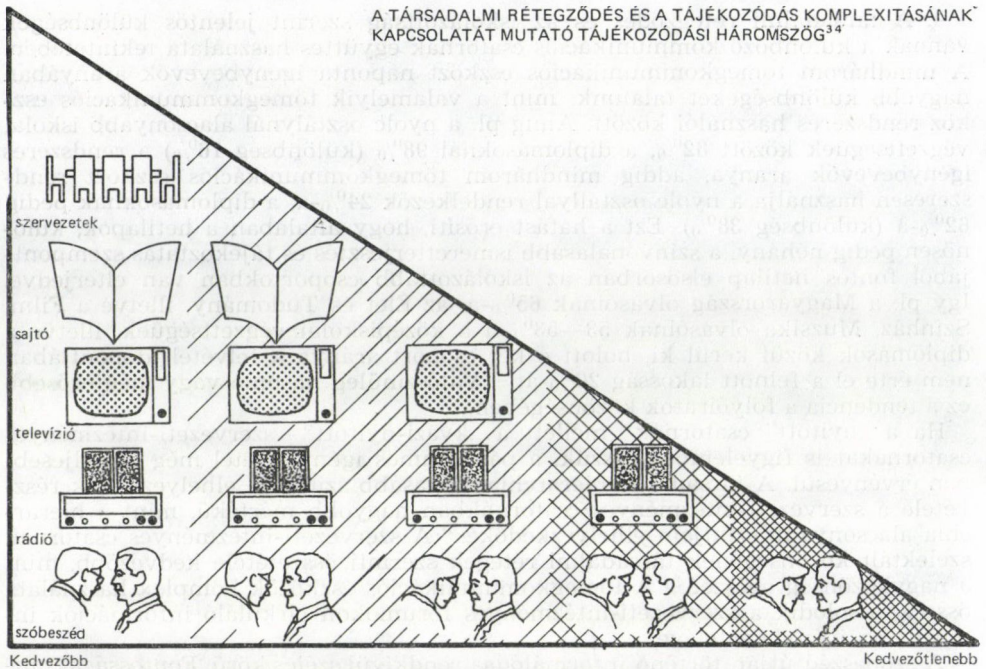
³⁰ Vö.: Angelusz Róbert—Váradi László: Kisvárosi közélet 1970. In: Az információtól a közéletig. Kossuth Kiadó, 1973.

³¹ A szervezeti-intézményes csatornán folyó kommunikációval kapcsolatban lásd S. Molnár Edit: Véleményalkotás és információszervezés. In: Információtól a közéletig.

³² 1975. és 1979. között a gazdasági közhangulat témakörébe vágó vizsgálataink során számos esetben tapasztaltuk, hogy az áremelésekről lényegesen többen szereztek tudomást személyes forrásokból, mint a tömegkommunikációs eszközök útján. Lásd pl.: Angelusz Róbert—Nagy Lajos Géza—Tardos Róbert—Terestyéni Tamás: A gazdasági kérdések és feladatok visszatükröződése a tömegtájékoztatási eszközökben és a közgondolkodásban. Gazdaság, 1979. 3. sz.

³³ Az informális kommunikáció során érvényesülő szelekcióhoz egy budapesti iparvállalatnál végzett vizsgálatunk számos adalékot nyújtott. Így pl. a vállalat egyik főosztályán végzett szociometriai vizsgálat azt mutatta, hogy az emberek a saját, illetve a közvetlenül felettük levő csoport felé orientálódnak. Különösen nagy volt az értelmiség és a vezetők egymással való belső kontaktusainak száma. Más adatok arra utaltak, hogy a politikai véleményvezérek jórészt egymás között kommunikálnak. Lásd Angelusz Róbert—Csepeli György—Kulcsár László—S. Molnár Edit: A kommunikáció folyamata és a vélemények alakulása. MRT TK Budapest, 1974. VI. évf. 4. sz.

A TÁRSADALMI RÉTEGZŐDÉS ÉS A TÁJÉKOZÓDÁS KOMPLEXITÁSÁNAK KAPCSOLATÁT MUTATÓ TÁJÉKOZÓDÁSI HÁROMSZÖG³⁴



A kommunikációs csatornák nagyobb készlete, a több forrásos informálódás lehetősége természetesen jelentős az informálódás hatékonysága szempontjából. A több csatorna hatása akkor is számítana, ha pusztán mennyiségi növekedésről, ugyanazoknak az információknak a többszöri ismétlődéséről volna szó. A nagyobb hatékonyság azonban nemcsak az ismételt igénybevétel megerősítő, rögzítő hatásán keresztül érvényesül. A több csatornás tájékozódás több dimenziós informálódást, az alternatív értelmezések szélesebb hálózatát is jelenti. Ez az árnyaltabb, kontrasztokkal és feszültségekkel telítettebb tájékozódás növekvő mértékben indukál információszükségletet és ezen keresztül is növeli a hatékony tájékozódást.

A vélemények rétegződése

Az eddigiek során azt vizsgáltuk, hogy a különböző társadalmi rétegekben milyen különbségek alakulnak ki a felülről lefelé haladó információk igénybevétele és az informálódás hatékonysága szerint. Amikor a *véleményformálódás* lehetőségeit vesszük szemügyre, megfordítjuk vizsgálódásunk irányát. A közéleti-politikai kérdésekben való véleményformálódás elemzésével az alulról felfelé irányuló információáramlás szférájához közelítünk: azt kísérreljük meg nyomkövetni, hogy a vélemények kialakításának rétegspecifikus különbségei mennyiben jelentenek eltérő esélyeket a rétegszükségletek tudatosításában és közvetítésében.

³⁴ A tájékozódási háromszög Szecske Tamás sémája, amely jól szemlélteti, hogy a hierarchián lefelé haladva hogyan szűkülnek be a kommunikáció csatornái. Lásd: Az információtól a közéletig. Kossuth Kiadó, 1973. Előszó.

Jóllehet széles körben előfordul egy olyan nézet, hogy a legkülönbözőbb kérdésekben jóformán minden embernek van véleménye, valójában a társadalom igen bonyolult rétegződést mutat a véleményekkel való rendelkezés, a vélemények minősége, informáltsága, stabilitása tekintetében. A kedvezőbb helyzetű társadalmi csoportoktól a kedvezőtlenebbek felé haladva a véleményformálódásban is hátrányok halmozódnak fel. Bizonyos különbségek már akkor is megfigyelhetők, ha számba vesszük, hogy különböző kérdésekben az iskolai végzettségtől függően hogyan alakul a véleménynyilvánítók és a vélemény nélküliek aránya. A véleménykérdések túlnyomó többségénél megfigyelhető, hogy az iskolai végzettség emelkedésével növekszik a véleménynyilvánítók és csökken a vélemény nélküliek hányada. Egyik kutatásunk során, amelyben 18 különböző gazdasági, illetve politikai kérdésnél vizsgáltuk a vélemény nélküliség alakulását, azt tapasztaltuk, hogy a nyolc osztálynál alacsonyabb végzettségűek 21⁰/₀-a, a nyolc osztályt végzettek 9⁰/₀-a, a középiskolai végzettséggel rendelkezők 6⁰/₀-a, a diplomások 2⁰/₀-a adott „nem tudom” választ. Külpolitikai kérdéseknél, ahol a speciális közönség rendszerint szűkebb körű, még markánsabbak a különbségek. A végzettségi szinteken 50, 22, 16, illetve 2⁰/₀ a vélemény nélküliek aránya.³⁵

A „nem tudom” válaszok arányából azonban csak korlátozott érvényességgel következtethetünk a vélemény nélküli, illetve a véleménynyilvánító közönség méreteire. Az így válaszolók ugyanis különböző típusokra bonthatók, akiket eltérő motivációk jellemeznek. A „nyílt vélemény nélkülieknek” valóban nincs az adott kérdéstről véleményük, és azt válaszukban nyíltan kifejezésre juttatják. A „véleményleplezőkre” az jellemző, hogy van véleményük, de valamilyen okból titkolni akarják, és így valódi nézetüket „nem tudom” válasz mögé rejtik. Sajátos esete ennek, amikor különböző iskolázottsági szinteken különbözőképpen ítélik meg egy kérdés kényességét, és az iskolázottabb csoportokban gyakoribb a vélemény nélküliek aránya.³⁶ A viharos véleményváltozásokkal jellemezhető periódusokban különösen gyakorivá válik az „elbizonytalanodók” típusa, amely éppen felúton van régi és majdani véleménye között, és átmeneti bizonytalanságát „nem tudom” válasszal fejezi ki.³⁷ Kutatási tapasztalataink alapján különösen fontosnak tűnik „a rejtett vélemény nélküliek” típusának az elkülönítése, akiknek valójában nincs véleményük, de kerülni akarják ennek látszatát, és ezért bármelyik felkínált válaszlehetőségre rábólintanak.

A rejtett vélemény nélküliség mérésére, valamint a véleménynyilvánító közönség árnyaltabb tagolására olyan módszert dolgoztunk ki, amely számításba veszi a vélemények eltérő stabilitását.³⁸ Az előzetesen kialakult, stabil, gyakran a szokásmechanizmusok által különböző mértékben rögzített vélemények és a mulékony, ingadozó, a mindennapi élet szituációiban rögtönzött véleményreakciók között az átmenetek sokféle változata fordul elő, és a különböző szilárdaságú nézeteknek különböző a súlya, jelentősége a közvélemény formálódása szempontjából.

A vélemények stabilitása két szempontból is nézhető. Az egyik esetben azt vizsgáljuk, hogy egy adott időpontban a véleményeknek mennyire van kikris-

³⁵ Vö.: Angelusz Róbert—Pataki Judit: Külpolitikai kérdések: Közönség és közvélemény. Rádió és Televízió Szemle, 1975. 2—3. sz.

³⁶ Vö.: Angelusz Róbert—Pataki Judit idézett tanulmányával.

³⁷ Lásd Angelusz Róbert—Nagy Lajos Géza—Terestyéni Tamás—Tardos Róbert: Gazdasági közhangulat és közgondolkodás. Rádió és Televízió Szemle, 1976. 2. sz.

³⁸ Egyik első kutatásunkat, amelyben a stabilitás szintjének mérésére törekedtünk, 1973-ban vállalati környezetben végeztük. Lásd: Angelusz Róbert—Csepeli György—Kulcsár László—S. Molnár Edit: Idézett tanulmány. 1974-ben Pataki Judittal és Lovas Annával országos reprezentatív mintákon kezdtünk kutatást, amelynek során a módszert egyszerűbbé és könnyebben kezelhetővé tettük. Az öt válaszlehetőséget tartalmazó skáláról hármas skálára tértünk át. Kutatásaink eredményeiről lásd még Angelusz Róbert—Pataki Judit: A jövedelemkülönbségek alakulása a közvéleményben. Rádió és Televízió Szemle 1975. 4. sz., illetve Angelusz Róbert és Pataki Judit korábban idézett tanulmánya.

tályosodott, stabil iránya, hogy különböző, esetleg egymással ellentétes kérdés-feltevések hatására mennyire őrzik meg eredeti irányukat. A másik esetben dinamikus perspektívában szemléljük a véleményeket. Azt vizsgáljuk, hogy egy viszonylag hosszabb időközben különböző események, benyomások hatására milyen változás következett be a véleményekben, illetve mennyire szilárdan őrzik meg eredeti arculatukat. A két jelenség világos megkülönböztetése céljából az előbbit a vélemények perzisztenciájának, az utóbbit a vélemények stabilitásának nevezem. Perzisztencia és stabilitás természetesen nem független egymástól — valószínűnek látszik pl., hogy a perzisztens vélemények hosszú távon is inkább megőrzik eredeti irányukat, mint az irányuk szempontjából eredetileg is bizonytalan vélemények —, a perzisztenciának és a stabilitásnak ez az összefüggése azonban nem feltétlen érvényű. A nagy aktualitású témák, a gyors véleményváltozások sodrában a perzisztens vélemények is gyakran megváltozhatnak. Akik számára viszont a témának csekély aktualitása van, azok esetleg kevésbé perzisztens nézetüket hosszabb távon is megőrizhetik, mert környezetükben kevés a véleményváltozás irányába ható ösztönzés.

A vélemények perzisztenciájának mérésére olyan módszert dolgoztunk ki, amely lehetővé teszi a perzisztens véleményűek, az ingadozók, a rejtett vélemény nélküliek és a nyílt vélemény nélküliek elkülönítését.

A típusok kialakításához a következő módszert használtuk: a kutatás során két, egymással megegyező országos reprezentatív mintán dolgoztunk. Az egyik mintánál rendre három alternatívás véleménykérdéseket tettünk fel, és a megkérdezett választott a felkínált válaszlehetőségek közül. A másik mintánál a korábban három alternatívás kérdésekből három külön kérdést csináltunk, és mind-egyik válaszalternatíváról megkérdeztük, hogy a kérdezett egyetért vagy nem ért vele egyet. Az egyes válaszalternatívákat a kérdőív egymástól távolosó pontjain helyeztük el.

Perzisztens véleményűeknek azokat tekintettük, akik kitartottak eredeti véleményük mellett. Egy kérdés válaszlehetőségei közül csak eggyel értettek egyet, a többi pedig elutasították.

Ingadozó véleményűeknek azokat tekintettük, akik egy kérdés válaszlehető-

*A véleménnyel nem rendelkezők és a véleménnyilvánító közönség aránya a hagyományosan mért nyílt véleménynélküliség, illetve a rejtett véleménynélküliség mérésére alkalmas módszer alapján az egyes iskolai végzettségi szinteken**

(%-ban)

	8 általánosnál kevesebbet	8 általánost	középszkolát végzettek	egyetemet	összesen
Nyílt véleménynélküliek	21	9	6	2	13
Véleménnyilvánító közönség**	79	91	94	98	87
Összesen	100	100	100	100	100
Összes véleménynélküliek***	48	25	12	8	33
Véleménnyel rendelkező közönség	52	75	88	92	67
Összesen	100	100	100	100	100

* A táblázat a 18 véleménykérdés válaszaira épül, és az azokból számított átlagokat tartalmazza.

** Nyílt véleménynélkülieken mindig a hagyományos módszerrel mért „nem tudom” válaszadókat értjük.

*** Összes véleménynélkülieken a perzisztenciát is figyelembe vevő módszerrel rejtett véleménynélkülieknek bizonyulókat és a nyílt véleménynélkülieket együttesen értjük.

ségei közül polárisan ellentétes véleményeket nem választottak, de valamelyik poláris véleménnyel és a közbűlső véleménnyel egyetértettek.

Rejtett véleménynélkülieknek azokat minősítettük, akiknél a vélemény iránya nem volt megállapítható, mert vagy minden válaszlehetőséggel egyetértettek, vagy legalábbis egymással polárisan ellentétes véleményekkel értettek egyet.

Nyílt véleménynélkülieknek azokat tekintettük, akik nyíltan deklarálták véleménynélküliségüket.

A két különböző módszerrel szerzett adatok számottevő különbséget mutatnak. A rejtett véleménynélkülieket is figyelembe véve ugyanis jelentősen megnő az összes véleménynélküliek és összeszűkül a véleménynyilvánító közönség aránya. Amíg a hagyományos technikát alkalmazva 13% a véleménynélküliek aránya, addig a rejtett véleménynélküliséget is figyelembe véve a lakosság egyharmada véleménynélkülinek bizonyult. Ennek megfelelően a véleménynyilvánító közönség a felnőtt lakosság 87⁰/₀-áról 67⁰/₀-ára csökkent. (Utóbbi adat a perzisztens és az ingadozó véleményűeket tartalmazza.) A rejtett véleménynélküliséget is figyelembe véve elsősorban a nyolc osztálynál alacsonyabb iskolai végzettségűek között jelentős az eltolódás. Amíg a hagyományos technikával mérve csak 21⁰/₀-uk, addig a rejtett véleménynélküliséget is számításba véve 48⁰/₀-uk bizonyult véleménynélkülinek. A hagyományos technikával mért adatokhoz képest a véleménynélküliek hasonló jellegű, de rendre kisebb jelentőségű összeszűkülését találjuk a magasabb iskolázottsági szinteken.

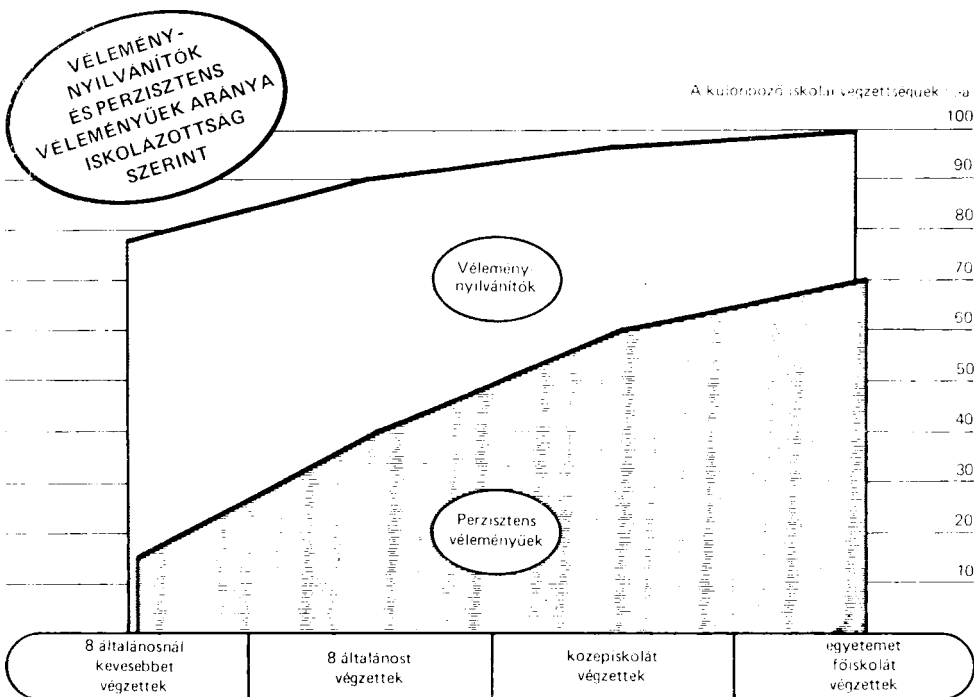
Az eddigiéknél jelentősebb csoportspecifikus különbségeket észleltünk, amikor megvizsgáltuk, hogy miként alakul a perzisztens véleményűek aránya az iskolai végzettség és a foglalkozási csoportok szerint. A nyolc általánosnál alacsonyabb iskolai végzettségűeknél 19%, a nyolc osztályt végzeteknél 45%, a középiskolai végzettséggel rendelkezőknél 61%, a diplomásoknál 67% a perzisztens véleményűek aránya. Az alacsonyabb iskolai szinthez képest viszonylagos és abszolút értelemben egyaránt a nyolc osztály elvégzése jelenti a legnagyobb mérvű javulást. Az ennél alacsonyabb végzettségűeknél a határozott irányú vélemény a vizsgált kérdésekben csak szórványosan fordul elő.

A perzisztens vélemények arányának hasonló jellegű csökkenését figyelhetjük meg az értelmiségiek, illetve a felső szintű vezetők felől a mezőgazdasági fizikai munkát végzők, illetve a háztartásbeliek csoportja felé haladva. Az értelmiségieknél és a felső szintű vezetőknél 69%, az alsó szintű vezetőknél 52%, az irodai dolgozóknál, illetve a középszintű szakembereknél 53%, a szolgáltatásban és az iparban dolgozóknál 43%, a mezőgazdasági fizikai munkát végzőknél 14%, a háztartásbelieknél 17% a perzisztens véleményűek aránya. A véleménynyilvánítás területén megfigyelhető tendenciák bizonyos hasonlóságot mutatnak azzal, amit az informálódást jelző mennyiségi mutató és az informálódás hatékonysága viszonylatában tapasztaltunk.

A tradicionális technikával mért véleménynyilvánítás az iskolai végzettség szerint viszonylag jelentéktelen különbségeket mutat. Sokkal jelentősebbek az eltérések a vélemények perzisztenciája tekintetében. Mennél magasabb iskolai szinthez közelítünk, annál nagyobb az esélye annak, hogy a véleménynyilvánító közönségen belül növekedjék a perzisztens véleményűek aránya. A fenti tendenciákból következik: ha feltételezzük, hogy a perzisztens véleményűek az általánosnál nagyobb szerepet játszanak a vélemények formálódásában, akkor a magasabb iskolai végzettségűek nagyobb szerepet játszanak a közvélemény részét képező domináns véleményáramlatok kialakításában, mint ahogy arra a véleménynyilvánító közönségben elfoglalt arányaikból következtethetnénk.

Az egyes társadalmi-demográfiai változóknak a vélemények perzisztenciáját befolyásoló hatásának mérésére több változós elemzést is alkalmaztunk, ahol az egyes változók szerepét több szempontú variancia-analízissel vizsgáltuk. Az elem-

A TÁJÉKOZÓDÁS ESÉLYEI



zésbe bevont négy változó az iskolai végzettség, a nem, a lakóhely és a kor volt.³⁹ E változók a teljes szórásnégyzet 41%-át magyarázták. A legerősebb változónak az iskolai végzettség bizonyult. Elhagyása a változók közül csaknem a felére csökkentette a magyarázott teljes szórásnégyzetet.⁴⁰ A budapestiek, a férfiak perzisztensebb véleménye jelentős mértékben, a fiatalabbaké pedig teljesen magasabb iskolázottságból adódott.

Mind a vélemények perzisztenciájánál, mind a hírfogyasztói magatartásnál azt láttuk, hogy az iskolai végzettség, illetve a foglalkozási hierarchia szerint felfelé haladva együtt emelkedik az informált típusok, illetve a perzisztens véleményűek aránya.

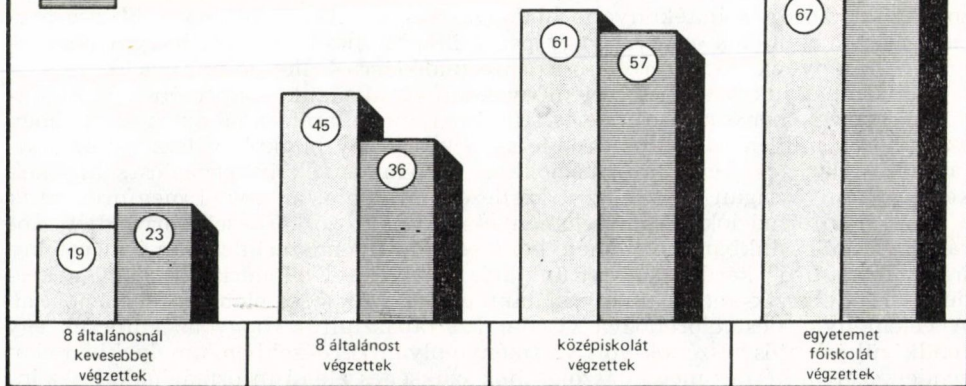
Felvetődik a kérdés, hogy az észlelt „párhuzamosság” mennyiben adódik abból, hogy mindkettőt a „független változók” hasonlóképpen szabályozzák, illetve milyen mértékben abból, hogy e kapcsolat mellett az informáltság és a vélemények perzisztenciája között egy közvetlen kölcsönhatás is érvényesül. A legerősebb független változó, az iskolai végzettség hatását „kiszűrve” azt tapasztaltuk, hogy csak a két alacsonyabb iskolai végzettségű csoportban meghatározó jelentőségű a hírfogyasztói magatartás és a perzisztencia közötti összefüggés. A

³⁹ A több dimenziós elemzéshez a 18 kérdésből 9-et választottunk ki. A 9 kérdésből hierarchikus skálát szerkesztettünk. A skála segítségével azt mértük, hogy a vizsgált személyek a 9 kérdésből hányban bizonyultak perzisztensnek. A variancia-analízis során a foglalkozási csoportot nem vontuk be az elemzésbe, mert a háromdimenziós táblák alapján úgy láttuk, hogy az iskola és a foglalkozás szoros összekapcsolódása és interferenciája miatt alig növelné a megmagyarázott teljes varianciát.

⁴⁰ Az iskola elhagyása 22, a lakóhely 37, a nem 39, a kor 40%-ra csökkentette a megmagyarázott varianciát. A változók magyarázó ereje „önmagában” — az interferencia-hatás kiszűrése előtt — a következő volt: iskola 16%, lakóhely 11%, nem 7%, kor 7%. A két adatsor önmagában is az iskola erős interferencia-, illetve interakció-hatását valószínűsíti.

AZ INFORMÁLTAK ÉS A PERZISZTENS VÉLEMÉNYÜEK ARÁNYÁNAK
ALAKULÁSA AZ ISKOLAI VÉGZETTSÉG SZERINT
(A MEGKÉRDEZETTEK SZÁZALÉKÁBAN)

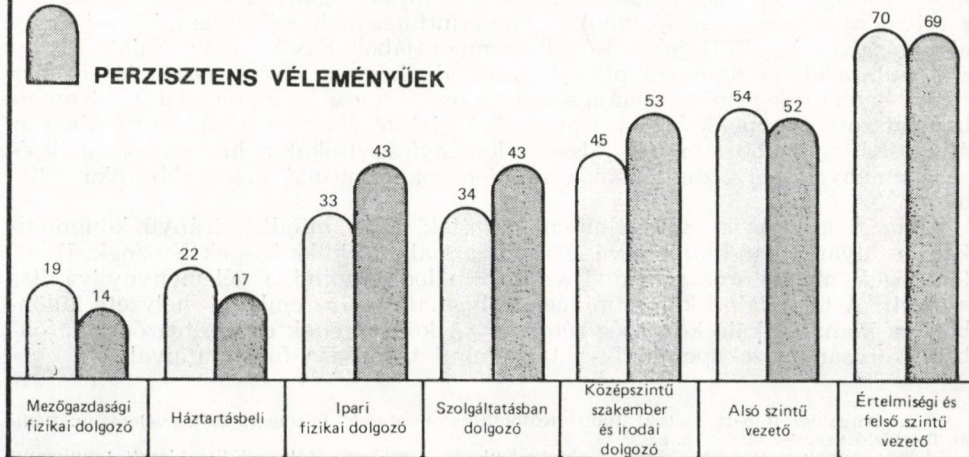
Informált hírfogyasztók
Perzisztens véleményűek



AZ INFORMÁLTAK ÉS A PERZISZTENS VÉLEMÉNYÜEK ARÁNYÁNAK
ALAKULÁSA FOGLALKOZÁS SZERINT
(A MEGKÉRDEZETTEK SZÁZALÉKÁBAN)

INFORMÁLT HÍRFOGYASZTÓK

PERZISZTENS VÉLEMÉNYÜEK



nyolc osztálynál alacsonyabb iskolai végzettségűeknél az informáltak 29⁰/₀-ának, a hírszegények 14⁰/₀-ának perzisztens a véleménye, a nyolc osztályt végzeteknél pedig 51, illetve 40⁰/₀ ez az arány.

A magasabb iskolázottságúaknál a két változó között nem találtunk közvetlen kapcsolatot. Feltevéseink szerint ez abból adódik, hogy a magasabb iskolai végzettségű csoportokban — akár informáltakról, akár hírszegényekről van szó — a mikrokörnyezet és az elsajátított kultúra inkább sarkall perzisztens vélemények kialakítására, mint az alacsonyabb végzettségűeknél. Vizsgálatunk statikus jellege nem teszi lehetővé annak eldöntését, hogy az alacsonyabb iskolázottságúak között a hatékonyabb hírfogyasztás következtében nagyobb-e a perzisztens véleményűek aránya, vagy pedig inkább arról van szó, hogy a perzisztens véleményűek között erősebb az informálódásra irányuló motiváció.

Perzisztenciájuk mellett a vélemények informáltságuk tekintetében is különböznek. A vélemények információs szintjének megállapításánál azt nézzük, hogy az emberek milyen mértékben rendelkeznek egy-egy konkrét vélemény kialakításához szükséges elemi információkkal. A vélemények információs szintjének komoly hiányosságait jelezte az a kérdezési stratégia, amelynél megfordítottuk a konkrét információkra és a véleményekre vonatkozó kérdések sorrendjét. Korábbi vizsgálatainkban a véleménykérdések előtt rendszerint olyan ismeretekre irányuló „szűrő” kérdéseket tettünk fel, amelyekkel ellenőriztük, hogy a kértetett rendelkezik-e a vélemény kialakításához szükséges elemi információkkal. A véleménykérdést előrehozva viszont azt tapasztaltuk, hogy az emberek egy rendkívül jelentős részének volt véleménye olyan kérdésekben, amelyekben nem rendelkezett a kérdés megválaszolásához szükséges elemi információkkal. Az informálatlan, illetve informált vélemények aránya az iskolai végzettségtől függően különbözött. Az iskolai végzettség emelkedésével meredeken nőtt az informált és zuhant az informálatlan vélemények aránya.⁴¹ A vélemények alacsony információs szintje azt jelzi, hogy a tömegkommunikációs eszközök számos esetben hatékonyabbnak bizonyulnak a vélemények elterjesztésében, mint az információkkal való ellátásban. A kedvezőbb helyzetű csoportoktól a kedvezőtlen helyzetűek felé haladva ez a tendencia növekvő mértékben érvényesül.

A vélemények perzisztenciája, az intenzív hírfogyasztás, a vélemények informáltsági szintje sajátos összekapcsolódást, kumulatív szerveződést mutat. Az iskolázottság és a társadalmi rétegek hierarchiájában emelkedve az intenzív hírfogyasztás, a vélemények perzisztenciája, tudati szervezethez és magasszintű informáltsága egyre jellemzőbbé válik. E tulajdonságok korántsem mellékesek a vélemények megfelelő fórumokra való eljuttatásának esélyei és a közvélemény alakulásában betöltött jelentőségük szempontjából. Egyik nagyvállalatnál végzett kutatásuk eredményei pl. azt mutatják, hogy a hírfogyasztás intenzitása és a vélemények perzisztenciája szorosan összefügg a kommunikációs folyamatban játszott szerepekkel. A vélemények kialakításában és tovagyűrűzésében az átlagosnál nagyobb szerepet játszó véleményirányítókat a hírfogyasztásnak és a vélemények perzisztenciájának minden más típusnál magasabb foka jellemezte.⁴²

A hazai kutatások egyértelműen igazolják, hogy mindkét irányú kommunikációs folyamatban számottevő és rendszert alkotó különbségek léteznek. E különbségek meghatározzák mind az informálódás, mind a véleménynyilvánítás esélyeit. A társadalmi kommunikáció folyamatában az emberek helyzete különböző, a kommunikáló közönség rétegzett. A közönségnek ez a rétegződése azonban szorosan összekapcsolódik a társadalmi tagozódás folyamataival.

⁴¹ Vö.: Angelusz Róbert—Pataki Judit: Külpolitikai kérdések, közönség és közvélemény. Rádió és Televízió Szemle, 1975. 2—3. sz.

⁴² Lásd: Angelusz Róbert—Csepeli György—Kulcsár László—S. Molnár Edit: Idézett tanulmány.

INTERUNION 1980

A rádiós és televíziós szövetségek harmadik világkonferenciája



Beszélgetés Tömpe Istvánnal, az ÁRTB elnökével

Ez év február 27. és március 5. között Tokióban, a japán NHK rádió- és televíziótársaság vendégeként találkoztak a világ rádiós és televíziós szövetségeinek képviselői. Tömpe István, az igazgatótanács soros elnökéként vezette az OIRT (Organisation International Radio et Télévision) küldöttségét ezen az Interunionnak nevezett konferencián. Tapasztalatairól és a tanácskozás ajánlásairól kértünk tőle tájékoztatást.

Csakugyan világkonferencia volt a tokiói?

Az volt Róma és Rio de Janeiro után harmadízben a japán fővárosban a Rádió és Televízió Társaságok Szövetségeinek delegátusai találkoztak: 40 ország 125 küldöttje képviselt 9 regionális szervezetet.

A találkozót ezúttal az Ázsiai—Csendes-óceáni Rádió és Televízió Társaságok Szövetsége (ABU) rendezte. Az esemény jelentőségét hangsúlyozandó Ja-

(A részt vevő szövetségek: ASBU — Arab States Broadcasting Union: 22 ország, 22 tag; ABU — Asia-Pacific Broadcasting Union: 34 ország, 48 tag; CBU — Caribbean Broadcasting Union: 16 ország, 24 tag; EBU European Broadcasting Union: 31 ország, 39 tag; IAAB — Inter-American Association of Broadcasters: 20 ország, 22 tag; OIRT — Organisation International Radio et Télévision Organisation: 24 ország, 28 tag; NANBA — North American National Association of Broadcasters: 2 ország, 6 tag; OTI — Organización de la Televisión Iberoamericana: 25 ország, 106 tag; URTNA — Union of National Radio and Television Organisation: 39 ország, 39 tag.)

pán miniszterelnöke nyitotta meg a konferenciát. A tanácskozás és a vita hét nyelven (angol, arab, francia, japán, német, orosz, spanyol) folyt. A konferencia napirendjén olyan témák szerepeltek, amelyek általános érdeklődésre tarthatnak számot rádiós és televíziós szakemberek körében. Az egyes témákat szakbizottságok dolgozták ki és terjesztették jóváhagyásra a teljes ülés elé. A tárgyilagos légkörben eredményesen folyt a munka, ezért úgy gondolom, hogy a kidolgozott állásfoglalásokat mind az OIRT, mind a magunk tevékenységében jól tudjuk majd hasznosítani.

Mi mindenről esett szó a tanácskozáson?

Az egyes szakbizottságok számos részletkérdéssel is foglalkoztak, s ezek leglényegesebb elemei megfogalmazódtak az Interunion ajánlásaiban, mindent összevetve azonban a konferencia fő témája a műholdas adás-vétel volt. De szóba kerültek emellett különféle műsorkérdések, műszaki fejlesztési problémák, nemzetközi jogi, sportközvetítési, hírszolgálati, rádiós-televíziós szakemberképzési gondok, lehetőségek is. E kérdések egy része közvetlenül, más része közvetve érint bennünket. S még ez utóbbiakról is hasznos volt tájékozódni: így könnyebb felbecsülnünk, hol tartunk, milyen tennivalók hárulnak ránk.

A műholdas műsorátvétel díjszabásainak mértékét sokan felpanaszolták az utóbbi években. Mit ajánlott a tárgyanál a konferencia?

A mai műhold-technika lehetővé teszi, hogy a tévéműsorok eljussanak a világ bármely pontjára. A jelenlegi műhold-tarifák viszont gátolják ezt — különösen a fejlődő országokban. Történtek bizonyos lépések a tarifacsökkentésre, s ezt e találkozó résztvevői biztatónak találták. Az információk nemzetközi áramlásának elősegítése érdekében ajánlja a konferencia, hogy „a szövetségek tegeyenek együttes és összehangolt lépéseket olyan műhold-tarifák és -struktúrák kialakítására, amelyek lehetővé tennék a műholdas közvetítések fokozott kihasználását”. Az ajánlás kedvezményeket javasol a fejlődő országok televíziós társaságai számára. De a közvetítési költségek általános leszállításának szükségességével is egyetértettek a tanácskozók.

A műholdas hírcseréről szintén tárgyalások folytak. (Ezek az EBU szervezésében, Hong Kongban folytatódnak.) Szóba került a közvetlen műsorszóró műholdak néhány jogi kérdése, valamint az úgynevezett Brüsszeli Műhold Konvenció, a „Műholdak által továbbított műsorvívó jelek elosztására vonatkozó” megállapodás, illetve annak nemzeti ratifikálása. Ez utóbbi természetesen az egyes tagszervezetek érdekvédelmét éppúgy szolgálja, mint az éterbeli nemzetközi rend kialakítását. S végül szó esett még egy, szintén e kérdéshez kapcsolódó technikai témáról. Az elektronikus hírfelvevő berendezések fejlesztése és hatékony felhasználása elengedhetetlen napjainkban. A kézben tartható elektronikus kamerák és egyéb miniatűr berendezések, valamint a hordozható földi állomások lehetővé teszik, hogy — műholdak segítségével — élőben közvetítsenek híreket a világnak szinte bármely pontjáról. A berendezéseket viszont ma még nem lehet elég gyorsan mozgatni, s a műholdak elérését szolgáló csatornák kijelölése sem folyik túl sietősen. Ez ügyben is lépéseket terveznek a Rádió és Televízió Társaságok Szövetségei.

Említette, hogy a rádiós-televíziós sportközvetítések ügye is napirendre került...

A sportesemények iránt természetesen a világ minden országában nagy az érdeklődés. Ismeretes, hogy nemcsak a közönség szórakoztatása a cél: a sporttalálkozók egymás jobb megismerését is szolgálhatják. A rádiós-televíziós szövetségeknek tehát közös érdekük az együttműködés. A világkonferencia résztvevői ezért vállalták: eljárnak a sporteseményeket szervező testületeknél, hogy támogassák a rádiós-televíziós helyszíni igényeket. Itt is vita tárgyát képezte a közvetítési jogdíjak mértéke. A nézők, hallgatók elvárhatják, hogy figyelemmel kísérhessék a legjelentősebb sporteseményeket, azonban némelyek túlzott anyagi igénye korlátozza, sőt lehetetlenné teszi ezt. Ezért az Interunion konferenciája ajánlja, hogy „a szövetségek vállalják egymás segítségét a televíziós közvetítési jogok megszerzésére irányuló tárgyalásokon és a televíziós közvetítések megszervezésében”. Az ajánlásokban szerepel továbbá, hogy a szövetségek „erősítsék meg azon véleményüket, hogy ellenzik bármely fizetési igény támasztását sportesemények rádióközvetítési jogának megszerzésére”. (Az Egyesült Államok ABC, CBS, NBC és PBS hálózata nem támogatta az ajánlást.) Az említett témákon kívül szóba került az 1984. évi nyári olimpiai játékok televíziós közvetítési jogainak kérdése, valamint egy, már most is időszerű javaslat: az tudniillik, hogy javítani kell a sportesemények rádiókommentátorainak munkakörülményeit.

A hírgyűjtés és -szórás nem kis mértékben műszaki kérdés. Miként vélekedik erről az Interunion záróokmánya?

A leghelyesebb az ajánlás szövegét idéznem. E szerint: „Figyelembe véve, hogy az egész világra kiterjedő élő közvetítések lehetősége, a műhold-rendszerek alkalmazásával realitás, és hogy ma a bárhol lezajló események élőben vagy szalagra rögzítve a nézőkhöz eljuttathatók; szem előtt tartva, hogy olyan berendezéseket fejlesztettek ki (pl. kézben tartható elektronikus kamerák), amelyek alkalmasak események élő közvetítésére vagy — mágneses képrögzítővel összekapcsolva — rögzítésükre és visszajátszásukra; szem előtt tartva, hogy olyan nagyfrekvenciás berendezéseket (pl. drót nélküli mikrofonokat, kamerákat, adó-vevőket, mikrohullámú láncokat) fejlesztettek ki, amelyek az elektronikus híradó-berendezések (ENG) hatékony helyszíni felhasználását lehetővé teszik; továbbá: mivel mindezeket éppen a hírgyűjtés gyorsítására hozták létre, a konferencia — a gyors, gazdaságos, kényelmes felhasználás érdekében — ajánlja, hogy a szövetségek és tagszervezeteik a kétirányú kommunikáció céljára, általános használatra, az egész világra kiterjedően, kitüntetett frekvenciákat jelöljenek ki, hogy ily módon a szükséges berendezéseket bármely országban használni lehessen.” Kitér az okmány egyebek között arra is, hogy az adott ország támogassa és gyorsítsa a munkát a televíziós szakkifejezéseket ismerő tolmácsokkal is.

Milyen kérdések vetődtek még fel Tokióban?

Különös figyelmet szenteltek az egyes fejlődő országok sajátos jogi problémáira. Hangsúlyozta például a konferencia annak fontosságát és sürgősségét, hogy e helyeken a nemzeti jogban szabályozzák a szerzői jogi kérdéseket. Az összes

tagszervezetet érintette egy másik kérdés: az engedély nélkül forgalomba hozott felvételek szaporodása. Ezek gyakran video-kazettákon jelennek meg, és olyan műsorokat tartalmaznak, amelyeket rádió-, illetve televízió-társaságok a maguk költségén, saját felhasználásra állítottak elő. A szövetségek — tagszervezeteik segítségével — határozottan fel kívánnak lépni ez ellen, s ez szintén szerzői jogi kérdés. Tanácskozás folyt továbbá rádiós-televíziós szakemberek képzéséről és továbbképzéséről, oktatók és oktatási anyagok cseréjéről, kutatási kérdésekről stb.

Úgy tudom, a konferencia idején meglátogattott néhány japán szakintézményt. Milyen érdekességeket látott?

Meglátogattam az NHK Rádió és Televízió Társaságot. Az NHK-nak két országos tévé- (egy általános és egy oktatási), két középhullámú és egy urh-rádióműsora van. A tokiói központon kívül hét körzeti és 62 helyi állomása működik. Hetenként 1700 rádió- és tévéműsort készítenek, nagyrészt a tokiói központ 45 rádió- és tévéstúdiójában. A helyrajzi viszonyok miatt csak 6000 automatikus közvetítő állomás bekapcsolásával tudnak az ország egész területére műsort sugározni. Az NHK létszáma 18 ezer fő, ebből 4500 a műszaki. A napi összesen 91 órányi műsort egy számítógépesített irányító központ adja: előzetes programozás szerint válogatja és sugározza a felvételeket, szünetjeleket, kapcsolja az élő adásokat. Az irányító központ látja el a helyi adókat is, amelyek a regionális műsorok mellett a központi programokat is sugározzák. Műsorkészítéskor ugyancsak használják a számítógépeket. Komputert irányítja a stúdiókban párhuzamosan folyó munkát, ez adja meg az optimális személyi és műszaki feltételeket is. Az NHK anyagi alapját — szemben a magukat hirdetésből fenntartó többi rádió- és tévé-társasággal — az előfizetések adják. Az NHK műsoraiban egyáltalán nincsenek hirdetések. A rádió- és tévé-műsorokat egyeztetik; természetesen ebben is számítógép segít.

Jártam két kutatóintézetben is. Az NHK kutatói kifejlesztették (a Yuri műholddal végzett kísérletek során) a kozmoszból való rendszeres adások eszközeit és módszereit, azt a földi vevőkészüléket, amely az első sorozatgyártáskor előreláthatóan 500 dollárba fog kerülni; létrehoztak kevés fényt igénylő televíziós kamerákat, egészen keskeny tévé-vevőkészülékeket, új telexrendszereket stb. A Sony kutatóintézetében újabban nemcsak vevőkészülékeket gyártanak, hanem az eddigieknél fejlettebb, emberi szemhez és fülhöz jobban alkalmazkodó adó- és vevőtechnikával is foglalkoznak. A világ jelenlegi félmillió darabos színes video-kazetta-készletéből 360 ezer a Sony gyártmánya, — ez is jelzi a cég arányait. Az NHK kutatásainak egyik eredményét szintén a Sony váltja gyakorlattá: itt már elkészültek a kozmoszbeli adások vételére alkalmas berendezések.

Meglátogattam ezenkívül a Nippon Electric Company-nek, a híradástechnika óriásának egyik üzemét, ahol rádió- és tévéadókat, számítógépeket szerelnek és gyártanak. Megtekinthettem a legújabb típusok kialakítását, a félautomatikus és automatikus szerelést. A Nippon Electric munkája jól ismert nálunk is, hiszen nem egy jól bevált tévéadójuk működik Magyarországon.

Különböző beszélgetéseink során fölmerült: kölcsönös haszonnal bővíthetnének kapcsolatainkat.

—r—s

HECKENAST GÁBOR

WARC '79

Mit hozott a nemzetközi rádiószabályzat felülvizsgálata?

A több mint százéves múltra visszatekintő Nemzetközi Távközlési Egyesület* (francia nevének kezdőbetűivel UIT-nek, angol nevéből pedig ITU-nak rövidítve), amely ma az ENSZ egyik szakosított nemzetközi szervezete, több éves előkészítés után, 1979. szeptember 24-re Genfben összehívta az ún. Igazgatási Rádió Világértekezletet. A (World Administrative Radio Conference, rövidítve WARC) konferenciát 10 hétre tervezték, de a rendkívül zsúfolt munkaprogram és a tárgyalások elhúzódása miatt az eredetileg kitűzött november 30. helyett csak december 6-án tudták befejezni.

A frekvenciákon 50 szolgálat osztozik

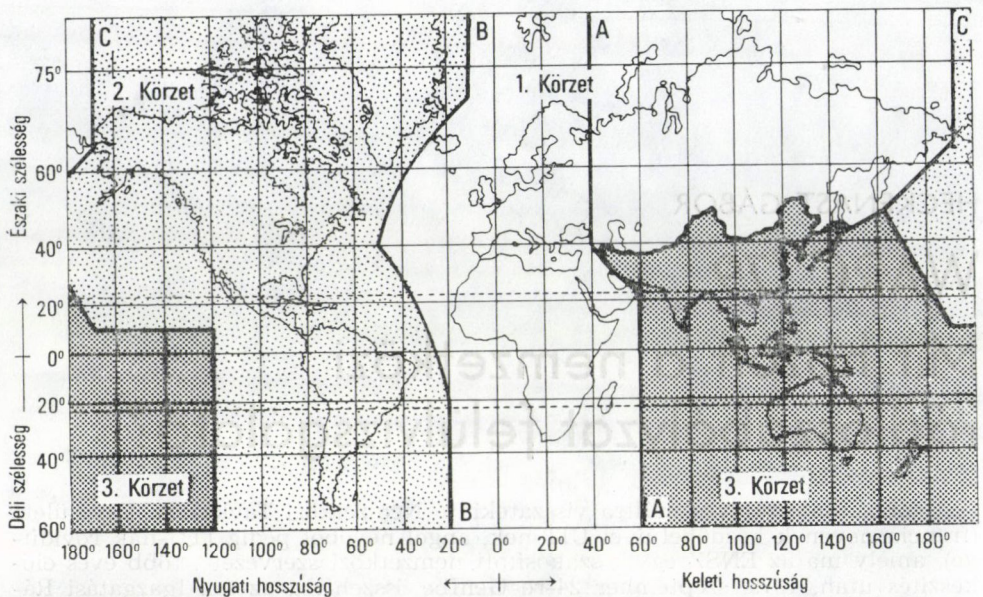
A legutóbbi WARC feladata a korábban 1959-ben, ugyancsak Genfben meg tárgyalta és záródokumentum formájában kiadott ún. Nemzetközi Rádiószabályzat (Radio Regulations) felülvizsgálata volt. A Rádiószabályzat igen részletes és ennek megfelelően terjedelmes leírása annak, hogy az elektromágneses hullámok gyakorlatilag teljes spektrumának egyes sávjai vagy frekvenciái *milyen célra, milyen feltételekkel és milyen ügyrendi, eljárási szabályok betartásával* vehetők igénybe. A *spektrum felosztása tehát itt a különböző szolgálatok, nem pedig egyes országok számára történik.* Igen sokféle szolgálat létezik: számuk kb. 50. Az alábbiakban — fontossági sorrend nélkül — felsorolunk közülük néhány fontosabbat:

- műsorszórás
- tengeri mozgószolgálat (hajózás)
- légi mozgószolgálat (légiközlekedés)

* Az UIT a rádiózás nemzetközi szabályozását igénylő kérdéseinek megvitatására rendszeresen hív össze értekezleteket. Amennyiben a téma valamennyi országot érinti, akkor világértekezletre (WARC-ra) kerül sor, ha viszont egy földrajzilag jól körülhatárolt terület problematikája van napirenden, akkor „körzeti értekezlet” (Regional Conference) a tanácskozás elnevezése.

Az UIT már jóval korábban három körzetre osztotta fel a Földet: az 1. körzet Európa, Afrika és a Szovjetunió ázsiai területel, a 2. körzet Észak- és Dél-Amerika, a 3. körzet pedig Ázsia, Ausztrália és Océánia. Körzeti értekezlet volt pl. az 1975-ös közép- és hosszú hullámú konferencia, mert azon csak az 1. és 3. körzet országai vettek részt. Világértekezlet volt viszont a közvetlen sugárzó műholdakkal foglalkozó 1977. évi konferencia.

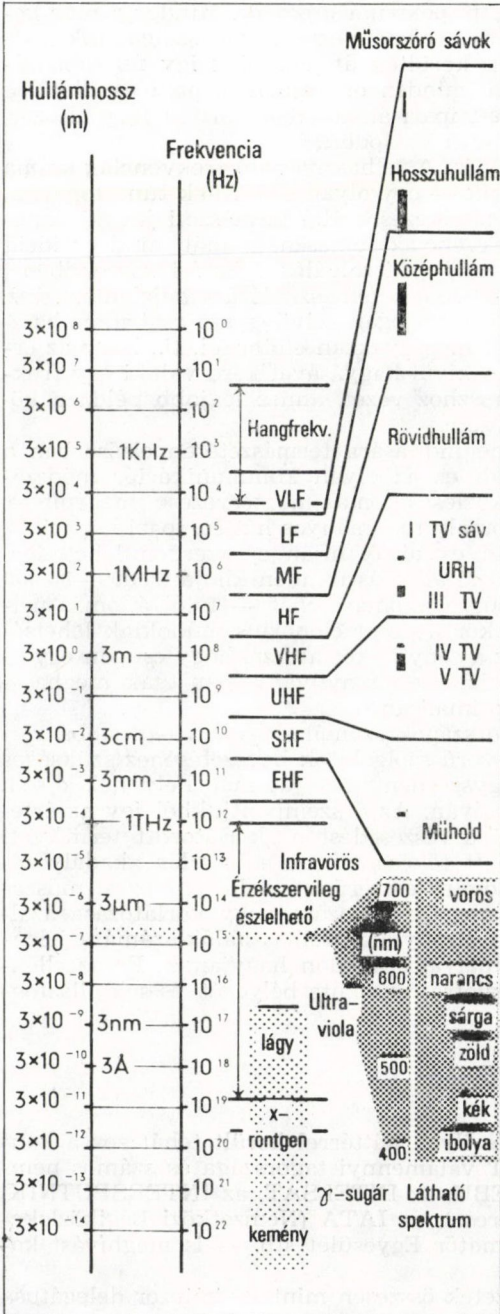
A Nemzetközi Távközlési Egyesület által meghatározott körzetek



földi mozgószolgálat (gépkocsi)
 földi fix-szolgálat
 úrtávközlés
 rádiólokáció (radar)
 rádiónavigáció (pl. tengeri, légi)
 űrkutatás
 ipari és orvosi felhasználás
 tudományos felhasználás (pl. rádiócsillagászat)
 amatőr felhasználás
 frekvencia- és idő-etalonok sugárzása.

Mint a fenti felsorolásból látható, a műsorszóró rádiózás mellett még igen sok szolgálat létezik, s ezek mindegyikéhez a különböző országoknak különböző súllyal látba eső politikai, katonai, gazdasági (ipari, kereskedelmi, közlekedési) stb. érdekei fűződnek. Ebből az is következik, hogy jóllehet a spektrum egyes részeinek felhasználási lehetőségét az abba a sávba tartozó rádióhullámok terjedési viszonyai determinálják, a kérdéses sávra többféle szolgálat is igényt tarthat, sőt az egyes országok az eltérő fejlettségi foktól, a földrajzi helyzettől, az etnikai viszonyoktól, tradícióktól stb. függően más-más szolgálat részére követelhetnek prioritást. Az eltérő érdekek és igények összeegyeztetése nem egyszerű feladat, és legalább annyi diplomáciai készséget igényel, mint amennyi műszaki hozzáértést. És mivel az UIT nem rendelkezik valamiféle rendőri szervezettel, amely a tagországokat egy nem konszenzussal elfogadott határozat betartására kényszeríthetné (s ez az egyes országok szuverenitását egyébként is sértené) elvileg csak egyhangúlag elfogadott határozatokat volna érdemes hozni és lerögzíteni. Mivel azonban ez gyakorlatilag az esetek többségében lehetetlen, sokszor csak többségi álláspont alakítható ki, de ezekkel a határozatokkal kapcsolatos megjegyzéseit, fenntartásait minden ország vagy országcsop-

A frekvenciaspektrum



port megteheti, és ún. lábjegyzet formájában regisztráltathatja. Ezek után talán nem meglepő, hogy a lábjegyzetek a teljes Rádiószabályzat elég jelentős hányadát képezik.

Sokakban esetleg felmerül a kérdés: egyáltalán van-e értelme olyan szabályzat megalkotásának, amellyel szemben már megszületése pillanatában fenntartások fogalmazódnak meg, amely így nem lévén általános érvényű, magában rejti a kölcsönös zavarás lehetőségét, ennek következtében pedig nem tudja garantálni a szolgáltatók teljes értékű működését? A válasz egyértelműen igenlő. A sok eltérő érdek mellett legalább ugyanolyan súlyjal jelentkeznek a közös érdek: a szolgáltatók jó és hathatós működése, hiszen a megengedés hiánya általában mindegyik fél számára zavartatást okoz vagy okozhat. Ezért a józan kompromisszumra való hajlam is erősen érvényesül.

A konferencia feladata tehát a Rádiószabályzat revíziója volt mind tartalmi, mind szerkezeti szempontból. A tartalmi revízióba beleértendő természetesen a közben lezajlott egyéb tárgyú — általában egy-egy szolgáltatalt vagy frekvenciasávval külön foglalkozó — körzeti vagy világszerte határozatainak a Szabályzatba való szerves beleültetése is.

„Kiszolgálás érkezési sorrendben”?

Mi tette szükségessé a Rádiószabályzat felülvizsgálatát? Egyrészt az a tény, hogy az eltelt 20 év alatt a rádiótechnika igen sokat fejlődött. Kialakultak és napi gyakorlattá váltak olyan kommunikációs módszerek, amelyek 20 évvel ezelőtt még csupán tudományos lehetőségként szerepeltek vagy legfeljebb kísérleti stádiumban voltak. Elég itt csupán a mű-

holdas összeköttetésekre, az űr-távközlésre utalni. A technikai eszközök tökéletesedése lehetővé tette a magasabb frekvenciatartományokba eső sávok felhasználását, tehát a ténylegesen igénybe vett spektrum kibővült. Mindez a már korábban is használt sávok átértékelését is eredményezte. Egyes szolgálatok kedvezőbb tulajdonságokat kínáló sávokba kerültek át, a régiéket így felszabadultak más célokra. Természetesen ez nem minden országban és nem egyidejűleg következett be. Az átrendeződés a fejlett ipari államokban történt meg először, egyes fejlődő országokban pedig még el sem kezdődött.

De sürgette a revíziót egy másik tény is. A felhasználható frekvenciák száma véges, s ezért — bármily furcsán hangzik — egy olyan elvontnak tűnő fogalom, mint a frekvencia, a „korlátozottan rendelkezésre álló természeti javak” kategóriájába sorolandó. Sok sávban a frekvenciák felhasználásánál mind ez ideig gyakorlatilag a „first come, first served” („kiszolgálás érkezési sorrendben”) elve érvényesül. Amelyik ország egy frekvencia felhasználására bejelentést tesz, és ez nem zavarja mások már megszerzett jogait, elvileg azt szabadon használhatja. Sajnos ennek az ellenkezője is elég gyakran előfordul, ti., hogy az érvényben levő megállapodások figyelmen kívül hagyásával kezd valaki egy frekvencián dolgozni. Ez természetesen káoszhoz vezet, amire legjobb példa a középhullámú műsorszórás jelenlegi helyzete.

A különböző korszerű szolgálatok megindítására természetesen elsősorban a fejlett országok képesek. Különösen áll ez az olyan kommunikációs módszerekre, mint az űrtávközlés. Egy űrtávközlési állomás megtervezése, megépítése, pályára állítása és üzemeltetése igen komoly tudományos háttér, ipari kapacitás, fejlett technológia és megfelelő anyagi eszközök híján egyszerűen lehetetlen. (Amerikai adatok szerint egy űrtávközlési állomás minden kilója 60 000—80 000 dollárba kerül, egy 1000 kg hasznos súlyú állomás tehát — földi állomás nélkül! — 60—80 millió dollár.) Ugyanakkor a geostacionárius műholdak lehetséges számát a frekvencián kívül még az a tény is korlátozza, hogy csupán egyetlen ilyen célra használható pálya létezik, s ezen nyilvánvalóan csak meghatározott számú űrállomás helyezhető el optimálisan.

Mindezt figyelembe véve a fejlődő országok számára egyre világosabbá vált annak a veszélye, hogy mire ők a korszerű szolgálatok bevezetéséhez szükséges előfeltételekkel rendelkezni fognak, egyszerűen nem jut már hely nekik sem a frekvenciasávokban, sem a műholdpályán. Az ő szempontjukból így az értekezlet célja tovább bővült: biztosítani a részesedést e „korlátozott természeti javakból”. Ezzel az állásponttal a fejlett tőkésországok a haladás akadályozásának az érvét állították szembe, mondván: ésszerűtlen dolog korszerű műszaki megoldások használatba vételének megakadályozása vagy korlátozása általában, hogy a távoli jövőben jelentkező és bizonytalan felhasználók számára jelentős számú frekvenciát és/vagy műholdpályát szabadon hagyjanak. Ez az ellentét megítélésem szerint az egész értekezletre rányomta bélyegét, és sok állásfoglalásban meghatározó jellegű volt.

Egy bizottság 151 ülésén 13 ezer javaslat

Ilyen feladatokkal, célkitűzésekkel és ilyen háttérrel került tehát sor a konferencia összehívására, amelyre az UIT valamennyi tagországa és számos nemzetközi szervezet — így az OIRT, az EBU, az INTELSAT, az INTERSPUTNIK, az INTERPOL, a Nemzetközi Vöröskereszt, az IATA (Nemzetközi Légiközlekedési Egyesülés), a Nemzetközi Rádióamatőr Egyesület stb. — is meghívást kapott.

Végül is 144 állam és a fenti szervezetek összesen mintegy kétezer delegátusa vett részt az ülésen.

A munka kilenc bizottság keretében folyt:

1. Igazgató Bizottság; 2. Mandátumvizsgáló Bizottság; 3. Pénzügyi Bizottság; 4. Műszaki Bizottság; 5. Frekvenciakijelölő Bizottság; 6. Frekvencia-kijelölési Eljárások Bizottsága; 7. Egyéb Eljárási Szabályzatok Bizottsága; 8. A szerkezet felülvizsgálatával foglalkozó bizottság; 9. Szerkesztő Bizottság.

A legnagyobb munka kétségtelenül a 4., 5. és 6. bizottságban folyt. A 4. bizottság feladata a konferencia során felmerülő tisztán műszaki, talán mondhatjuk, hogy inkább tudományos problémák (terminológiai kérdések, mérési és tervezési módszerek stb.) tisztázása volt. Az 5. bizottság foglalkozott a 9 kHz-től 40 GHz-ig (1 Giga Hertz= 10^9 Hz) terjedő spektrum egyes sávjainak a különböző szolgálatok számára történő kijelölésével, a felmerülő viták lefolytatásával, és a fenntartások lábjegyzetek formájában való rögzítésével. A 6. bizottság a sávok vagy egyes frekvenciák igénybevételével és használatával kapcsolatos általános eljárási szabályok megfogalmazását kapta feladatul.

Mindhárom bizottság a munkát csak további albizottságok felállításával tudta végezni, sőt az 5. bizottságban még az albizottságok is további al-bizottságokra oszlottak, és ezeken belül is gyakran került sor egy-egy szűkebb feladat megoldása érdekében munkacsoportok létrehozására. Ez egyúttal azt is jelentette, hogy a különböző bizottságok és albizottságok ülései párhuzamosan folytak, ami a kisebb létszámú delegációk számára rendkívül nagy nehézséget okozott. A teljes munkában csak olyan küldöttségek tudtak részt venni, amelyek 25—30 fővel érkeztek. Az ennél kisebb delegációknak dönteniük kellett, hogy melyik megbeszélést tartják fontosabbnak. Különösen nehézé vált a helyzet az értekezlet vége felé, amikor az időhiány miatt a szokásos délelőtti és délutáni ülések mellett rendszeresen éjszakai ülésekre is sor került, beleértve ebbe a szombat-vasárnapokat is.

Az értekezlet munkájának jellemzésére álljon itt még néhány számszerű adat. Az 5. bizottság 151 ülésen mintegy 13 000 különböző javaslatot, igényt tárgyalt meg. A záróokirat terjedelme kb. 1100 oldal. Minden javaslat, illetve ezzel kapcsolatos döntés általában először az albizottságokban vagy azok al-bizottságaiban került megtárgyalásra, ezután a dokumentumokat a bizottsági ülések elé terjesztették. A bizottságok javaslatait végül is a plenáris ülések fogadták el háromszori olvasásban. Az ilyen munkának természetesen vannak iratlan játékszabályai, így pl. nem nagyon illő egy bizottsági szinten már elfogadott javaslat lényegi megváltoztatását kezdeményezni plenáris ülésen. Ennek ellenére — sokszor éppen a kis létszámú delegációk korlátozott részvételi lehetőségé miatt — ilyesmire is volt példa.

Ezek után most már nézzük — elsősorban a műsorszóró rádiózás szempontjából — az értekezlet eredményeit.

A közép- és hosszú hullámú műsorszórás területén a konferencia gyakorlatilag változatlanul elfogadta az 1975-ös genfi értekezlet szabályait, csupán a hosszú hullámú tartományban történt jelentéktelen bővülés, és a sávhatárok módosultak annak érdekében, hogy a 9 kHz-es csatornaosztás mindenhol megvalósuljon.

Változások a rövidhullámon és az URH-sávban

Jelentősebb a változás a rövidhullámú tartományban. Egyrészt a meglévő műsorszóró sávok bővültek 100—200 kHz-cel, másrészt új sávot jelöltek ki erre a célra a 21 m-es tartományban. A fejlett tőkés országok ennél sokkal jelentősebb bővítést szerettek volna elérni, s főleg a rövidhullámú sáv alsó részén, a hosszabb hullámhosszak tartományában.

Ez a tartomány tipikus példa volt arra, hogy bizonyos szolgálatoknak magasabb frekvenciatartományba való áthelyezése vagy újabb kommunikációs eszközök (pl. műholdak) használatba vétele a fejlett országok számára felszabadította a rövidhullámú sáv egyes, korábban más célra igénybe vett sávjait. Ezeket szerették volna a műsorszórás — és nyilvánvalóan a külföldre irányuló műsorszórás — szolgálatába állítani. Ugyanakkor számos fejlődő országban az egymástól távoli települések között az egyetlen hírközlő eszközt a viszonylag kis költséggel létesíthető RH-adók jelentik, sőt nem egyszer a rövidhullámú amatőrök vállalják magukra — főleg veszélyhelyzetben — a legfontosabb közlemények továbbítását. Más, elsősorban trópusi országok, a légköri zavarok miatt alig használható középhullámú műsorellátás helyett a kevésbé zavart rövidhullámú sávot veszik igénybe belföldi műsorsugárzásra is, speciális, függőlegesen felfelé irányított adóantennákkal.

Az érdekek tehát itt is élesen ütköztek, s a végeredmény egy ésszerű kompromisszum, amely azonban közelebb áll a fejlődő országok igényeihez. A kibővített sávokat azonban általában csak 1990 után lehet majd igénybe venni, s ezt feltétlenül megelőzi egy külön, ún. tervezési értekezlet, amelyet az UIT fog összehívni, előreláthatólag 1983-ban. Ez az értekezlet szokatlan feladat elé kerül majd, mert a rövidhullámú műsorszóró sávok frekvenciáinak egyes országok számára való kijelölésére idáig még soha nem került sor. Ma a felhasználók a tervezett vagy tényleges igénybevételt az UIT egyik szervének, az IFRB-nek (International Frequency Registration Board=Nemzetközi Frekvencianyilvántartó Bizottság) jelentik be, amely a felmerülő kölcsönös zavartatásra felhívja a felhasználók figyelmét és igyekszik segítséget adni ezek kiküszöböléséhez. A tervezési munka rendkívül bonyolult lesz, mert a rövidhullámok terjedését az évszak, a napszak, a napfolttevékenység is befolyásolja, s ugyanaz az adóállomás a célterületnek megfelelően változtatja nemcsak a frekvenciákat, hanem a körsugárzó vagy különböző irányítású antennákat is. A tervezési értekezletnek foglalkoznia kell majd az ún. egyoldalsávú adásrendszer kérdésével is, amely a sáv jobb kihasználását, tehát egymás zavarása nélkül több adóállomás üzemeltetését hivatott biztosítani.

Élég lényeges változást határoztak el az URH-sávban is. Egyrészt kibővült a 66—73 MHz közötti ún. OIRT-sáv 74 MHz-ig. Sokkal fontosabb ennél, hogy a jelenlegi 87,5—100 MHz közötti CCIR-sáv felett, annak folytatásaként, a 100—108 MHz közötti tartomány is használható műsorszórási célokra. Magyarország számára ez kedvező, mert a meglehetősen szűk OIRT-sáv csupán három országos URH-adóhálózat kiépítésére ad lehetőséget, sőt ezek közül is csak egy (bizonyos kompromisszumokkal legfeljebb két) hálózat sugározhat sztereóban. Ezért a körzeti (vidéki) stúdiók műsorának és bizonyos szolgáltató műsoroknak (pl. közlekedési információknak) az önálló sugárzására csak ebbe az új sávba telepíthetők adók. E sáv felhasználására ugyancsak tervezési értekezletet kell összehívni, legkésőbb 1983-ban.

Műsorszóró műholdak

A közvetlen műsorsugárzó műholdakat illetően a konferencia elfogadta az 1977-es genfi értekezlet határozatait. Ez az értekezlet a közvetlen műsorsugárzás céljára a 12 GHz-es sávot jelölte ki. A nyugat-európai országok és az USA részéről volt ugyan olyan törekvés, hogy (hang) rádióműsort közvetítő geostacionárius műholdak számára az 1 GHz-es sávban is teremtsenek működési lehetőséget, azonban végül is ezt a javaslatot nem fogadták el. A javaslat alátámasztására a franciák kísérleteket végeztek egy, az Eiffel-torony tetején elhelyezett 839 MHz-en dolgozó adóval. A vételi vizsgálatokat olyan, gépkocsiba

szerelt vevőkészülékkel végezték, amelynek bemenetén a jelet arra a szintre csökkentették, amelyet egy geostacionárius pályára állított műholdon működő 400 W-os adó tudna létrehozni Párizsban. Az eredmények biztatóak voltak. A geostacionárius műholdhelyzetek kijelölésére ugyancsak tervezési értekezletet kell majd az elkövetkező években összehívni.

Ami a Rádiószabályzat tartalmát és szerkezetét illeti, az egységesebbé vált ugyan, a lábjegyzetek (fenntartások) száma azonban nem csökkent, hanem inkább növekedett. A fejlődő országoknak azt az igényét, hogy különböző előjogokat biztosítsanak nekik, ilyen formában nem fogadták el, az értekezlet azonban felhatalmazta az IFRB-t, hogy szabad (esetleg bejelentett, de a valóságban nem használt) frekvenciák felkutatásával nyújtson segítséget a fejlődő országoknak igényeik kielégítéséhez.

Az új Rádiószabályzat 1982. január 1-én lép hatályba — eltekintve néhány olyan kérdéstől, amire nézve külön határidőt állapítottak meg —, és előreláthatólag húsz évig marad érvényben.



Ha végezetül feltesszük azt a kérdést, hogy sikeres volt-e a konferencia, erre meglehetősen nehéz teljesen egyértelmű választ adni.

Alapjában véve már az is feltétlenül sikernek könyvelhető el, hogy ennyire eltérő érdekek, igények mellett a konferencia egy elfogadott, parafált záródokumentummal tudta munkáját bevégezni. Eredmény az egységesebb frekvenciakiosztás, a műsorszórás számára az URH-sáv kibővítése is. Azt is látni kell viszont, hogy jó néhány kérdés nyitva maradt. A közeljövőben megrendezendő további konferenciák viszonylag nagy száma azt jelzi, hogy néhány nehéz probléma nem oldódott meg igazán, csupán későbbi időpontra halasztódott.

A WARC tehát befejeződött ugyan, de a munka távolról sincs bevégezve.

SZARVAS PÉTER

Kultúra és oktatás

– nemzetközi mérlegen

Évtizedünkben egyre több és egyre részletesebb nemzetközi összehasonlítás igyekszik kielégíteni a társadalomtudományoknak azt az igényét, hogy ne csak időben, hanem térben is megismerhetővé és vizsgálhatóvá váljanak korunk tendenciái.

Az ENSZ összehasonlító programja (ICP) az országok közötti fejlettségi különbségeket tárja fel, de sokrétű adatai lehetővé teszik a *kultúra* és az *oktatás* „fogyasztásának” összehasonlítását is.

A kultúrával közvetlenül foglalkozó szakemberek számára fontos, de nem kizárólagos információforrás a nemzetközi összehasonlítás. A „mi a teendő”, „hol kell rákapcsolni”, „hol kell visszafogni” típusú kérdésekre csak sokirányú megfontolások eredményeképpen lehet válaszolni.

A kultúra és az oktatás nemzetközi összehasonlítása előtt célszerű bemutatni az ENSZ összehasonlító programjának összefoglaló eredményeit¹. (1. sz. táblázat.)

1. sz. táblázat

Az egy főre jutó hazai termék nemzetközi dollárban

	1970		1973	
	nemzetközi dollár	Magyarország= 100	nemzetközi dollár	Magyarország= 100
Kenya	303	14,8	379	13,6
India	331	16,2	394	14,1
Fülöp-szigetek	576	28,2	755	27,0
Dél-Korea	580	28,4	904	32,4
Kolumbia	869	42,5	1106	39,6
Malaysia	915	44,8	1180	42,3
Irán	972	47,6	1809	64,8
<i>Magyarország</i>	2043	100,0	2793	100,0
Olaszország	2356	115,3	2913	104,3
Japán	2835	138,7	3962	141,9
Egy. Királyság	3039	148,7	3750	134,3
Hollandia	3289	161,0	4234	151,6
Belgium	3449	168,8	4663	167,0
Franciaország	3504	171,5	4709	168,6
NSZK	3747	183,4	4791	171,6
Egyesült Államok	4790	234,4	6192	221,7

¹ Az anyagban közölt összes táblázat forrása: Kravis—Heston—Summers: International comparisons of real product and purchasing power. The Johns Hopkins University Press, Baltimore and London, 1978.

Kétszázszoros és nyolcszoros a rés

Mind a kulturális, mind az oktatási kiadások abszolút nagysága nagyjából a fejlettség szerint alakul: minél gazdagabb egy ország, annál több jut a kultúrára (2. és 3. táblázat). Szembeötlő azonban, hogy a *kulturális* területen meglévő különbségek jóval tetemesebbek, mint az *oktatásban* levők: az előbbiben kétszázszoros, az utóbbiban „csak” nyolcszoros a rés az Egyesült Államok és India, illetve Kenya között. Ennek az az oka, hogy az oktatás a gazdasági-társadalmi fejlődés *létszükséglete*, viszont a szűkebben értelmezett kulturális

2. sz. táblázat
Az egy főre jutó kulturális kiadások, 1970 (Magyarország = 100)

	Összesen	Elektro- technikai cikkek	Nagyobb tartós fogy- javak	Nyilvá- nos szó- rako- zás	Nyomda- termé- kek	Írószer és papír- áru	Kulturá- lis célú építkezé- sek
USA	278	680	5260	62	204	758	763
NSZK	118	177	2100	34	145	664	156
Franciaország	180	191	905	23	230	1625	981
Belgium	77	156	305	29	97	223	157
Hollandia	139	255	680	62	169	761	127
Egy. Királyság	175	78	805	99	308	411	479
Japán	145	270	530	26	48	153	1651
Olaszország	89	96	58	49	138	389	153
<i>Magyarország</i>	100	100	100	100	100	100	100
Irán	13	14	16	4	6	70	145
Malaysia	36	54	336	27	21	81	78
Kolumbia	20	27	53	21	17	14	9
Dél-Korea	16	21	21	0,3	17	142	137
Fülöp-szigetek	6,8	7	74	7	4	3	2
India	2,6	3	16	0,3	2	7	33
Kenya	6,7	5	137	6	7	1	6

3. sz. táblázat
Az egy főre jutó oktatási kiadások, 1970 (Magyarország = 100)

	Összesen	Alsó- és középf. oktatók	Felső- fokú oktatók	Oktatási intézm. üzem- kölsége	Oktatási intézm. vásárlá- sai	Oktatási intézmé- nyek egyéb kiadásai	Oktatási célú épületek
USA	182	138	370	177	145	141	324
NSZK	110	103	72	82	31	77	288
Franciaország	88	105	74	29	46	10	179
Belgium	191	121	1175	87	143	66	51
Hollandia	123	82	93	167	222	73	321
Egy. Királyság	131	120	96	90	561	199	194
Japán	126	99	154	70	148	176	318
Olaszország	91	126	87	24	34	36	83
<i>Magyarország</i>	100	100	100	100	100	100	100
Irán	32	48	24	4	10	5	27
Malaysia	54	76	12	6	24	15	92
Kolumbia	47	66	59	11	47	31	13
Dél-Korea	35	49	34	9	55	22	16
Fülöp-szigetek	59	81	90	13	49	12	36
India	27	40	33	2	22	6	6
Kenya	23	35	4	6	17	16	11

kiadások egy jelentős része a magas életszínvonalhoz kötődő (elsősorban áru-) fogyasztás. Az oktatás különleges szerepével magyarázható az is, hogy a ráfordított összegek minden országban meghaladják a kulturális kiadásokat. De minél fejlettebb az ország annál kevésbé.

Közelebbről nézve, az egyes *kulturális* jellegű termékcsoportokat², a következő állapítható meg. A hat közül négy termékcsoportban a fejlett országok fogyasztásának abszolút nagysága számottevően meghaladja hazánk színvonalát. A legnagyobb a rés a *nagyobb tartós fogyasztási javak területén* (itt még Malajzia és Kenya is előttünk jár). Ezt a jelenséget természetesen csak a termékcsoport tartalmának ismeretében lehet megítélni. Ebbe a csoportba többek között kimondottan a luxusfogyasztás szférájába számító árucikkek tartoznak, amelyekben hazánk nem is törekszik, nem is törekedhet megközelítésre, utolérésre. A néhány fejlődő országban tapasztalt magas fogyasztás az uralkodó elithez kötődik, s valójában a társadalmi egyenlőtlenség jelé.

Más a helyzet az *elektrotechnikai cikkekkel*. Ezek olyan tartós fogyasztási javak, amelyeknek pozitív kulturális hatása vitán felül áll; ebben a termékcsoportban való lemaradásunk csökkentésére szükség lenne. Az 1970 óta megfigyelhető tendenciák azt mutatják, hogy a fejlett tőkés országokban a színes televízió, a műsorszóró berendezések vásárlása — a recesszió ellenére — állandóan növekedett. Nálunk viszont a szűk kínálat és a viszonylag magas árak miatt ütközik korlátokba a fogyasztás növekedése.

Az *írószer- és papíráru-fogyasztásban* mutatkozó hátránynak nincs túlságosan nagy jelentősége, mert ez a terület csak közvetve jellemzi a kulturális fogyasztást, és az összes kulturális fogyasztásban minden országban a legkisebb a súlya.

Elgondolkoztató, hogy a kulturális terület beruházási jellegű termékcsoportjában is kedvezőtlen az összehasonlításból adódó kép. *Kulturális célú épületekre*³ meglehetősen keveset költünk, ami bizonyára annak a következménye, hogy hazánkban a beruházásokból viszonylag szerényebb eszközök jutnak az infrastruktúrára.

Lényegesen enyhébb a hátrány a *nyomdatermékek* fogyasztásában, viszont számunkra kifejezetten hízog az összehasonlítás eredménye a *nyilvános szórakozásra fordított kiadások* terén (amely alapvetően a színházat és a mozit foglalja magába). Ez utóbbi mutató hazánkban a legmagasabb. Nemzetközi összehasonlításban is jól nyomon követhető tehát azoknak az erőfeszítéseknek az eredménye, amelyek — elsősorban árpreferenciákkal — igyekeznek e téren kultúrpolitikai céljainkat megvalósítani.

Az *oktatásban* határozottan kisebbek az országokat elválasztó különbségek (3. sz. táblázat). Magyarország általában is és a termékcsoportok többségét tekintve is a fejlett tőkés országok sarkában jár. Különösen érvényes ez az oktatószemélyzettel kapcsolatban. Egyedül az oktatási célú épületeknél észlelhető tetemes lemaradás (Belgiumot és Olaszországot kivéve). Ebben az esetben is minden bizonnyal az infrastrukturális beruházások általános elmaradása az ok.

Mit mutatnak az árak

A kulturális és oktatási kiadások mértéke mellett különösen nagy érdeklődésre számíthat az árak kérdése. A rendelkezésre álló adatok több szempontból is elemezhetőek. Első megközelítésben azt vizsgáljuk, hogy egy országon belül

² A termékcsoportok tartalma és néhány módszertani megjegyzés a függelékben található.

³ Fel kell hívni a figyelmet rá, hogy ez egy ún. „egyéb” kategória, amelybe nemcsak kulturális, hanem vallási, sport és szociális célú épületek is beletartoznak.

4. sz. táblázat

A kulturális kiadások arányai, 1970. GDP árszínvonala = 100

	Elektrotechnikai cikkek	Nagyobb tartós fogy. javak	Nyilvános szórakozás	Nyomdatérmékek	Írószer és papír-áru	Kulturális célú építkezések
USA	150	117	56	102	105	—
NSZK	145	119	45	115	106	77
Franciaország	213	148	49	97	90	92
Belgium	201	142	44	119	89	92
Hollandia	186	155	36	114	82	72
Egyesült Királyság	202	132	35	55	114	88
Japán	86	90	150	153	112	116
Olaszország	195	156	81	120	82	93
<i>Magyarország</i>	264	130	25	86	334	118
Irán	351	452	42	124	106	67
Malaysia	205	133	48	148	98	57
Kolumbia	363	321	75	142	151	73
Dél-Korea	218	213	56	150	82	111
Fülöp-szigetek	400	211	42	143	222	51
India	335	111	102	119	108	76
Kenya	343	242	49	184	463	127

5. sz. táblázat

Az oktatási kiadások relatív árárányai, 1970. GDP árszínvonal = 100

	Alsó és középfokú oktatók	Felsőfokú oktatók	Oktatási intézm. üzem-költsége	Oktatási intézm. vásárlásai	Oktatási intézm. egyéb kiad.	Oktatási célú épületek
USA	44	69	124	105	139	97
NSZK	66	200	133	112	140	118
Franciaország	80	177	140	94	129	143
Belgium	87	14	144	116	139	148
Hollandia	129	155	115	111	135	137
Egyesült Királyság	55	176	136	56	112	105
Japán	49	96	141	139	156	88
Olaszország	49	87	140	116	138	98
<i>Magyarország</i>	20	28	119	84	156	95
Irán	26	101	157	123	162	57
Malaysia	35	73	193	142	162	57
Kolumbia	21	63	118	158	159	38
Dél-Korea	21	46	143	124	213	101
Fülöp-szigetek	16	39	185	146	230	77
India	15	34	191	107	171	80
Kenya	27	133	183	194	132	79

a GDP általános árszínvonalához képest a kulturális és oktatási kiadások csoportjai drágábbak vagy olcsóbbak (4. és 5. táblázat).

Az így értelmezett relatív árindexek Magyarország esetében azt mutatják, hogy nálunk a bruttó hazai termékek árszintjéhez képest az *elektrotechnikai cikkek*, az *írószer és a papír-áru* feltűnően, a *nagyobb, tartós fogyasztási cikkek* és a *kulturális célú épületek* kissé drágábbak, a *nyilvános szórakozás* (mozi, színház stb.), és a *nyomdatérmékek* (könyv, újság stb.) viszont olcsóbbak.

Emlékezetünkbe idézve az egyes termékcsoportok fogyasztásának volumenére

vonatkozó adatokat, láthatjuk, hogy *ott magas a fogyasztás, ahol az árak viszonylag alacsonyak*, és ahol az árak magasak, a fogyasztás kisebb.

Nem tagadva az egyéb tényezők fogyasztást befolyásoló szerepét, megállapíthatjuk, hogy a *kulturális javak határozottan ár rugalmasak*. A közművelődés szempontjából ennek kedvező hatása, hogy árpreferenciák révén magas szinten tartjuk bizonyos javak és szolgáltatások fogyasztását, azonban nem szabad elfelejteni, hogy a gazdasági megfontolásokból elhatározott áremelések nyomán számítani kell a fogyasztás csökkenésére.

Az oktatási jellegű kiadások árindexei némileg másfajta arányokat tükröznek. E kiadások többi eleméhez viszonyítva nálunk a pedagógusok „olcsók” (bérük alacsonyabb) — lényegesen olcsóbbak, mint az oktatási intézmények üzemeltetési költsége és az ún. egyéb kiadásai.

Más optikájú kép tárul elénk, ha az egyedi árszínvonalakat nem a GDP általános árszínvonalához viszonyítjuk, hanem az egyes termékcsoportok árindexeit a megfelelő magyar árindexszel vetjük össze (osztjuk el). Ekkor nemzetközi összehasonlításban láthatjuk, mi hol drágább (6. és 7. sz. táblázat).

A kulturális tételek közül a kisebb és nagyobb *tartós fogyasztási cikkek* ára fordítottan arányos a fejlettségi szinttel. Nagyjából: minél fejlettebb egy ország, viszonylag annál olcsóbbak ezek a termékek. Az elektrotechnikai cikkek esetében Magyarország is beleillik ebbe az összefüggésbe, a nagyobb tartós fogyasztási cikkek azonban — úgy tűnik — nálunk túl olcsók.⁴

Hazánkban a legolcsóbb a nyilvános szórakozás és a nyomdatermékek. (Ez utóbbi az Egyesült Királyság kivételével.) Viszont az írószerek és a papíráruk, valamint kulturális célú építkezések — Kenya kivételével — Magyarországon a legdrágábbak.

Ami az oktatási kiadások relatív árát illeti, Magyarországon — az oktatási célú épületek kivételével — a termékcsoportok többsége olcsóbb, mint a többi

6. sz. táblázat

A kulturális kiadások arányai, 1970 (magyar árszínvonal = 100)

	Elektrotechn. cikkek	Nagyobb tartós fogy. javak	Nyilvános szórakozás	Nyomdatermékek	Írószer és papíráru	Kulturális célú építkezések
USA	57	90	224	119	31	—
NSZK	55	92	180	134	32	65
Franciaország	81	114	196	113	27	78
Belgium	76	109	176	138	27	78
Hollandia	70	119	144	133	25	61
Egyesült Királyság	77	102	140	64	34	75
Japán	33	69	600	178	34	98
Olaszország	74	120	324	140	25	79
Magyarország	100	100	100	100	100	100
Irán	133	348	168	144	32	57
Malaysia	78	102	192	172	29	48
Kolumbia	138	247	300	165	45	62
Dél-Korea	83	164	224	174	25	94
Fülöp-szigetek	152	162	168	166	66	43
India	127	85	408	138	32	64
Kenya	130	186	196	214	139	108

⁴ Nem világos, hogy ennek mélyén nem számbavételi problémák állnak-e. Pl.: vajon a reprezentánsok kiválasztása és az arányosítás kifejezte-e a különbséget egy jacht és egy baltoni vitorlás között?

Az oktatási kiadások árárányai, 1970 (magyar árszínvonala = 100)

	Alsó és középfokú oktatók	Felsőfokú oktatók	Okt. intézmények üzemkölt.	Oktatási intézm. vásárlásai	Oktatási intézm. egyéb kiad.	Oktatási célú épületek
USA	220	246	104	125	89	102
NSZK	330	714	112	133	90	124
Franciaország	400	632	118	112	83	151
Belgium	435	50	121	138	89	156
Hollandia	645	554	97	132	87	144
Egyesült Királyság	275	629	114	67	72	111
Japán	245	343	118	165	100	93
Olaszország	245	311	118	138	88	103
Magyarország	100	100	100	100	100	100
Irán	130	360	132	146	104	60
Malaysia	175	261	162	169	104	38
Kolumbia	105	225	99	188	102	40
Dél-Korea	105	164	120	148	137	106
Fülöp-szigetek	80	139	155	174	147	81
India	75	121	161	127	110	84
Kenya	135	475	154	231	85	83

országban. Különösen feltűnő, hogy nálunk *nemzetközi összehasonlításban* milyen *alacsony a pedagógusok illetménye*. Még a fejlődő országokban is — viszonylag — több a jövedelmük, mint hazánkban. Eddig is ismert volt, hogy az értelmiség e rétegének alacsony a jövedelme. Most nemzetközi összehasonlításban érzékelhető az a kedvezőtlen helyzet, hogy nálunk a tanárok keresete — az általános árszínvonalbeli különbségek kiszűrése után is — jelentősen elmarad más, többek között jóval fejletlenebb országokban élő kollégáikétól. Mindennek a konkrét bérfezültségeken túlmutató társadalmi hátrányait — azt hiszem — nem kell részletezni.

Mint említettük, az ICP a sokoldalú nemzetközi összehasonlítás céljaira, a részt vevő országok nemzeti ár- és volumenszerkezetének súlyozásával nemzetközi árrendszert konstruált. Ez a nemzetközi árrendszer sehol sem létezik, és a világpiacon árhoz sincs sok köze, viszont alkalmas eszköz arra, hogy hozzá viszonyítsuk az egyes országok nemzeti árait. Az árak vizsgálatának ez egy újabb aspektusa: nem egyes országokhoz, hanem átlagukhoz — a nemzetközi árhoz — viszonyítjuk a hazai árakat.

A legszélesebb értelemben vett kulturális kiadásoknál (pihenés és üdülés + oktatás)¹ azt tapasztaljuk, hogy a *hazai árrendszerben számottevően alacsonyabb áron jutunk hozzá e javakhoz és szolgáltatásokhoz*, mint az az átlagár, amely az összehasonlításban szereplő országok nemzeti áraiból adódik. Különösen élesen különbözik a hazai árrendszer a nemzetközitől a pihenés és üdülés vonatkozásában, akár a fejlődő, akár a fejlett országokat tekintjük.

Az oktatásban más a helyzet. Megfigyelhető az az összefüggés, hogy a fejlettségi szint emelkedésével párhuzamosan a nemzeti ár előbb megközelíti, majd egyre inkább meghaladja a nemzetközi árat. Ennek valószínűleg az az oka, hogy az oktatás „árában” a pedagógusok bére nagy súllyal szerepel, és ez utóbbi a gazdagabb országokban magasabb. Magyarország azonban ebben az ös-

¹ Emlékeztetek rá, hogy a „pihenés és üdülés” körében és így az „összesenben” is egy sor kulturálisnak nem nevezhető termék és szolgáltatás szerepel, amelyet nincs mód kiszűrni. Ugyanakkor a felhalmozáshoz tartozó két termékcsoporthoz (épületek) itt nem kapott helyet.

szefüggésben sincs egészen a helyén; a nemzetközi ár meghaladja a hazait, nagyjából olyan mértékben, mint néhány fejlődő országban.

Az árak kérdésével kapcsolatban szükséges egy zárómegjegyzést tenni. Elemzésünkben az árak relatív árakként jelentek meg, mint a részkategóriák és az általános árszínvonal, illetve az országok egymáshoz hasonlított viszonylatai. Vagyis: az értékarányosságra, illetve az attól való eltérésre mindebből közvetlenül nem tudunk következtetni, ehhez a ráfordításokat, a költségeket is ismerünk kellene. Az azonban így is világosan kiolvasható belőlük, hogy a tőkés gazdaság körülményei között kialakuló piaci árak általában magasabbak a magyarországinál, s tekintettel a javak és szolgáltatások árrugalmasságára, nálunk viszonylag magasabb a fogyasztás.

Magyarország vezető helyen

A mennyiségi és árviszonyok után a kulturális és oktatási kiadások szerkezetét tesszük a vizsgálat tárgyává. Ez két szempontból is érdekes. Először: mekkora a kulturális és oktatási célú fogyasztási és felhalmozási kiadások súlya a bruttó hazai termékben belül? Másodsor: milyen szerepet játszanak a kulturális, illetve oktatási szférában az egyes részterületek?

A 8. sz. táblázat tanúsága szerint Magyarország vezető pozícióban van a legszélesebben értelmezett kulturális és oktatási kiadásoknak a GDP-hez viszonyított részarányát tekintve. Mind 1970-ben, mind 1973-ban egyetlen ország — a Fülöp-szigetek — fordított némileg nagyobb hányadot GDP-jéből erre, mint Magyarország. Imponáló az a tény, hogy az egész gazdaságban *egy év alatt létrehozott új érték több mint egy tizede a lakosság kulturális, pihenési és oktatási céljait szolgálja*, míg számos nálunk fejlettebb ország beéri ennek felével, kétharmadával.

Külön tekintve a két fő területet, ellentétes irányzatot láthatunk. A pihenésre és üdülésre a fejlettség függvényében egyre több és több jut, míg az oktatásra a legszegényebb országok GDP-jükből általában többet fordítanak, mint a gazdagok. Az oktatási kiadások Magyarországon hozzávetőlegesen megfelelnek

8. sz. táblázat

A pihenésre és oktatásra fordított fogyasztási kiadások részaránya (bruttó hazai termék = 100)

	Pihenés és üdülés		Oktatás		Összesen	
	1970	1973	1970	1973	1970	1973
USA	5,1	5,2	3,2	3,3	8,3	8,5
NSZK	3,7	3,8	2,3	2,4	6,0	6,2
Franciaország	3,6	3,6	2,1	2,0	5,7	5,6
Belgium	2,4	2,6	5,5	5,6	7,9	8,2
Hollandia	4,0	3,8	2,9	2,8	6,9	6,6
Egyesült Királyság	5,0	5,5	4,0	4,5	9,0	10,0
Japán	2,5	1,9	3,0	3,3	5,5	5,2
Olaszország	0,8	2,8	3,6	3,6	6,6	6,4
<i>Magyarország</i>	5,9	5,5	4,6	4,8	10,5	10,3
Irán	2,5	1,1	3,1	3,1	3,9	4,2
Malaysia	1,7	2,2	5,1	4,8	7,6	7,0
Kolumbia	3,0	2,1	5,4	7,5	7,1	9,6
Dél-Korea	3,1	2,5	5,9	4,6	9,0	7,1
Fülöp-szigetek	1,0	0,9	10,0	10,2	11,0	11,1
India	0,7	0,6	8,0	8,1	8,7	8,7
Kenya	1,9	1,7	7,4	7,1	9,3	8,8

a nemzetközi tendenciának, magas arányt a kultúra területén értünk el, s ez utóbbi hatásának köszönhető az összes kiadás nemzetközi összehasonlításban is magas aránya.

A kulturális jellegű kiadások *belső szerkezetét* tekintve⁵ kitűnik, hogy a hazai kulturális fogyasztásnak több mint a felét a nyilvános szórakozásra fordított kiadások, további egynegyedét pedig a nyomdatermékek vásárlása teszi ki. Különösen az előbbi, illetve a kettő együtt jelent nemzetközi összehasonlításban magas arányt.

Igen alacsony viszont a kulturális célú építkezésre fordított kiadások aránya. Nem lehet természetesen olyan arányokat alapul venni, mint India, Irán vagy Japán, ahol az 50⁰/₀ körüli részesedésbe bizonyosan a jelentős vallási célú építkezések is belejártsanak, de a fejlett tőkés országokban — Hollandia kivételével — szintén lényegesen nagyobb e termékcsoport súlya. Hasonló a helyzet az elektrotechnikai cikkekénél.

Az *oktatási kiadások* zömét minden országban a bérjellegű kifizetések teszik ki. A fejlett országokban azonban ezek hányada valamivel alacsonyabb, mint a fejlődő országokban, ahol eléri a 80—90⁰/₀-ot. Így a magasabb fejlettségű országokban — bár ezekben, mint láttuk, az oktatási kiadások részaránya alacsonyabb — abszolút értékben és arányában is több jut az oktatás *tárgyi feltételeinek biztosítására*. Nem kell különösebben ecsetelni, hogy ennek mi a jelentősége az oktatás hatékonyságát illetően.

A hazai oktatási kiadások szerkezetével kapcsolatban csak egy termékcsoporthoz — az oktatási épületekre fordított összegekre — hívnám fel a figyelmet. Olaszország és Belgium kivételével minden fejlett ország oktatási kiadásainak nagyobb hányadát fordítja e célra, mint Magyarország.

A kulturális és oktatási kiadások *szerkezetének* elemzése más szempontból erősíti meg azokat a megállapításokat, amelyeket a fogyasztás *színvonalával* kapcsolatban tettünk. Differenciáltan kell megítélni azt az összességében rendkívül imponáló ténytet, hogy a kultúra és oktatás részesedése a bruttó hazai termékben nemzetközi összehasonlításban magas. Ennek pozitív összetevői, „hordozói” a színház, a mozi és a sajtó kiemelkedő szerepe a kultúrában, és a tanárok magas létszáma az oktatásban. Számottevő viszont a lemaradás a kulturális célú építkezések és a tartós fogyasztási cikkek terén, továbbá rendkívül alacsonyak a pedagógusjévedelmek.

Mélyebb kultúrtörténeti ismeretek és vizsgálódások nélkül is megkockáztatható a megállapítás, hogy van egy olyan tendencia, amely a kultúra közösségi el-sajátítása mellett az egyéni elsajátítás tömegessé válásában nyilvánul meg. A televízió, a hang- és képrögzítő eljárások alapvetően átalakítják a művészetek, a tudományok, általában a kultúra és az oktatás átadásának—átvételének módját. Ebből a szempontból nézve negatív jelenség, hogy az egyéni elsajátítást lehetővé tevő tartós fogyasztási eszközök nálunk viszonylag drágák. Ehhez termelési és forgalmazási nehézségek járulnak, miáltal a magyar fogyasztás ezen a területen viszonylag alacsony. Furcsa ellentmondás egyébként, hogy a színház, a mozi, a hangverseny „árát” erőteljesen támogatjuk, míg ugyanennek „házi fogyasztását” — a fekete-fehér tévé kivételével — lényegében luxusnak tekintjük.

Távol áll tőlem, hogy a közösségi jellegű fogyasztás kárára az egyéni jellegű áru-fogyasztást állítsam előtérbe, de itt egy olyan, napjainkban viharossá váló átalakulásról van szó (gondoljunk a hangrögzítésben már megszületett és a képrögzítésben most érlelődő áttörésre), amelyet nem lehet számításán kívüli hagyni.

⁵ A részletes adatok közlését hely hiányában mellőzzük.

A kulturális célú tartós fogyasztási cikkek és az épületek terén mutatkozó hátrányra már csak azért is fel kell hívni a figyelmet, mert jelzi, hogy egyfelől a fejlett tőkés országok, másfelől hazánk lakosságának *ellátottsága* közötti különbség növekszik. Ha ugyanis tartós eszközök adott évi fogyasztása, üzembe állítása olyan országban alacsony, ahol a meglévő felhalmozott állomány is kisebb (vagy egyenlő), mint egy másik országban, akkor szélesedik az a rés, amely a két országot elválasztja. E téren Magyarország és a fejlett tőkés országok viszonylatában ilyen mozgás figyelhető meg.

Függelék — a módszerekről

Az ENSZ nemzetközi összehasonlító programja (ICP) azt a feladatot vállalta magára, hogy az abban részt vevő országok bruttó hazai termékét (GDP) összemérhető formába hozza. (A bruttó hazai termék az az áru- és szolgáltatástömeg, amelyet egy ország egy év alatt lakossági és közületi fogyasztásként felhasznál és felhalmozásra elkölt; hozzáadva, illetve levonva a külkereskedelmi többletet vagy hiányt.)

Az eddig végzett nemzetközi összehasonlítások ugyanis egyértelműen igazolták, hogy minél nagyobb két ország között a fejlettség különbsége, annál nagyobb az eltérés az összehasonlításra eddig alkalmazott valutaárfolyam és a vásárlóerő-paritás között. A nemzetközi összehasonlításnak tehát ezt a minden termékre és szolgáltatásra kiterjedő paritást kell meghatároznia. Ez két ország összehasonlításakor úgynevezett „átarázással” történik: az egyes termékcsoportokat reprezentáló termékek árait összevetik, így egyedi árindexeket nyernek, amelyeket aggregálnak.

Az ICP keretében minden ország kétoldalú összehasonlítást végzett az Egyesült Államokkal. Egy speciális módszerrel e kétoldalú összehasonlítások sokoldalúvá voltak átalakíthatók. A részt vevő 16 ország bruttó hazai termékének ár- és felhasználási struktúrájából olyan *nemzetközi átlagrendszert* képeztek, amelyen minden ország méremetett.

Az ICP a bruttó hazai termék három nagy kategóriáját a lakossági fogyasztást, a közösségi fogyasztást és a felhalmozást összesen 153 dezaggregátumra bontja. Ezek közül választottam ki a mélyebb vizsgálat tárgyául azokat, amelyek a kulturális szférát leírják.

Elektrotechnikai cikkek: rádió- és tévékészülék, lemezjátszó, magnetofon, amatőr rádió adó-vevő készülék stb.

Nagyobb tartós fogyasztási javak: pihenési, szórakozási és kulturális célt szolgáló nagyobb tartós fogyasztási cikkek (repülőök, hajók, csónakmotorok, fényképezőgépek, fotófelszerelések, távcső, mikro- és teleszkóp, nagyobb hangszerek, írógépek, barkácsgépek stb.)

Nyilvános szórakozás: (állami és magánkiadások a nyilvános szórakozás céljaira, ideértve a mozit, a színházat, sportot, a múzeumokat, művészeti galériákat, botanikai és zoológiai parkokat, sípályákat és hasonlókat).

Nyomdatarmékek: könyvek, újságok, magazinok stb.

Írószer és papíráru.

Kulturális célú épületek.

Alsó- és középfokú iskolák tanárainak illetménye.

Egyetemi oktatók illetménye.

Oktatási intézmények fenntartási üzemköltsége.

Oktatási intézmények könyv- és írószer-vásárlásai.

Oktatási intézmények egyéb kiadása.

Oktatási célú épületek: bölcsődék, óvodák, laboratóriumok, könyvtárak, múzeumok stb.

Koránt sincs teljes szinkron az ICP alapján *vizsgálható* termékcsoportok és a kulturális szférába *ténylegesen* beletartozó részelemek között. Egyrészt a kulturálisként kezelt termékcsoportokban megtalálható néhány pihenésre, sportra, szórakozásra fordított kiadás is, másrészt viszont el kellett tekinteni olyan ICP-kategóriák vizsgálatától, amelyek csak kis részben tartalmaznak kulturális elemeket.

Végül fel kell hívni a figyelmet arra, hogy a nemzetközi összehasonlítások hibahátára a feladat jellegéből eredően meghaladja a szokásos statisztikai hibák nagyságát.

IRODALOM

- I. B. Kravis, Z. Kenessey, A. Heston, R. Summers: A system of international comparisons of gross product and purchasing power. The Johns Hopkins University Press, Baltimore and London, 1975.
- I. B. Kravis, A. Heston, R. Summers: International comparisons of real product and purchasing power. The Johns Hopkins University Press, Baltimore and London, 1978.
- A bruttó hazai termék és a vásárlóerő nemzetközi összehasonlításának rendszere. Nemzetközi szervezetek statisztikai tevékenységéből 30. szám. KSH, Budapest, 1976.
- Tizenhat ország bruttó hazai termékének nemzetközi összehasonlítása, 1973. KSH, Budapest, 1978.
- Kuti Éva, Szarvas Péter: A magyar fogyasztás színvonala és szerkezete nemzetközi összehasonlítások tükrében. Közgazdasági Szemle, 1979/2.
- Szilágyi György: Tájékoztató és reflexiók egy nemzetközi összehasonlításról. Közgazdasági Szemle, 1979/3.

Kovács András filmjeinek társadalomképe

Lejegyezte és szerkesztette: Mihancsik Zsófia

Szokatlan, de nem egyedülálló beszélgetést folytattunk a közelmúltban a Magyar Rádió Tudományos Szerkesztőségében Kovács András *filmjeinek társadalomképe* címmel. Szokatlan ugyanis annyiban, hogy sajnálatosan ritka még kulturális-tudományos életünkben az a megközelítés és módszer, amely valamely művészeti jelenséget a társadalomtudományok szemszögéből kíván elemezni és újraértelmezni.

Természetesen a filmalkotások társadalomtudományos szempontból történő végig-gondolása más szintjét jelenti az elemzésnek, mint amit a filmkritikai elemzés jelent (vagy jelentenie kellene, ha gyakran nem merülne ki a filmek tartalmának elmondásában és a meglehetősen szubjektív véleményalkotásban), de ez a fajta elemzés a társadalomtudományok gondolkodásmódjával hatékonyabb visszacsatolást jelenthet a nézőhöz, mint az egyszerű és esetenként nem is éppen vonzó tartalomismertetés.

Elsőként Kovács András filmjeiről folytattunk — az újraértelmezés szándékával — beszélgetést. S nem véletlenül. Az a következetesség ugyanis, amellyel Kovács András társadalmunk változásaira reagál, szinte egyedülálló a magyar filmművészetben.

A mikrofon előtt: Kovács András

Azt hiszem, hogy 45 utáni történelmünk végiggondolása napjaink egyik legfontosabb feladata. Fontos és pótolhatatlan adalék lehet ehhez az egyes ember sorstörténete és élményanyagja is. Ezért a filmekből kibontható társadalomkép felrajzolása előtt Kovács Andrást arról kérdeztem: hogyan látja ma, és hogyan élte meg ő azokat a társadalmi mozgásokat, amelyeket végül is filmmé fogalmazott.

(Az interjú előtt néhány életrajzi adat: Kovács András 1945 után népi kollégista volt, majd a Színművészeti Főiskola elvégzése után 1951-ben, 27 évesen kerül a filmgyári dramaturgia élére. A dramaturgia funkcióját akkor abban jelölték meg, hogy „alkalmas legyen arra, hogy a legszínvonalasabb, legigazabb műveket segítse létrejönni”.)

1956-ig volt a filmgyári dramaturgia vezetője. Időben innen kezdtük a beszélgetést, éspedig azzal a kérdéssel, hogy miért vált meg 1956-ban a dramaturgiától.

KOVÁCS: Azért, mert 57 első hónapjaiban megszűnt ez az intézmény, a dramaturgia decentralizálódott, tehát három vagy négy stúdió alakult. Már 56 nyarán, de 55-ben is felmerült az a gondolat, hogy decentralizálni kellene a művészeti munkát, mert bár nem sok filmet csináltunk — úgy 10-et évente —, de egyre nyomasztóbb volt, hogy minden egy helyen dől el. Hát ez persze nem a dramaturgia volt elsősorban, de a témák nagyobb része mégis ott ment tovább vagy ott akadt el. De végül is a szervezet nem hoz soha lényeges változásokat, csak a körülmények. És azok a körülmények bizony nem nagyon kedveztek, hiszen válságos helyzetben volt a magyar társadalom. A filmgyárban igen komoly fellendülés volt 53 után, amit ez a válság megakasztott egy időre, és csak a hatvanas évek elején alakult ki egy másik hullám.

MIHANCSIK: Ön 53-ban még a dramaturgia vezetője volt. Hogyan élte meg ezt a fellendülést abban a pozícióban? Egyáltalán: miféle különbséget jelentett az 53 előtti időszakhoz képest a filmek színvonalában, lehetőségeiben?

KOVÁCS: Nos, a változás elsősorban a társadalom életében történt, hiszen 53-ban elkezdődött mindannak a felülvizsgálata, amit addig végeztünk. 53 előtt a kultúrpolitikában és a filmművészetben is ugyanaz volt a helyzet: a kultúrpolitika vezetőinek volt bizonyos elképzelése arról, hogy milyennek kell lennie a szocialista filmművészetnek, mi ennek érdekében kialakítottunk programokat, munkaterveket, és azt végre akartuk hajtani és hajtatni. Tehát feje tetejére állított helyzet volt, mert nem abból indultunk ki, hogy az írók, a rendezők mivel foglalkoznak, hanem azt hittük, hogy kijöhet abból valami érdemleges dolog, ha mi mondjuk meg, hogy mi érdekelje vagy mi foglalkoztassa őket.

MIHANCSIK: Nyilván volt valami olyan hit és meggyőződés, ami táplálta önökben azt a gondolatot, hogy érdemes lefaragni az egyéniesített törekvéseket és szándékokat, mert visz valahova ez a dolog.

KOVÁCS: Természetesen. Hiszen saját személyes ambícióinkról is lemondtunk valamennyien — az osztály, amelyben végeztem — vállaltuk, hogy dramaturgok leszünk. Nem mentünk a gyártásba. Másrészt volt egy szinte szerzetesi alázat, ahogyan ezt az egészet kollektíven akartuk csinálni. Tehát ha ott valaki beadott egy témát, akkor azt öt fórumon vitatta meg, abból a megfontolásból kiindulva, hogy minél több okos ember vesz részt a munkában, annál jobb lesz az. Hiszen abban az időben a miniszter is — amikor Révai József volt, ő is, mikor Darvas József volt, ő is — szinte dramaturgként működött.

MIHANCSIK: Ha most visszagondol rá, mind a csoportos vitának, mind annak, hogy különféle szintű szervek vettek részt a megvitatásban, nagyon komoly cenzori funkciója volt, és nyilván lényeges szerepet játszott a sematizmus elterjedésében is.

KOVÁCS: Természetesen, ez lényegében kontroll volt. Egyébként sokan azt hiszik, hogy 51-ben vagy 52-ben azért lett valami sematikus, mert így rendelték el. Tehát van egy olyan feltételezés, hogy adva voltak írók vagy filmrendezők, akik világosan látták, hogy mi van az országban, és adva voltak cenzorok, akik ezt nem hagyták megírni. Nos, kétségkívül voltak ilyen írók — inkább írókról lehet ezt elmondani —, akik bizonyos dolgokat sejtettek. De amit én átéltem, az az volt, hogy a 45 utáni időszakban olyan bizalom volt a vezetésben, amely elfogadott mindent vagy sok mindent, még akkor is, ha ez ésszerűtlennek tűnt. Ne felejtse el, az én generációm átélte a második világháború előtt azt, hogy Magyarország 1938-tól vagy 40-től kezdve látszólag jó helyzetbe került, amelyben úgy tűnt, hogy az első világháború utáni trianoni békeszerződéseket korrigálják. És ez az átalakulás, főleg a fiatalok számára, véglegesen látszott. Nyilvánvaló, hogy ha olvastuk volna — amit én nem olvastam — a baloldal vagy a kommunista párt elemzését arról, hogy ez

a Hitlerrel való szövetkezés — akár az igazságtalanul elszakított területek visszaszerzése érdekében is! — az országnak milyen súlyos károkat fog okozni, akkor sem lett volna ennek különösebb visszhangja. Ugyanis nagyon sokan abban az örömben éltünk, hogy egy depressziós periódus után megváltozott az ország. Tehát: a magyar társadalom átment azon a megrázkódtatáson, hogy belement egy nemzeti szempontból látszólag kedvező utcába, amelyről később kiderült, hogy katasztrófához vezet. Mármost ebből levonhattuk a későbbiekre nézve is azt a következtetést, hogy a látszat nem mindig azonos a lényeggel. Tehát, hogy mivel vannak olyan helyzetek, amikor látszólag jó valami, amiről később kiderül, hogy egy katasztrófának a bevezető szakasza, akkor ez lehet fordítva is. Ezért nem kellett különösebb magyarázat arra 45 után, hogy mitől vannak ezek a nehézségek. Ráadásul a politikának az volt a módszere, hogy a döntéseket nagyon szűk körben hozta meg, előzetes nyilvános viták nélkül. Ezért is nagyon nehéz volt egy átlagembernek megismerni az összefüggéseket, a negatívumok okait. Ezeket csak később lehetett látni, mikor már a következményei jelentkeztek. Egyszóval: ez a 45 utáni bizalom egy bianco csekk volt, azaz egy kitöltetlen csekk, amire azt írtak, amit jónak láttak, és amíg nyilvánvalóvá nem vált, hogy ezt a csekket rosszul töltötték ki, addig az emberek nem vonták vissza a bizalmat. Azt hiszem, hogy az egész „ötvenes évek”-problematikát e nélkül nehéz megérteni.

MIHANCSIK: A film funkciója változott-e 53 után?

KOVÁCS: Talán úgy lehetne fogalmazni, hogy 48—49-től 53-ig — persze, itt nincsenek ilyen pontos cezúrák — a politika úgy képzelte el, hogy a film agitációs eszköz, amely — miután nagy tömegekhez szól — a legalkalmasabb arra, hogy fontos politikai információkat továbbítson, és meggyőzze az embereket bizonyos dolgokról. Ezért természetesen kellett vagy kellett volna csinálni olyan filmet, amely arról győzi meg a parasztokat, hogy be kell lépni a szövetkezetbe. Aztán: hogy itt egy nagy dinamikájú építés folyik, tehát csinálunk filmet Sztálinvárosról, Komlóról, de készült volna egy film a földalattiról is. Azután: népszerűsítsük a hadsereget, ami abban a hidegháborús légkörben nagyon fontosnak tűnt. Ezért csináltunk egy filmet, amely a katonaság életét mutatta be. Tehát: eszközfunkciója volt a filmnek; az akkor helyesnek tartott ideológia vagy bizonyos igazságok terjesztésére szolgált. Ezért vettük természetesnek azt, hogy felülről határozzák meg, miről kell filmet csinálni.

Viszont 53 után az a felismerés erősödött meg, hogy a film nem egyszerűen terjesztője bizonyos mások által kigondolt igazságoknak, hanem maga is eszköze az igazság felderítésének, tehát a film megismerő funkciója került előtérbe. És még valami történt. 45 után mi azt éltük át, hogy az a világ, amely itt kialakult, nekünk sok mindent adott, másrészt, hogy alakítható, változtatható, és ebben nekünk szerepünk van. És 53 után mindez párosult egy másfajta élménnyel: hogy rendbe hozhatók a dolgok, amelyeket elrontottunk. És véleményem szerint ez az élmény és ez a tapasztalat éltette a hatvanas években azt a fajta filmgyártást, ami Magyarországon kialakult. Amelyre amellet, hogy ilyen megismerő funkciót vállalt, jellemző egy beavatkozó-változtató igény. Egyszerűen azért, mert van valamilyen elképzelésünk arról, hogy milyen lehetne az emberi élet. Ilyen értelemben tehát azt hiszem, van egyfajta kontinuitás.

MIHANCSIK: Viszont a későbbiek során a 60-as és 70-es évek filmjeire visszagondolva ez a változtató-beavatkozó igény meglehetősen sokat módosult. Csak két filmet hasonlítok össze: az 1967-es *Falakat* és az 1976-os *Labirintust*. Az előző film dinamizmusa, nyílt eszmecserei és vitái 10 év alatt eltűntek. Igaz, hogy a *Labirintusban* is elhangzanak különböző vélemények, hangot kapnak eltérő álláspontok, de ezek monológok, amelyek nem konfrontálódnak, és ezért nem

alakulhatnak ki azok az egészséges kompromisszumok sem, amelyek szükségessége sokunk figyelmét a *Falak* hívta fel. Egyszóval a hatvanas évek lendülete a hetvenes évekre megtört valahol.

KOVÁCS: Igen, ez így van. A *Falakat* 67-ben csináltam, tehát akkor, amikor még tele volt a közvélemény azzal a vitával, azzal az erjedéssel, amely a gazdasági reformot megelőzte. Minden nyitottnak látszott, és úgy tűnt, hogy ez a reform kezdete egy reformfolyamatnak. Akkoriban írtam egy cikket a *Falak* című film elé, és a cikkben ezt a reményemet úgy fogalmaztam meg, hogy a gazdasági reform után következnek az emberi kapcsolatok mechanizmusának reformja. Ez a várakozás akkor általános volt. Ezért nyitott ez a film és maga a vita is, bár ha emlékszik, a vita a filmben úgy fejeződik be, hogy azt mondja a Latinovits által játszott figura, hogy be kellene tiltani az ilyen beszélgetéseket, mert csak arra jók, hogy levezzék a bennünk levő feszültséget. Tehát az a félelem, hogy ez a vita nem válik alakító erővé, már akkor is jelentkezett. Általában amikor egy reform megvalósul, az sosem úgy történik, ahogy az ember elképzelte. Másrészt Magyarországon kedvezőtleneknek bizonyultak azok a feltételek, amelyek a reform megvalósulását kondicionálták. Nem akarok most a részletekbe belemenni: a lényeg az, hogy erre a film és a közönség eltérő módon reagált. Létrejött egy olyan aszinkronitás, ami nem a film rovására írandó. Arra gondolok, hogy a közönség ezekre a változásokra úgy reagált, hogy elkedvetlenedett. Fáradtság vagy illúzióvesztés volt ez... És a filmeknek az az újdonsága, ami a hatvanas években megvolt, hogy állandóan változó helyzetre, új problémákra reagáltak — mindez egy statikusabb periódusban eltűnt. Szóval a differencia a két film és a két helyzet között azt hiszem az, hogy egy dinamikus változó periódus után a *Labirintus* egy statikusabb légkörben jött létre, amelyik egyszerre jelezte egy konszolidált állapotnak a nyugalmát, ugyanakkor ennek a konszolidált állapotnak a mozdulatlanságát is.

MIHANCSIK: A mozdulatlanság viszont az alternatívák keresését, egyáltalán a lehetőségeket teszi hangsúlyossá. Három filmjére gondolok, a *Stafétára*, a *Magyar ugaronra* és a *Bekötött szemmelre*. Mert ha jól értem, ezek az alternatívakeresés filmjei. Tehát annak a problémának a megfogalmazásai, hogy az eddig elért eredményeket akkor őrizzük-e meg, ha továbblépünk, vagy álljunk meg és ne kockáztassunk. Vagy a harmadik alternatíva, ami az egyén számára marad: a jövőbe transzponált cselekvés, amely a mában pótcselekvésnek minősül.

KOVÁCS: Igen, ez így van. Lényegében a (Szovjetunió Kommunista Pártja 1956. évi) XX. kongresszusa utáni periódusnak állandó dilemmája az, hogy van-e lehetőség a változtatásra, egy radikális változtatás nem veszélyezteti-e azt, amit már elértünk. És ráadásul, azt hiszem, olyan időszakát éljük a történelemnek, mikor maguk a kérdések sem fogalmazódtak meg magában az életben elég pregnánsan. Nagy igazság az, amit Marx is sokszor megfogalmazott, hogy a kérdéseket maga a társadalom formálja. Amikor egy kérdés jól feltehető, az már fél megoldás. Tehát én azt hiszem, amellet, hogy valóban hiányzik az elemzés történelmileg meg szociológiailag meg mindenféleképpen arról a világról, amelyben élünk, ugyanakkor maguk a folyamatok sem érettek annyira, nem bontakoztak ki olyan világosan, hogy ábrázolhatók vagy leírhatók volnának. Valószínű, hogy egyelőre inkább részigazságokat tudunk felismerni.

MIHANCSIK: Én viszont úgy látom, hogy lejátszódott egy olyan folyamat, amelyet nagyon pontosan érzékeltetnek az ön filmjei. A *Falakban* még érdemes és lehetséges szembeszegülni a merev struktúrával, mindazzal a korláttal és korlátoltsággal, ami megbénít és egészségtelenné tesz egy társadalmi mechanizmust. És éppen a film nyitottsága sugallja azt, hogy meghaladhatók mindezek

a jelenségek. A *Stafétában* már hiányzik ez a nyitottság, ott ez a struktúra már megmerevedett, beállt. Olyannyira, hogy vele, illetve az ezt képviselő intézményekkel és személyekkel sem köthetők már morálisan és elvileg vállalható kompromisszumok. És ezért mondom, hogy van olyan folyamat, ami „megmutatta” önmagát, és elég keserves út az, ami ezt a két filmet átveli.

KOVÁCS: Igen, de azt nem mondanám, hogy itt egy folyamat véglegesen beállt. Most a két legutóbbi filmemet idézem, *A ménesgazdát* és az *Októberi vasárnapot*. Mert mind a kettőben a tragédiát az okozza, hogy a szereplők nem ismerik fel azt a helyzetet, amiben vannak. Az *Októberi vasárnapban* éppen ezért bukott meg az a jó irányú mozgás, ami kalakult. De *A ménesgazdában* is ugyanaz okozza a főhős bukását, hogy nem ismeri fel a körülményeket.

MIHANCSIK: No de óriási különbség van a két film között, mert az egyik fél nem ismerés abból a tehetetlenségből fakad, amellyel egy országot vezettek anynyi időn keresztül, tehát abból a korlátból, amelyet a hatalom saját magának épített ki az alatt az idő alatt, míg eljutott ehhez a döntéshez. Amelyet viszont már nem tud vállalni. *A ménesgazdában* nem erről van szó.

KOVÁCS: Ott is társadalmi okok vannak. Egyszerűen nincs jó válasz abban a helyzetben. Hiszen Busó Jani nem állhat a volt tisztek mellé, mert akkor megtagadná mindazt, ami addig ő volt, ugyanakkor viszont tudja, hogy azok, akik közé ő tartozik, ebben az esetben nem az igazat képviselik. Itt egy rosszul feltett kérdéstről van szó, amire nincs jó válasz. És lehet, hogy a két szituáció teljesen különbözik, de mind a kettőt a hősök vállalják. A megoldás mindkét esetben az lett volna, csak erre egyiknek sem volt elég ereje, hogy kívül tudnak helyezkedni. De a megoldás akkor sem biztos. Mert ha teszem fel Busó Jani felismeri, hogy itt mik az alapproblémák, ami mondom, elképzelhetetlen... hát most kezdem elmondani, és látom, hogy nem megy. De ha igen, akkor meg mit tudna csinálni egyedül? Milyen eszközei vannak ebben a helyzetben, amikor fellépni egy ilyen vezetéssel szemben teljesen reménytelen? Az *Októberi vasárnapban* pedig ezeknek az embereknek túl kellett volna lépniük a maguk társadalmilag meghatározott helyzetén, tehát szembefordulniok mindazzal, amit addig képviseltek. Most ezt a két filmet azért idézem, mert véleményem szerint mindegyikben megvan — hiszen bennem is megvan — egyfajta indulat, ami nem volna meg, ha nem látnék lehetőséget a változtatásra. Tehát amikor én arról beszélek, hogy ha nem próbálunk meg tisztába jönni azzal, hogy milyen az a struktúra, milyenek azok a helyzetek, amikben élünk, akkor olyan tragédiák elébe megyünk ami ebben a két filmben volt. Szóval ilyen értelemben minden filmem nyitott.

MIHANCSIK: Ez általában és elméletileg igaz lehet, de a moziban ülve éppen ez a nyitottság hiányzik. Megintcsak azt tudom mondani, hogy a hatvanas évek filmjei optimizmust sugallnak, vagy mint a *Falakban*, megoldási lehetőséget is megfogalmaznak. A 70-es évek leíró, tényfeltáró, konfliktushelyzeteket és tehetetlenségeket bemutató filmjeiből viszont nem érzem azt, hogy innen lépni lehet, bár az az elementáris igény, hogy lépni kellene, valóban üvölt a filmekből. De annál szörnyűbb a tehetetlenség.

KOVÁCS: Hadd válaszoljak az optimizmussal kapcsolatos kérdésre. Vegyük a *Bekötött szemmel* című filmet, amely ugyanúgy végződik, mint *A ménesgazda* vagy az *Októberi vasárnap*. Véleményem szerint az a pap, aki a fronton egy ostoba és igazságtalan háborúban vesz részt, mégpedig probléma nélkül, az morálisan vagy pszichológiailag betegebb, mint amilyené a film végére válik, amikor legalább a kérdés megfogalmazódik benne. Ő nem tudja ezt megválaszolni, mert ragaszkodik az egyházhoz, a hivatásához, mindahhoz, amiben addig élt. Ugyanakkor ez a krízis sok szempontból több optimizmusra ad okot,

mint a film elején az a hamis harmónia, amelyben a szereplő élt. Tehát én ezeket a filmeket ilyen értelemben tartom optimistának. Mert ha mi ennyire nyíltan tudunk beszélni az ún. személyi kultusz torzulásairól, mint *A ménészgazdában*, vagy a monologizálásról, mint a *Labirintusban*, akkor ez, úgy gondolom, okot ad az optimizmusra, bár ez az optimizmus nincs belefoglalva magukba a filmekbe. A dolog másik oldala viszont az, hogy ha mindez csak elmondható, megfogalmazható, de cselekvés belőle nem lesz, ez leépíti az egyént, a személyiséget, lefokozza az energiát. Furcsa ellentmondás: a nyílt beszédnek megvan az a szerepe, hogy felszabadító hatást gyakorol a nézőre, mert az illető ezzel normálisnak érzi magát, hogy őt ez is meg az is foglalkoztatja, ami mást is. De ha ebből nem lesz cselekvés, ha mindez csak elhangzott kritika marad, akkor az egész megáporodik és rossz íze lesz. Én azt hiszem, hogy ez egyik legsúlyosabb kérdése a mi társadalmunknak. Mert valószínű, hogy a legtöbb dolgról, ami foglalkoztat bennünket, beszélünk, de ez nem tud cselekvéssé válni. Ha ezeknek a filmeknek van egy ilyen keserű tónusa, akkor ez emiatt van. A 60-as években pusztán az, hogy kimondtuk a dolgokat, megadta azt az elégtételt és azt az örömet, hogy egyáltalán valamiről szó van a hallgatás hosszú időszaka után. Akkor is sejtettük, hogy ez nem elég, de ezt az élményt átéltük mi is, meg átélte a néző is, a moziban is meg otthon is. Most még többet ki lehet mondani, de a társadalmi mechanizmusok olyanok, hogy ez nem válódhat át cselekvésbe. Szóval a gőz elmegy a levegőbe: vagy beszélgetésekbe vagy dühöngésbe, vagy szkepszisbe. Ezt érzem a legnagyobb kérdésnek és ez foglalkoztatott az *Októberi vasárnapban* is. Mert ugyanez a helyzet: van egy felismerés, hogy a háború elveszett, és megvolt az elhatározás is, mert elmentek a megbízottak Moszkvába. Szerintem ennek a helyzetnek a tanulságai más viszonyok között is aktuálisak. Mert talán ma sincsenek eléggé végiggondolva a dolgok: ha ugyanis nem tudjuk a konzekvenciákat vállalni, akkor bizonyos vonatkozásokat nem gondoltunk végig. De vissza kell térnem a *Nehéz emberekre*. Az a film egyáltalán nem arról szól, hogy kellenek nehéz emberek. Hanem arról, hogy azok a viszonyok, amelyek közt élünk, nem teszik lehetővé, hogy az aktív, cselekvő ember tevékenykedjen. Világos dolog, hogy a társadalmi problémáinkat nem az oldja meg, hogy van száz „nehéz ember”, hanem az, hogy ne kelljenek olyan emberfeletti erőfeszítések, amiket a nehéz emberek produkáltak. Mert az sem változtat a helyzeten, ha egyik-másiknak sikerül. Végül is azt hiszem, két izgalmas kérdés van, ami minden filmemben érdekel. Az akarat és a lehetőség. A keretek, falak, az a mechanizmus, amelyben cselekedhetnek azok az emberek, akik nekifeszülnek a dolgoknak. Szóval ez egyfajta válasz az optimizmusra vonatkozó kérdésére. Nem mintha kötelező lenne optimistának lenni... Ezt nem védekezésül mondom, csak mert én is gondolkodom rajta, hogy hogy van ez. Mert én magamat optimista alkatú embernek tartom, tehát nyitottnak, akiben van harci kedv. Kedv a küzdelemre.

MIHANCSIK: Egy dolgot azért ne felejtessen el. Azt, hogy az ön tevékenységében két dolog egybeesik: a szándék és a cselekvésnek az a lehetősége, melyet társadalmi méretekben hiányol. Úgy hogy lehet optimista.

KOVÁCS: Igen. Én nagyon szerencsésnek érzem magam az életben, mert azt csinálom, amit szeretek. Tehát igaza van, ez adja az optimizmusomat. Szerencsésen alakult ezekben az években a kulturális politika — nem elválaszthatóan egyébként az általános politikai helyzettől. Itt arra a realizmusigényre gondolok, hogy abból indulunk ki, ami van. És ez olyan módszere a kulturális politikának, ami a művészeknek lehetőséget ad a kezdeményezésre.

MIHANCSIK: Azért érdekes, amit mond, mert gyakorlatilag azok a területek váltak szabaddá a cselekvés számára, ahol a gondolat úgy válik cselekvéssé,

hogy megmarad a leírás és tényfeltárás szintjén, a mindennapi gyakorlatban nem ütközik meg ezekkel a fojtó és bénító mechanizmusokkal.

KOVÁCS: Igen, teljesen elképzelhetetlen, hogy a film legyen domináns és a társadalom kövesse. És a legnagyobb nehézsége a filmgyártásnak az a közeg, amelybe bekerül. Amelyik viszont mást él át. Azt, hogy az ő mozgásai nagyon korlátozottak, hogy az ő kezdeményezései nem tudnak átváltódni cselekvéssé. Hiába mondja, kritizálja, javasolja ezt meg azt, semmi nem változik. És ha egy ilyen közeg találkozik egy művel, amelyik akármilyen keserűen, de abból az indulatból születik, hogy változzon valami, akkor a néző néha már ingerülten reagál, és azt mondja: „most minek beszéltek erről, mikor úgysem változik semmi?” És ezen a film önmagában nem tud változtatni. Ezért talán azt is lehetne mondani, hogy korszerűtlen filmeket csinálunk. Mert ezekhez a filmekhez más légkör kell. És itt választás előtt áll egy ember — vagy egy szakma. Hogy akkor most hagyjuk abba? Vagy csináljunk andalító vagy semleges dolgokat; amik senkit nem zavarnak? Én azt hiszem, itt nem lehet más a választás, mint megkeresni azokat a módszereket, formákat, amelyekkel egy ilyen megváltozott akusztikában is hallható az, amit mondani akarunk. Tehát hangsúlyosabban, riktóbban, de mindenképpen hatásosabban kell beszélnünk.

Ugyanarról – szociológusokkal

Folytassuk a Kovács Andrással elkezdett beszélgetést a társadalomtudományok képviselőivel: Gombár Csaba és Palotai János szociológusokkal.

*Ha nem is mindenben követjük azt a gondolatmenetet, amelyre a rendezővel készített interjú épült, azt hiszem, kiindulópontként feltehetem ugyanazt a kérdést, melyre Kovács Andrással is elsőként kerestük a választ. Vagyis: mi-
ben látja Gombár Csaba és Palotai János annak az ötvenes és hatvanas évek közötti változásnak a politikai tényezőit, amely a filmművészetet a hatvanas évek elejére a művészetek egyik kiemelkedő és a közgondolkodást felkavaró ágává tette?*

GOMBÁR: Számos ok játszik közre abban, hogy a filmalkotásoknál — egyébként más művészeti alkotásoknál is, de a tudományos kutatásban is — a kultúrpolitika (és a tudománypolitika) másképpen szabta meg a feltételeket, mint korábban. A negyvenes évek végén és az ötvenes évek elején egy sajátos hatalmi kizárólagosság működött: az adott vezető csoport feltétlenül ragaszkodott saját hatalmához és az ahhoz kapcsolódó célok, értékek kizárólagosságához saját szövetségeseivel szemben is, aminek nyilvánvaló példája, hogy a párton belüli véleményeltéréseket is a lehető legdurvábban torolták meg. Nos, ehhez a gyakorlathoz képest a hatvanas évek szabadabb légkört hoztak. Többen elemezték a hatvanas és hetvenes évek közti különbségeket, és nagyon sokszor elhangzott az a vélemény, hogy azért olyan vibráló és színes a hatvanas évek alkotástömege, mert sok, előzőleg el nem mondható probléma és vélemény előretörhetett. Ezt elfogadom — valószínűleg így van —, de van ennek a dolognak egy másik összetevője is. Az ti., hogy a hatvanas évek egyúttal a huszadik századi magyar történelem egyik legnagyobb reformlendületét hozták: bizonyos — politikai vonatkozásokban koncepcionális — keretei alakultak ki a több színűségnek, a lehetőségnek, az egymással szemben álló érdekek kifejeződésének, és ez magától értetődően a műalkotásokban is megnyilvánult. A film (meg más művészeti és alkotóterületek) publicisztikus szerepet is vállalhattak. Ezt a szó klasszikus értelmében mondom, tehát hogy publikussá, közügyvé tudtak

emelni egyébként a politika által észre nem vett vagy nyilvánosan hangoztatni nem kívánt dolgokat. Ettől vált a magyar regényirodalom vagy a magyar filmművészet is nagyon érdekessé, de hangsúlyozni szeretném, hogy nem csak az előzőleg lefojtott vélemények, ötletek, hangulatok és indulatok jelentkezhettek egyszerre, hanem a reformtörekvés ezeknek politikailag koncepcionális kereket adott. Nemcsak gazdasági értelemben, hanem — ha nem is lett akkor ki-mondva — egy általános politikai reform kereteit jelentve. A reform megmoz-gatta a szabadság- és egyenlőségértékeket, természetesen konfliktusos formá-ban.

MIHANCSIK: Ez a társadalmi és politikai mozgás a társadalomtudományokban is érezte hatását?

GOMBÁR: Hogyne, feltétlenül, de azért hozzátenném, hogy ezek az egyébként politikailag lehetségessé váló kifejezések, érdekmegjelölések, különböző ér-tékirányultságok sokkal inkább a művészet sajátos eszközeivel fogalmazódtak meg, mint a tudományban. Tehát nem véletlen az, hogy Magyarországon a szo-ciográfia, a mai szociográfia is, úgy érzem, lényegesebbeket alkotott, mint a szo-ciológia. Nemcsak történelmi hagyományok miatt, de abban az értelemben is, hogy megvan szerintem a negatívnak mondható hagyomány Magyarorszá-gon és általában Kelet-Európában, hogy a művészek hajlandók vállalni a népi, a nemzet terheit és kockázatot vállalni ennek kifejezésére. Ez azért ne-gatív dolog, mert természetesen a művészek, műalkotások a politikai problé-mákat csak megjeleníthetik valamilyen módon, de megoldani soha nem tudják. Ennek a politika nyilvánosságában, politikusok által kellene megtörténnie. Ezért ebből mindig adódik egy felemáság, bár ezek az általában negatívnak tekin-tett hagyományok a művészet számára előnyt jelentenek a szak-társadalom-tudományokhoz képest.

MIHANCSIK: És éppen ezzel magyarázható az a vonzerő, pontosabban az a fel-szabadító és aktivizáló hatás, amelyet a hatvanas évek filmjei gyakoroltak. Kovács András 64-es filmje, a *Nehéz emberek*, amelyet ugyan csak mintegy százezren láttak a moziban, olyan vitát és vihart váltott ki, hogy azt hiszem, ennél jóval több ember gondolkodását és szemléletét mozgatta meg. De ugyan-ez elmondható a *Falakról* is. Azt hiszem, ez elsősorban annak köszönhető, hogy ezekben a filmekben az érdekek konfliktusa addig szokatlan pontossággal, tehát a társadalmi hierarchia konkrét fokaihoz és csoportjaihoz kötődve jelent meg.

PALOTAI: Igen, a *Nehéz emberek* éppen arra példa, hogy az adott körülmények között kialakuló érdekek mennyire motiválják emberek, egyének vagy cso-portok, szervezetek tevékenységét. A *Nehéz emberekben*, de a későbbi filmek-ben is, találunk olyan helyzeteket, amelyekben a nehézember-karakterek éppen azokat a szabadságjogokat próbálják meg érvényesíteni, amelyekre adva van a lehetőség, ám ennek következtében elszigetelődnek környezetüktől. Nemcsak azoktól, akiknek ezáltal az érdekeiket sértenék, hanem azoktól is, akik inkább a nyugalmat, biztonságot választva passzív szemlélői lesznek ezeknek az egyé-ni törekvéseknek. Melyek aztán hol a fejjel a falnak rohanásban futnak ki és szenvednek kudarcot, hol pedig olyan visszafogott, óvatos lépések formájában jelennek meg, mint a *Falakban* az a szinte szimbolikus pantomimjelenet, amelyben a küzdők, illetve a szereplők nem tudnak elmenni lehetőségeik hatá-ráig, mert óvatosan tapogatóznak, úgy érezve, hogy a falak közelebb vannak, mint amennyire valójában. És ezért sokkal szűkebb körben mozognak, mint amiben mozoghatnának.

MIHANCSIK: Mégis most a *Nehéz emberekkel* kapcsolatban számomra az a leg-érdekesebb kérdés — amelyre a film nem válaszol, azon egyszerű oknál fogva,

mert nem feladata a válaszadás —, hogy hogyan és miért alakult ki ez a merev struktúra, amely a szabadabb mozgást, jelen esetben az újító törekvéseket csak „nehéz embereken” keresztül engedi megvalósulni?

GOMBÁR: Az okok felrajzolása kapásból nem könnyű feladat. De az egyik alapvető fontosságú összetevője ennek az a sajátos centralizmus, ahogyan a magyar gazdaságirányítás, az államélet, az egész politikai szerkezet kialakult. Ami végső soron, látszólag egy szuperészt tételez fel, hogy tehát lehetséges valahol egy olyan elgondolás, egy olyan agyközpont, ami mindent tökéletesen tud, ismeri a múltat és a jövőt, és természetesen, ennek következtében a döntések kizárólagosságát is képes birtokolni. Ez a centralizmus ad egy olyan sajátos merevséget az egész rendszernek, amivel a vállalkozásoknak mindig meg kell küzdeni. Tehát a különböző közösségek, a kialakuló vagy kialakulni szándékozó közösségek vállalkozása is beleütközik ebbe a túlzottan központosított mechanizmusba, ami a mi politikai szerkezetünkben megtalálható, és ahhoz, hogy kivívhassa jogát a nap alatt, állandóan védekeznie kell az ellen a nagyon élesen felvetődő és furcsa kérdés ellen, hogy nem a szocializmus ellenében hat-e. Gondolom, nagyon sokan rájöttek már arra — évtizedes viták is folytak ennek tisztázására —, hogy a különböző érdekek, törekvések, vállalkozások egyáltalán nem a szocializmus ellenében működnek. Nem szeretném elmosni a kérdést; nyilvánvaló, hogy a politika mindig küzdelem, amelyben vannak ellenfelek is, ellenségek is. De ha ezt minden különbségre ráhúzzuk, és mindenkit, aki az én vagy a mi — tehát értve ezen egy kisebb vagy nagyobb csoportot — elképzelése ellen lép fel, másként gondolkodik és másként akar, azt a szocializmus ellenségének kiáltjuk ki... Nagyon rossz útra vezet, ha nem tudunk különbséget tenni egy politikai ellenség és a szövetségesek vagy lehetséges szövetségesek között! Sokszor hallhatjuk ezt a fogalmat, és talán rengeteg ember unja is már, amikor a szövetségi politika felmerül, de valójában ez a politikai fogalom az, aminek állandóan, napról napra érvényt kell szerezni, hogy ne alakulhassanak ki monopolhelyzetek sem a gazdasági életben, sem a kulturális életben, de természetesen a politikai életben sem. Mert a hatalmi kizárólagosságok csak látszólag, a politika jelenségvilágának a szintjén jelentenek hatalmi szilárdságot, alapvetően rombolják az emberek együttérzését, a szocialista hatalom legitimitását.

MIHANCSIK: Mindabból, amit elmondott, az is következik, hogy nem elég általában a sajátos centralizmust mint olyan okot megjelölni, amely megnehezíti az újító törekvések és gondolatok kibontakozását. Fogalmazzunk konkrétan, ahogyan a *Nehéz emberek* és a *Falak* is fogalmazott a maga módján. Hiszen végül is ezt a sajátos centralizmust emberek, embercsoportok hordozzák, akiknek a sajátos érdekeivel ütköznek az újító törekvések.

GOMBÁR: Ez valóban így van, de ebből a szempontból sem egysíkúak és egyértelműek a különböző politikai szinteken levő emberek. Mikor a mechanizmus merevségéről beszélünk, szemben a vállalkozásokkal, a nyitottsággal, szemben a jövőre irányultsággal, akkor azt hiszem, sokszor elkövetjük azt az elméleti, de nagyon erősen gyakorlati vonatkozású hibát, hogy elképzelünk valami gépi értelmű mechanizmust, egy olyan államot, olyan politikai vezetést, ami valami furcsa, különálló, egységes csoportot jelentene. Holott ez a politikai mechanizmus egyáltalán nem ilyen egyértelmű és egységes. Nem akarok belebonyolódni az állam vagy a politikai szervek elidegenedésének kérdésébe, nem minthogyha ez nem lenne kapcsolatban ezzel a kérdéskörrel. De szeretném hangsúlyozni, hogy magától értetődően a párt központi bizottságban vagy a legkülönbözőbb minisztériumokban is vitákon keresztül dőlnek el a dolgok. A társadalom előtt vagy a politika rendszere előtt megnyilvánuló al-

ternatívák éppenséggel a politikai vezető testületekben is megnyilvánuló alternatívák. Elég, ha például arra gondolunk, ahogyan elindult Magyarországon a gazdasági mechanizmus megújítása. Azt mintegy tízéves vita előzte meg magában a politikai vezetésben! Egymással szemben álltak vélemények, egymással szemben harcolták ki azt, hogy végül is 1968-ban hivatalossá is válhatott egy reformtörekvés.

PALOTAI: Visszatérve a *Nehéz emberekre*: ők nem hősök. Köznapi emberek. És az ő újra törekvésük, személyiségük nyilván tartalmaz negatív vonásokat is. Azonban épp a *Nehéz emberekben*, a film végén a politikus mondja azt, hogy nem is velük van a politikának és a vezetőnek problémája, hanem azokkal, akik hallgatnak, akik minden utasítást mechanikusan végrehajtanak. Tehát itt már jelentkezik az, hogy a politika preferálja ezeket az embereket, illetve ezeket a törekvéseket, és ehhez szabadságlehetőséget is teremt. Az már nem a politikai mechanizmus, hanem az emberekben, csoportokban levő beidegződések következménye, hogy kik azok, akik ezt közömbösen szemlélik, és kik azok, akik érvényesíteni akarják ezeket a jogaikat.

MIHANCSIK: Furcsán hangzik, amit mond. Arról volna tehát szó, hogy a politika előtte jár a társadalomnak, csak éppen az emberek óriási többsége nem él a politika által megteremtett lehetőségekkel? Vagyis tehát a népet kell leváltani?”

PALOTAI: Nem, itt inkább arról van szó, hogy ezek a reformtörekvések, kezdeményezések megvannak a társadalom különböző csoportjaiban is, ugyanakkor a politikai vezetésben is él egy ilyen igény, hiszen a reformintézkedés döntés formájában megszületik. Kérdés, hogy ezek hol találkoznak, illetve hol mennek el egymás mellett.

GOMBÁR: Nyilvánvaló, hogy egy népet leváltani nem lehet, mindig olyan politikát kell folytatni, hogy meghatározott, jónak tartott célok érdekében mozgósítani lehessen az embereket, tehát a politikai csoportok úgy alakuljanak ki, hogy nyitottak legyenek egy jövőre.

MIHANCSIK: Nos, éppen ez a jövőre nyitottság kap más hangsúlyt Kovács András hatvanas és hetvenes években készített filmjeiben. Hiszen a hatvanas évek két kiemelkedő filmje, a *Nehéz emberek* és a *Falak* után egészen furcsa kontrasztot jelent — most csak két filmet idézve a hetvenes évekből — a *Staféta* és *A magyar ugaron* hőseinek redukált jelenléte és társadalmi jövőbe helyezett aktivitása. Beszéltünk már arról, hogy honnan származott az a lendület, amely a hatvanas évek filmjeit, illetve abban az időben a társadalomról való gondolkodást jellemezte. Most a kérdés éppen az — melyet az előző beszélgetésben Kovács Andrásnak is feltettem, és most ismét megkérdeszem, mert talán nem érdektelen hallani a társadalomtudomány képviselőinek szempontjait —, mi okozta ezt a filmekből is kiolvasható törést a két időszak között?

GOMBÁR: Ami a hatvanas és hetvenes évek különbségeit illeti, az egyik ok talán az, hogy a reformmal kapcsolatos ellenérzések mindig is erősek voltak a mai magyar társadalomban. Rengeteg fék, sokszor túl erős fék lassította le a reformtörekvéseket, és határozottan erős törések és megrázkódtatások kísérték ezt a reformfolyamatot. Tehát egy ilyen értelmű és ebből következő kiábrándulás és apátia is van. Szokták ezt ugyanakkor magyarázni — szerintem inkább magyarázgatni — a világgazdasági helyzet változásával, de ha pontosabban utánanéznünk a dátumoknak, a reformmal kapcsolatos ellenérzések, tehát hogy az emberek gazdagodnak, nyugalomra törekszenek, harácsolnak stb., ez már a világgazdasági megrázkódtatások előtt is nagyon sokszor elhangzott. Hiszen voltak, akik nagy szociális érzékenységgel aggódtak egyfajta

egyenlőségért, amit az a robbanékony életszínvonal-emelkedés, amely a hatvanas években egy időre megindult, veszélyeztetni látszott. Tehát belső okok, kifejezetten belpolitikai okok is hatottak a reformelgondolás ellenében, és ezek oda vezettek, hogy az emberekben bizonyos szkepszis alakult ki a reformtörekvésekkel szemben.

PALOTAI: Ez viszont talán azzal is magyarázható, hogy a hatvanas években túlzott volt a várakozás a reformmal kapcsolatban. A reform mint alternatíva megjelenése és elfogadása a közvéleményben olyan gondolatot vagy érzést válthatott ki, hogy ezzel szemben a másik lehetőség egyszer s mindenkorra lekerül a napirendről. Tehát, hogy ez a reform simán, gyorsan és természetesen visszafordíthatatlanul elvezet a kívánt célhoz.

MIHANCSIK: Mindenesetre, ha volt is ilyen reménykedés vagy elvárás, ezt meglehetősen gyorsan felváltotta már a reformidőszakban, az újabb alternatívák keresése, illetve a visszalépéstől való félelem. A filmekben is.

PALOTAI: Igen, végül is a hatvanas és hetvenes évek filmjeiben megnyilvánuló alternatívák mindegyike a szocializmuson belüli alternatívákat próbálta keresni. Úgy is mondhatnánk, hogy az a társadalomkép, melyet a hetvenes évekkel kapcsolatban jellemeztünk, nem változott minőségében a hatvanas évek társadalomképéhez viszonyítva. A nagy változás az ötvenes és a hatvanas évek filmjeinek társadalomképe között van.

MIHANCSIK: Tehát a *Nehéz emberek* és a *Méniesgazda* között nincs társadalomkép-váltás?

PALOTAI: Úgy is mondhatnám, hogy *A méniesgazda* problémája megmagyarázza a *Nehéz emberek* problémáját. Hiszen azoknak a falaknak, amelyekről ott szó van, a valóságban történő beszűkülése ekkor kezdődik meg. Tehát *A méniesgazdában* a háttérben már kitapintható az a folyamat, melyet úgy is szoktak nevezni, hogy a demokrácia visszavétele. Tehát hogy a 45 és 49 között lezajló népi demokratikus forradalom után ennek a visszavétele következik be. A hatalom centralizálása világosan benne van a filmben. Ezek a hetvenes években készült filmek viszont mégsem dokumentum jellegű filmek, itt már a pszichologizálás kerül előtérbe. A hatvanas években arról is szó volt, hogy a valóság feltárásában a filmek elébeszaladnak a társadalomtudományoknak. Most elterjedt az a vélemény, hogy a filmek elmaradtak, fáziskésésben vannak, és a szaktudományok állnak előbbre, jöllehet ekkor más rendezők, mondhatnám azt is, hogy a következő nemzedék kezdi el, nagyon határozott program alapján szociografikusan feltárni a társadalom problémáit.

GOMBÁR: Úgy gondolom, tudomány, művészet, politika egymáshoz való fáziskéséséről lehet ugyan elvileg is és gyakorlatilag is beszélni, de itt mégis inkább arról van szó, hogy politikailag nem artikulálódnak úgy, nem fejeződnek úgy ki koncepciók, irányvonalak, mint ahogy — egymással szemben is — kifejeződtek a hatvanas években. Tehát a politikai koncepcionalitás, a meghatározott politikai programok, a kitapintható irányvonalak, amelyek mögé az emberek felsorakozhatnak, ilyen vagy olyan alternatíva mellett hitet tehetnek, ezek nem kristályosodtak ki. Ezért vannak nehezebb helyzetben azok a filmek talán, melyek a társadalom jelenlegi állapotával kívánnak foglalkozni, itt és erről akarnak megfogalmazni kérdéseket. Az előbb is szó volt már arról, hogy van egy hivatalossá vált helyes reformelképzelés, ami számos esetben tompítottá vált, aztán újra erősebben hangzott, tehát egyáltalán nem könnyű eligazodni ebben. Soha nem könnyű eligazodni a politika életében, de most pontosan arról van szó, hogy ezeknek a változatoknak a politikai megfogalmazása, a hivatalos vállalás, az egyértelműség kérdése az, ami nehezebben kitapintható ma egy alkotó számára.

PALOTAI: És ez a Kovács filmjeiben is, különösképpen a *Falakban* kap hangsúlyt, hogy a szervezetek működését, dinamikáját mennyire segíti elő a nyilvánosság megteremtése, tehát az, hogy nyilvánosan jelenhetnek meg különböző koncepciók, amelyek mögött érdekcsoportok, érdekellentétek húzódnak meg. Talán azzal, hogy mindez a filmekben hangot kapott, a politika számára a visszajelzés szerepét tölthette be. Erre utal az is, hogy a *Filmkultúrában* Pozsgay Imre a magyar filmeket értékelve az egyik lényeges értéküket abban látta, hogy olyan jelenségeket tárnak fel, olyan információkat hoznak, amelyek szükségesek a politikai vezetés számára is.

GOMBÁR: Egyébként furcsa érzésem volt az egész beszélgetés során. Mi most beszélgetünk Kovács András filmjeinek ürügyén. Nagyon fontos, kiváló és izgalmas alkotásokról van szó. De mikor mi a saját fogalmainkkal próbáljuk ezeket a problémákat elemezni, akkor egy kicsit dadogunk, vacillálunk, nem találjuk a szavakat. Nem mintha én személyemben illetékes volnék a magyar társadalomtudományt képviselni, de ezzel kapcsolatban el kell mondanom, hogy ezek a politikai filmek sikerrel oldják meg a saját területükön fontos és lényeges kérdések publikussá, nyilvánvalóvá tételét, ugyanakkor a politikai elemzés vonatkozásában évtizedes elmaradottságunk van, hiszen a politikai kérdések nyilvános elemzése, az ezzel kapcsolatos tudományos fogalmak kialakítása nagyon sokáig nemkívánatosnak tekintett dolog volt. Erre gondoltam, mikor az előzőekben a tudomány és a művészet különbségéről, fáziseltolódásáról beszéltem. És határozottan kényelmetlen érzésem van, mert hiszen kiváló, érdekes alkotásokról beszélünk, amelyek nagy hatást gyakoroltak, tehát betöltötték feladatukat, és mégis dadogva keressük a szavakat, hogy ugyanazt másképp elmondjuk.

Hangos töprengés a popzenéről – rádiós kerekasztal mellett

A popzene — látványos sikerei ellenére — időnként viták pergőtüzébe kerül. E területen ugyanis sok még a megválaszolatlan kérdés. Ezen az 1980. május 18-án a Kossuth-adón elhangzott véleménycserén (melynek stílusosan kissé „megfésült”, de hűen tömörített szövegét adjuk itt közre) elsősorban az intézmények szemszögéből, az általánosítás szintjén vizsgáltunk néhányat a válaszra váró kérdések közül. Elképzelhető több és másfajta, hasonlóképpen élő, megoldást váró téma „körüljárása” is, épp ezért reméljük, hangos töprengésünk folytatásra serkent.

Abban mindenki egyetérteni látszik, hogy az „öntudatlan” állapotból el kell jutnunk a könnyűzenei — ezen belül a pop — ízlés tudatosodásáig, ami — paradox módon — részben a tudatlanság tudatosulását jelentené. Többek között azt, hogy az ízlés — a zenei, popzenei ízlés is! — társadalmilag determinált, konkrét, tehát: befolyásolható. A befolyásolás pedig felelősség!

E gondolatok adták a hátterét ennek az együttmunkálkodás szándékával létrejött kerekasztal-beszélgetésnek.

J. E.

JUHÁSZ ELŐD: Bemutatom beszélgetésünk résztvevőit: *Bulányi László*, az Országos Rendező Irodától, *Demjén Ferenc*, a V. Moto Rock együttestől, *dr. Erdős Péter*, a Hanglemezzgyártó Vállalattól, *Pentz Zsolt*, a Nemzetközi Koncertigazgatóságtól, *Szentkúti Pál*, a Magyar Rádió, és *Tánczos Gábor*, a Magyar Televízió zenei főosztályáról. Hangsúlyozni szeretném, hogy ezúttal *kérdéseket, problémákat vetünk fel*, amelyekre *személyes véleményeket* várunk: amolyan baráti beszélgetést tervezünk tehát a popélet mindannyiunkat foglalkoztató gondjairól. Régi panasz, hogy a könnyűzenei életben, szűkebben a popéletben fáziskülönbség hallható, érezhető, olyan különbség, amelyet a különféle külföldi irányzatokhoz, zenei eseményekhez képest lemaradásnak is mondhatunk. Mi erről a véleményetek?

PENTZ ZS.: Nagyon nehéz megfogalmazni, hogy ki mekkora különbséget érez. Vannak, akik ezt nagy különbségnek érzik, mások — zeneszerzők, zenekarok — talán joggal hivatkoznak arra, hogy ők a stílusirányzatok, a divat előtt járnak, tehát már új irányzatot, új stílust képviselnek. Eszerint ez inkább távolságot jelent, s nem mindig lemaradást.

JUHÁSZ: Ha már zenekarokról beszélünk: mi a véleménye Demjén Ferencnek?

DEMJÉN F.: Valóban, elég nagy fáziseltolódás érezhető — minőségileg. Ez felróható a mi felkészületlenségünknek is, de a technikai és egyéb lehetőségek fogyatékoságainak is. A szükséges hangszerek és más berendezések például sem a hazai, sem általában a szocialista országokban nem kaphatók, s ha valamiképpen mégis hozzájutunk, óriási összegekbe kerülnek.

BULÁNYI L.: A „fáziseltolódás” kifejezésen vitatkoznék. Ha zenei stílusokat vizsgálunk, akkor lehet, hogy van ilyesmi, de nem mindig negatív értelemben: lehetnek olyan együtteseink, amelyek valamilyen új stílus kialakításában talán előbbre járnak, mint más országok. Ez a tartalmi része a kérdésnek. Hogy technikai felszereltségben van-e lemaradás? A Német Demokratikus Köztársaságban működő zenekarok népszerűsége — szerintem — valamivel kisebb, mint a magyar zenekaroké, viszont valamennyien jól tudjuk, hogy felszereltségük jobb. Látni kell azonban, hogy a miénknél jóval nagyobb országról van szó. Lehetőségeinket ez is meghatározza.

JUHÁSZ: Itt nem az állami támogatás valamilyen formájáról van szó?

BULÁNYI: Úgy hiszem, hogy ahová nálunk a popzene és a popzenekarok eljutottak, abban feltétlenül része van az állami kultúrpolitikának is. Ha a hangversenyek számát és a Magyarországon működő popzenekarok számát vizsgáljuk, akkor — kis túlzással — a „nagy hatalmak” közé tartozunk. Az általában szervezett „élő” hangversenyek száma több ezer. Ezen túlmenően: egyéb módon is létrejönnek koncertek; társintézményeink is sokat tesznek ebben az ügyben. Amellett az is biztos, hogy több zenekar van, mint amire e pillanatban igény mutatkozik.

JUHÁSZ: Hol tart a mai könnyűzene, popzene a külföldi irányzatokhoz képest?

ERDŐS P.: A kérdést ketté kell bontanom. A szakma, illetve a szűkebb értelemben vett popközvélemény lépést tart, sőt gyakran kitalálja azt is, hogy mi lesz holnap a világgiacon. Ezek a beavatottak. A hazai közönség viszont valóban fáziskésésben van, hiszen mire a popzenei divatok a közvetett „hordozókon” keresztül eljutnak a magyar közönséghez, több-kevesebb eltolódás mutatkozik. JUHÁSZ: Ezek szerint a muzsikuskoknál kevésbé érezhető a fáziskülönbség, mint a befogadóknál, annak ellenére, hogy a hallgatókat az éter hullámain nagyon sok minden azon nyomban eléri?

ERDŐS: Pontosan így van, a befogadó azonban különös közeget képez. Hallgatja a rádiókban a számokat, hallgatja a külföldi lemezeket — de ahhoz, hogy valminek maga legyen a terjesztője, a képviselője, ehhez más is kell. Mi a Hanglemezgyártó Vállalatnál tréfás túlzással azt szoktuk mondani, hogy ma Magyarországon a Boney M.-et, az Abbát, Donna Summert, Amanda Leart, és mondhatnék még két vagy három nevet, ismeri az utca embere — a szakma viszont nem szereti, nem becsüli, lenézi őket. Ez a lenézés ugyanolyan divat, mint a közönség szeretete, vonzódása, érdeklődése: két ellentétes divathullám csap össze. Természetesen annak, aki lemezt akar eladni, a közönség fontosabb, mint a szakma. Ez nem azt jelenti, hogy nem vesszük figyelembe a szakmai közvéleményt, csak van sorrend e tekintetben.

TÁNCZOS G.: Ha ezt a műfajt divatként fogjuk fel — hiszen a közönség egy része, sőt még a műfajjal foglalkozó szakemberek közül is sokan ezt teszik —, akkor valóban észlelhető valamifajta lemaradás. Tudnunk kell azonban, hogy ezt a divatot manipulálják, és így már egy kicsit „bocsánatosabb bűn” ez a lemaradás. De erősen túlzó és torzító gondolkodás egyértelműen divatnak fel fogni ezt. Ez a műfaj, ha tetszik, ha nem, része kulturális életünknek, a társadalmat tükröző művészeti szférának, és ha mint ilyen valóságélemet nézzük, akkor azt javaslom, tegyünk egy kísérletet. Vessük össze a művészeti szféra más ágait is a világszínvonalal! Ha ilyesmi egyáltalán mérhető lenne, és a kapott eredményt összehasonlíthatnánk a popműfaj hazai színvonala és a világ-

színvonal közötti különbséggel, akkor — azt hiszem — meglátnánk, hogy nem olyan rossz a helyzet. És ezt egyértelműen azok javára írnám, akik e műfajt művelik — most már lassan húsz éve Magyarországon. Ez egyedül az ő tehetségükön, az ő felismeréseiken és az előbb taglalt, meglehetősen nehéz körülmények között is nagyon jól végzett munkájukon múlt és múlik.

Művészet vagy „csak” szórakoztatás

JUHÁSZ: Elég volna a tehetségük, jó munkájuk, igyekezetük, ha nem találkozna a különböző intézmények támogatásával?

TÁNCZOS: Valóban nem volna elegendő, hiszen médiumokra szükség van; ezt a művészetet „közvetíteni” kell és csak úgy juthat el a közönséghez, ha valaki felvállalja ennek a közvetítőnek a szerepét. Azt hiszem, a tévé ebben sokat tett.

JUHÁSZ: Úgy hiszem, ugyanezt teszi — és ezzel Szentkuti Pál is egyetért — a Magyar Rádió is.

SZENTKUTI P.: A rádió szerepe egy kicsit más, mint a többi intézményé; ezeket az új irányzatokat elsősorban mi mutatjuk be. Míg ezt megismerik, ez törvényszerű időeltolódás.

JUHÁSZ: Arra gondolok, nemcsak a divatok átvétele, megismerése, megismertetése tartozhat ide, hanem tágabban az is, vajon hol tart ma a könnyűzene elismerése, milyen a társadalmi helyzete?

TÁNCZOS: E tekintetben már nem állunk olyan jól. Nyugodtan kijelenthetem, hogy a könnyűzene társadalmi presztízse nem olyan nagy, mint amelyet megérdemelne. Ez valószínűleg abból adódik, hogy még mindig nem tisztáztuk a műfaj helyét. Nem tudjuk, hogy ez a műfaj a kultúra, az autonóm művészetek szférájába tartozik-e, vagy pedig a szórakoztatás körébe, márpedig e kettőt kultúrpolitikánk különválasztja. Amennyiben a szórakoztatás kategóriájába soroljuk, akkor nehéz az esztétika aspektusából megközelíteni: az egyetlen fogódzó a szociológia marad. Azt hiszem, addig nem is alakul ki társadalmi presztízse, amíg végképp nem tisztázzuk, hogy léteznek-e művészi elemei ennek a műfajnak, és ha igen, mennyiben. Amíg csak a szórakoztatással, a cirkusszal, a lábszonglőrrel és egyebekkel tartjuk egyenértékűnek, addig a hatásmechanizmuson kívül mást nem vizsgálhatunk.

SZENTKUTI: A társadalmi presztízsz igen bonyolult kérdés. Sok zenész sérelmezi, hogy nem tartozik sehova, magyarul: nincs státusban. De kinek volna ez jó? A zenésznek biztos, hogy nem, mert a jövedelme sokkal kötöttebb és megfogottabb lenne, mint jelen pillanatban. Persze, ha a státus alatt azt is értenénk, hogy pl. a technikai felszerelést az állam adná, akkor ez már más kérdést vet fel.

JUHÁSZ: Ugyanez a probléma az alkotó-előadóművész szemszögéből?

DEMJÉN F.: Mi igazán nem akarunk „művészek” lenni, sőt művészkedni sem... De megkérdezném: melyik műfaj nem szórakoztató? Végül is a szórakoztatás nagyon tág fogalom. Csak azt érzem rossznak, ha ezt kifejezetten giccsnek vagy kifejezetten silány műfajnak tekintik. A státus alatt nem a valahová tartozást értjük, hanem például azt, hogy nekünk még egy klubunk sincs, ahol a zenészek összejöhének.

BULÁNYI: Szeretnék még néhány gondolatot elmondani a társadalmi megbecsülésről. Az 1974-es párthatározat óta alapvető változást látok az egész szórakoztatás megítélésében. Ez a határozat egyértelműen kimondja, hogy a szórakoztatásnak megvan a maga társadalmi szerepe, és ezt a határozat fontosnak ítélte. Talán jelzésképpen annyit, hogy eljutottunk oda, ami úgy tíz évvel ezelőtt elképzelhetetlen volt: a műfaj egyik jeles képviselője, Koczs Zsuzsa Liszt-

díjat, Presser Gábor Erkel-díjat kapott. Ezek a díjak társadalmi megbecsülést mutatnak. A Kommunista Ifjúsági Szövetség, a maga politikai súlyával mögötte áll ennek a műfajnak. S amikor szolidaritási koncertet tartunk negyvenéves fiatal részvételével, az is ennek az ügynek egyfajta társadalmi elismerése. JUHÁSZ: A társadalmi megbecsülés valóban örvendetes, de nem pótolja a „gazda” szerepét.

BULÁNYI: Demjén Ferenc valamifajta hovatarozást említett. Mi — mint állami hangversenyrendező intézmény — azt a feladatot vállaltuk, hogy valamennyi élvonalbeli együttest, „középheállású” együttest, sőt kezdő együttest pódiumra teszünk, lehetőséget biztosítunk sportcsarnokokban, szabadtéri színpadokon, művelődési házakban, és több ezres koncerteket rendezünk. Úgy gondolom, ez az állami hangversenyrendezés feladata.

JUHÁSZ: Milyenek a nemzetközi tapasztalatok? Másutt ezt a gazda szerepet, egyúttal a menedzselést hogyan oldják meg?

PENTZ: Ez országoként változik. Nálunk pódiumhoz juthat bárki, aki elérte a megfelelő művészi szintet. Nyugat-Európában vagy más társadalmi berendezkedésű országokban, ha valamiben nem látnak üzletet — legyen az bármilyen tehetséges, ötletes —, egyszerűen nem foglalkoznak vele. És felvetődhet a kérdés, hogy vajon egy magyar zenész Portugáliában, Belgiumban, Dániában, Norvégiában (vagy bármily hasonló lélekszámú országban) ugyanilyen képességekkel jobban megélné-e, nagyobb országos vagy nemzetközi sikereknek örvendhetne? A válasz: egyértelmű *nem*. Nem ismerünk az előbb említett országokból világsztárokat. Nem hiszem, hogy az ország berendezkedése vagy az, hogy van-e gazda vagy nincs, ennyire meghatározó lenne a hazai vagy nemzetközi karrier szempontjából.

Üzlet és művészi törekvések

JUHÁSZ: Maradjunk az üzlet-problematikánál: kizárható-e az üzlet a popéletből? S továbbmenve: az üzlet feltétlenül ellentmond-e a művészeti törekvéseknek?

TÁNCZOS: Bizonyára nem, annál kevésbé, mert a világ nagy részében ez jelentős mértékben üzleti kérdés. A Magyar Televízió költségvetési intézmény, és a felléptetésre váró művészeket egyértelműen a művészi színvonal alapján ítélik meg. Nem tudom, hogy ez más állami szerveknek mennyire üzleti kérdés; azt hiszem azonban, üzleti kérdés maguknak a zenészeknek (legalábbis üzleti kérdés is). Arra, hogy az üzlet befolyásolhatja-e a művészi színvonalat, azt kell mondanom, hogy minden művészetet mindig is befolyásoltak gazdasági szempontok. A mecénásnak mindig hatalmas szerepe volt; egy-egy megrendelés, egy-egy határidő gyakran a múzsa szerepét töltötte be, én legalábbis így tudom.

SZENTKUTI: A rádióban ez a műfaj nem üzleti kérdés. Az együttesnek nem üzlet bejönni a rádióba, mert a gázsí nem magas. Viszont akkora propagandát kap, amit nehezen tudna „üzletszerűen” megfizetni. Ettől függetlenül a popműfaj igenis üzleti műfaj. Amelyik együttesnek nincs közönsége, nincs közönségbázisa, tehát nincs bevétele — annak a létét meg is kérdőjelezhetjük. BULÁNYI: Elképzelhetetlen, hogy egy hangverseny megrendezésének ne legyenek gazdasági vetületei. Ezek a költségek az utóbbi időben egyre jelentősebbé váltak. Intézményünk mégis arra törekszik, hogy elsősorban olyan együttesek kerüljenek a nagyközönség elé, amelyeknek ebben a műfajban megvan a zenei rangjuk, és amellyel közönségigény is van rájuk. Tehát *nem elsődlegesek* a gazdasági célok: az a legfontosabb, hogy sikeres koncerteket rendezzünk, de természetesen a gazdasági fedezetet biztosítani kell. Nem enged-

hetjük meg magunknak, hogy a popkoncertek rendezésére ráfizessünk, e koncerteknek el kell tudni tartaniuk önmagukat.

JUHÁSZ: Gondolom extrém megoldásokkal, extrém vizuális élménnyel elérhető ez a siker akkor is, hogyha a művészi színvonal esetleg nem magas.

BULÁNYI: Ilyen törekvés is van, de ezen a pillanatnyi divaton túl kezdünk visszatérni oda, hogy zenélni kell. Látok jelenleg egyfajta polarizálódást is. Megemlíhetném a Fonográf együttes sajátos stílusát, kialakulnak a jazz-rock együttesek, vagy a V. Moto Rocknál is stílusváltozást fedezhettünk fel legutóbbi Erkel színházbeli vendégszereplésüknél.

JUHÁSZ: Hogyan vélekedik erről a márkamenedzser?

ERDŐS P.: A hanglemez áru. Még akkor is, amikor Bartók-zene szólal meg rajta. És akkor is pénzt kell adni az embereknek, ha egy kortárs zeneszerző — természetesen kialakulatlanabb értékrendszer alapján megítélhető — lemezét veszi a kezébe. Nem akarok abba most belemenni, hogy Marx hogyan értette, hogy a szocializmus viszonyai között a kultúra nem lehet áru, de amíg árutársadalomban élünk — és abban élünk! —, addig ezt nem lehet mindenre kiterjeszhető értelemben felfogni. Hogy a színházi előadás akkor is jó, ha senki nem nézi meg, a lemez akkor is jó, ha nem veszik meg...? Hadd kérdezzek én is némi indulattal: milyen tömegszórakoztatás az, amelyik nem szórakoztatja a tömegeket? Milyen értékrendszer az, amelyik még a népszerű zenében is (hiszen a popzene a populárisnak a rövidítése) el akar tekinteni éppen a népszerűségtől? Egyébként is, a mai korszerű gondolkodás képes több tényező együttes figyelembe vételére: tehát esztétikai, ifjúságpolitikai és kereskedelmi szempontot képesek vagyunk bonyolultabb összefüggésrendszerben is vizsgálni. Nem vagyunk olyan ostobák, hogy ne tudnánk figyelembe venni: mi az, amiből azért adunk el valamivel kevesebbet, mert nehezebben befogadható, és melyik az a lemez, amelyikből azért adunk el keveset, mert unalmas. Szemünkre vetik a popzenével kapcsolatban, hogy túl nagy súlyt helyezünk az üzletre. Valóban ezt tesszük, már csak azért is, mert amikor megjelenünk a világpiacon és keverőasztalt akarunk venni, vagy nyugatnémet nyersanyagot, hogy a lemezek jól szóljanak, vagy más műszaki berendezést vásárolni a hanglemezgyár részére, akkor bizony azt kérdezik tőlünk, hogy van-e pénzünk. De hogyan legyen, ha nem gondolunk az árura, az üzletre, a gazdaságosságra? Tudomásul kell venni, hogy az állam — különösen jelenlegi helyzetében — nem kívánja még a szórakoztatást is szubvencionálni.

Válogatás, utánpótlás

JUHÁSZ: Folytassuk a beszélgetést egy nem kevésbé fontos témával: a selektálással. Úgy gondolom, az értékek kiválasztása elsősorban a szakemberek, az intézmények feladata.

TÁNCZOS: Igen. A televíziónál ez a munka kétirányú. Egyrészt mindenképpen adnunk kell a közönségünknek a könnyűzene műfajából azokat a kiemelkedő személyiségeket, zenészeket, együtteseket, szolistákat, akik a legnépszerűbbek, illetve a legjobbak (bár ez a két fogalom nem mindig ugyanaz); másrészt utánpótlásról, tehetségkutatásról is gondoskodnunk kell. Legalábbis részt kell válnunk ebben a feladatban. Gondolok itt a Ki mit tud?-ra vagy a táncdal-fesztiválokra, amelyekben mindig feltűntek új tehetségek. Amikor nincsenek ilyen nagy akciók, a mindennapok gyakorlatában is igyekszünk új arcokat, új tehetségeket felvillantani, akikre aztán a szakma „reprodukcióval” foglalkozó része odafigyelhetne.

SZENTKUTI: Nekünk a Rádióban módunk és lehetőségünk van az utánpótlás biztosítására, ez természetesen együtt jár a selektálással. Minden évben ren-

dezőnk meghallgatásokat. Akikben tehetséget látunk, azokat tanítjuk egy-két évig. Évente két-három szólistát indítunk útnak. A további szelektálást már a közönség meg a szakma végzi. Évente kb. 20—25 együttesel készítünk próbafelvételt, és akik beválnak, azok rendszeres fellépési lehetőséghez jutnak. Minden évben megrendezzük az amatőr fesztiválokat és amatőr versenyeket is. BULÁNYI: Az Országos Rendező Iroda nem tud versenyezni a rádió és a tévé nyilvánosságával. Mifelénk az igények már ennek tükrében jelentkeznek. Hangversenyeket csak olyan együttesekkel és szólistákkal tudunk rendezni, akikre megváltják a jegyet. Utánpótlási tevékenységünk abban jelentkezik, hogy a rádió és a televízió által felkutatott, bemutatott kezdőknek pódiumot nyújtunk, hogy az új közegben is bizonyítsanak.

JUHÁSZ: Hogyan szelektál a Nemzetközi Koncertiroda?

PENTZ: Segítjük a művészek nemzetközi pályafutását, és az is természetes, hogy csak olyan előadóművészekkel foglalkozunk, akik idehaza már bizonyítottak minden területen. Természetesen az igazán magabiztos, tehetséges, jó zenészek részéről jogos az az igény, hogy a szelekció legyen erőteljesebb. Könnyen mondják, mert megvan a tehetség, az önbizalom...

A Nemzetközi Koncertigazgatóság mint közvetítő szerv rendkívül sok ajánlatot kap külföldről, külföldi partnerektől, s piackutatásaink során mi is nagyon sok ajánlatot tudunk beszerezni. Tulajdonképpen ezeket szelektáljuk és tárjuk a partnerintézmények elé.

JUHÁSZ: Csak anyagi oka van, hogy nagynevű együttesek és sztárok oly ritkán jönnek Magyarországra?

PENTZ: Ezt esete válogatja. Van, amikor anyagi kérdés, van, ahol időegyeztetési problémák vannak, vagy más — esetleg kultúrpolitikai — szempontok játszanak szerepet, és van, amikor a rendezési lehetőségek hiánya hiúsítja meg a vendégszereplést.

BULÁNYI: Az ORI az elmúlt években minden alkalommal kimerítette valutakeretét, s a jövőben is ezt kívánjuk tenni. Azt is elmondhatjuk, hogy sikerrel tudtunk „gazdálkodni”, hiszen az elmúlt években megismertettük a magyar közönséggel az Osibisa együttest, itt volt a Boney M., vendégül láttuk Suzy Quatrót, élvonalbeli jazz-zenészeket szólaltattunk meg az Erkel Színházban, legutóbb a Hiltonban rendeztünk nemzetközi jazzkoncertet. Lehetőségeinken belül bemutatjuk a nemzetközi élmezőnyt. Idén is tervezzük nemzetközi nagyságok meghívását, és bár bízunk benne, hogy sikeresek lesznek közös akcióink az Interkoncerttel, lehetőségeink végesek.

JUHÁSZ: Nem képzelhető el, hogy a szomszédos országokban szereplő világnagyságokat esetleg „láncszerűen” olcsóbban és könnyebben megkaphatjuk?

PENTZ: Természetesen sokkal egyszerűbb lenne, és fáj a szívünk, mikor ezt nem sikerül megoldani. Ez alapvetően technikai kérdés, rendezési helyhiány. A bécsi Stadthalleban, a ljubjanai, a szarajevói vagy a prágai sportcsarnokban vendégszereplő művészek, a színházi szezonnak megfelelően dolgoznak. Szeptembertől májusig. Amikor Johnny Cash Prágában vendégszerepelt márciusban, nem tudtuk meghívni, mert nem volt hol felléptetni. Amikor a Rolling Stones Jugoszláviában vendégszerepelt — szintén tavasszal —, nálunk nem volt megfelelő hely, ahová meg lehetett volna hívni őket, és hasonló okokból nem sikerült a bécsi Stadthalle műsorához kapcsolódni.

JUHÁSZ: Elképzelhető, hogy a nemsokára elkészülő budapesti Sportcsarnok gyökeresen megoldja ezeket a problémákat?

PENTZ: Azt hiszem, hogy teljesen megoldandó.

Magyarok a világpiacon

JUHÁSZ: Mit tesz a Hanglemezgyártó Vállalat a magyar popzene és zenészek külföldi megismertetése érdekében?

ERDŐS: Amikor tavaly kivittük a MIDEM-re az ötven tagú gárdát, kinevettük, vagy ha nem, akkor feltételezték, hogy a Hanglemezgyártó Vállalat két vagy három képviselője nyilván csak akkor utazhat Cannes-ba államköltségen, ha kivisz hozzá ötven művészt. A siker, amiben kezdetben senki nem hitt, lassan megváltoztatta a hangulatot, a magyar közvélemény várakozó álláspontra helyezkedett. Azóta nincs olyan hét, hogy ne kapnék külföldön megjelent magyar popzenei lemezt, hogy ne jönnének szerződési ajánlatok. Legutóbb a Hanza, a Boney M. kiadója — tehát üzleti szempontból a nagy csodacsinálók egyike — küldött telexet, rajta egyetlen mondat: Fonográf és Piramis érdekel minket. Rögtön el szeretnék oszlatni egy illúziót: ez ma még nem nagy jövedelmet biztosító tevékenység — bár amibe nekünk kerül, azt behozza devizában —, de ez az alapja annak, hogy egyszer valami nagyon bejőjjön. A zeneszerzőink jók, a magyar könnyűzene már néhányszor a világon sok évtizeddel ezelőtt is él felé tört, megérdemli, hogy az üzletemberek — magamra veszem ezt a nálunk sajnos pejoratív kifejezést — dolgozzanak érte. Találékonyan, okosan, rámenősen.

JUHÁSZ: Persze nemcsak az üzletemberek, hanem az elektronikus tömegkommunikáció lehetőségeivel zenét közvetítő szakemberek is azon munkálkodnak, hogy a popzenei élet vérkeringése pezsgőbb legyen. Nagy részt vállal ebben a Televízió.

TÁNCZOS: Nem érzek különösebb elmaradást a társintézményekhez viszonyítva. Jó néhány kísérletet tettünk részben nyugati, részben szocialista országokból származó művészek meghívásával, és nem kis sikerrel. Érdekes — és valószínűleg az igényrendszer különbségéből adódik —, hogy még egy olyan sikeres televízióműsor sem tudott érdeklődést kiváltani a hangversenyrendező szervekből, mint az, amelyet pár évvel ezelőtt készítettünk Helena Vondrackovával.

- **JUHÁSZ:** Mi a rádió szerepe a popzene népszerűsítésében, a külfölddel való kapcsolatban?

SZENTKUTI P.: Mi természetesen sokkal több művészt foglalkoztatunk, mint a televízió, sokkal több ugyanis a műsoridőnk. Minden évben megrendezzük a „Tessék választani” gálaestjét, ahová meghívunk, amikor tudunk, világsztárt, vagy legalábbis Európa-sztárt és neves énekeseket. Nemzeti esteket rendezünk, és ezekre igyekszünk elhívni az adott ország legnépszerűbb reprezentánsát. A magyar színeket rendszeresen képviseltetjük a külföldi rádiós fesztiválokon. A „Tessék választani” gálaestjére különben azzal a szándékkal hívjuk meg a külföldi énekeseket, hogy ők hazatérve népszerűsítsék azt a magyar dalt, amit itt elénekelték. Ennek következtében sok magyar dal jelenik meg a nagyvilágban.

JUHÁSZ: Sok mindenről esett szó a beszélgetésben és sok mindenről nem — hiszen teljes szemrevételezésre aligha törekedhettünk. Nem szoltunk például az igazán szakértő kritika hiányáról, a műfajhoz olyanmira hozzátartozó klubok létjogosultságáról, megteremtésükről, az egységes szempontokat követő popújság szükségességéről — egyáltalában a popzene és popélet valamiféle összefogásáról. És még sorolhatnám a gondokat, kérdőjeleket. Csupán megpendíthettünk néhány, a műfajt érintő régóta időszerű problémát. Azt szeretnénk, ha a popzene, tágabban a könnyűzene társadalmi presztízse tovább erősödne, hiszen ezt a zenei területet is, a maga sajátosságaival, a művészet részének tekintjük. Megállapítást nyert, hogy közönség, „befogadók” nélkül nincs

popzene, ami természetesen nem zárja ki azt, hogy nekünk — és itt, úgy hiszem, mindannyiunk nevében mondhatom — ne kellene fokozottabban ügyelnünk — esztétikai kategóriával élve — a tartalmi kérdésekre.

Hadd tegyem hozzá, mi rádiósok, miközben kielégítjük a műfaj iránti reális igényeket, arra törekszünk, hogy a különböző — pl. úgynevezett vegyes profilú — műsorokban felkeltsük az érdeklődést a másfajta, az értékes zene iránt is. S az utolsó szó jogán még hadd mondjam el, hogy kollégáimmal együtt bízunk abban, hogy a magyar popzene történetének újabb színes, érdekes, rangos teljesítményeket nyújtó időszakának lehetünk munkálkodói, tanúi.

A televízió marxista elméletéhez

Folyóiratunk első számában közöltük *Pavel Campeanu* román szociológusnak, a Román Rádió és Televízió kutatási részlege vezetőjének nagy nemzetközi érdeklődést kiváltó írását „25 tézis egy marxista televízióelmélethez” címmel. Campeanu ezeket a téziseket a szocialista országok testvérpártjai Összehasonlító Kultúraelméleti Munkaközösségeinek 1979 őszén a bulgáriai Bojanában tartott konferenciáján adta elő.

Mivel szerkesztőségünk Campeanu téziseit tartalmasnak, ugyanakkor vitára érdemesnek és vitára indítónak ítélte, egyidejűleg felkérte *Almási Miklóst*, *Hermann Istvánt* és *Vitányi Ivánt*, szóljanak hozzá Campeanu gondolataihoz; hozzászólásukat a tézisekkel egyidejűleg közöltük. Most folytatjuk az eszmecserét, és három újabb vitairásnak adunk helyet. Hasábjaink nyitva állnak a további hozzászólások számára.

BÉKÉS TAMÁS

Tézisekről – tézisekben

1. Kell-e marxista televízióelmélet? Campeanu igényére határozott igennel válaszolok. Ugyanakkor néhány vonatkozásban már maga a kiindulópont kiegészítésre szorul.

A televízió mint kommunikációs eszköz, nem vizsgálható önmagában: része a tömegkommunikáció egész rendszerének. A megközelítés csak kettős lehet:

- egy marxista rendszerelméleti összefoglalás a tömegkommunikációról;
- e rendszerelmélet keretein belül a televízió mint sajátos audiovizuális jelenség vizsgálata.

2. Az elektronikus tömegkommunikáció fejlődési trendje, összefüggésben más technikai tendenciákkal (műholdak, informatika, szuperszonikus repülőgépek stb.) csak azt a közhelyet szülte, hogy Földünk összeszűkült. Holott itt egy *globális ellentmondásról* van szó. Nevezetesen: míg a technika globálisan, dinamikusan fejlődik, s hálójá befedi az egész földabroszt, addig globuszunk — társadalmi értelemben — egymástól különböző világrendszerekben tételeződik. Ennek az ellentmondásnak a marxista elemzése még hiányzik, holott az ellentmondás befogadására, elfedésére manipulatív válaszok már születtek (konvergencia-elmélet, posztindusztriális, illetve kommunikációs társadalom). Itt olyan új világjelenségről van szó, mely előrevetíti a termelőerők és ter-

melési viszonyok kapcsolatának, ellentmondásainak új típusú, globális kérdéskörét. Ehhez érdemes „újrafelfedezni” Marx elemzéseit, óvakodva attól, hogy dogmatikusan, betű szerint, „kínaiul” értelmezzük; a korszerű válasz azonban nem késhet.

Ertelemszerű tehát Campeanu igénye, mert bár a tömegkommunikációs technikai eszközök önmagukban nem hordoznak semmiféle világnézeti előjelet, a felhasználók oldaláról nézve van elvi különbség.

3. A műsorszórási televíziózás amerikai modellje meghatározó szerepet játszott a világtelevíziózás kialakulásában. Itt azonban két tény nem szabad figyelmen kívül hagyni:

- ez bizonyos mértékig elkerülhetetlen volt, hiszen ott volt a szülőháza;
- az amerikai modellt a BBC változatában honosította meg egy sor ország.

Ezzel együtt a kritikátlan átvétel ténye Campeanu megfogalmazásában tökéletesen helytálló.

4. Az amerikai televíziós modellnek a versenygazdaságból adódó jellemzőit Campeanu helyesen fejti ki. Hozzátenném: ez a modell — legérettebb formájában — az ún. fogyasztói társadalom televíziós megfelelője. Az *abundantia rerum* egyúttal a bőség dekadenciája (a mennyiség mint *lefelé* nivelláló tényező). Azok a mozzanatok, melyek a társadalom pazarló tendenciáját jelzik (V. Packard: *The Waste Makers*. — Magyarul: *Tékozlók*. Kossuth, 1966) a televízióra is érvényesek. Az eldobható fogkefe és borotva mellett a televíziós termék is „eldobható”, egyszeri fogyasztásra szánták. Ebből épül fel egy sajátosan „eldobható társadalom”. (Toffler kifejezése: *the throw-away society*). Itt az összefüggések nagyon fontosak, mert egy ilyen közegben a televíziós műsorpolitika alakítása is az *ad hoc*-rácia (ez is Toffler kifejezése) légkörétől függ, akárcsak a politikáé, a reklámé vagy a könyvkultúráé.

5. Ilyen értelemben azért ne fessük feketébbre a képet a kelleténél a hazai televíziózást illetően. Akármennyire is kincstárian hangzik: van elvi különbség. A hazai televíziózás alapelveit illetően értékorientált, értékek közvetítését és létrehozását tartja fő céljának. Mégis: ha ennél a megállapításnál leragadunk, joggal vehető ellene, hogy kincstári közhelyet ismételtetünk. Szembe kell néznünk azzal a rossz érzéssel, ami sokakat a televíziózással kapcsolatban eltölt. A televízió jelentőségének az elismerői, sőt a televíziósok maguk is küszködnek ezzel a rossz érzéssel. Vitányi így zárja cikkét: „Vajon csak a műsorok tartalmát kell megváltoztatnunk vagy a televízió »mértéktelenségét« is korlátoznunk kell, ámde hogyan? Ezekre a kérdésekre már nem kapunk feleletet, pedig az igazi vitát itt kellene kezdenünk.” Valóban így van.

6. Miközben — szocialista elveinknek megfelelően — helyesen alakítottuk műsorpolitikai koncepciókat, képtelenek voltunk arra, hogy műsorpolitikai gyakorlatunkat egy információ- és kultúraközvetítő rendszer keretein belül szemléljük. Egy ilyen rendszerszemléletű elmélet s ennek megfelelő modell kialakítása helyett az általunk kritizált amerikai modellt — keretként véve — töltöttük meg szocialista tartalommal.

Természetesen ez csak utólag állapítható meg: a fenti kettősség — mint koncepció — soha így, ilyen tételesen nem fogalmazódott meg. De ez az eredmény nem változtat. Nem tudom, más szocialista országban hogyan áll ez a kérdés, de bennünket egy állandó görcs kínoz, amit — jobb híján — „monokultúrás” tévé-szemléletnek neveznek.

Tézisszerűen fogalmazva ez esetben is: televízióink ön-image-ába bele-belejátszik egy kisebbségi érzésből fakadó túlkompenzáló szerepértelmezés. Nevezetesen: olyan küldetéstudatot alakított ki, hogy közben elfelejti: más információ- és kultúraközvetítőknél hasonló küldetésük van. Furcsa ellentmon-

dás ez: az eszköz varázsa primátust biztosított számára, mégis fél, mint egy király a trónkövetelőktől. Így termelődik újjá a Vitányi által említett mértéktelenség. Miközben filmet, színházat, koncertet közvetít, s azok látogatására buzdít, aggódva lesi nézőinek számát, s pánikba esik, ha az index ingadozik vagy süllyed. Amikor húsz évvel ezelőtt betört a fehér foltoknak minősített területekre, valóban szinte privilegizált helyzetben volt. Azóta változott a társadalom, új generációk jöttek, s az életszínvonal változásával meg a kibontakozó „videoforradalommal” valóban itt vannak a trónkövetelők. Csak zárójelben: hasonló folyamaton esett át a mozi, a rádió is. Ezt a folyamatot (a tévéét is beleértve) rendszerszerű erkölcsi kopásnak nevezem.

7. A 80-as években a műsorszóró televíziózásnak újabb ellentmondásokkal kell majd szembenéznie:

— létrejön a műholdas műsorsugárzás, terjedni fog a kábeltelevízió és a képernyőről olvasható video-információ különböző változata;

— fokozatosan bevonul a magánhasználatba a videorögzítő, a videofelvevő... és ami ma még a műsorpolitikai szakemberek által nem bémérhető: hogyan fejlődik tovább a sztereofónia, mit hoz a holográfia, a lézer, az informatika? Paradoxon: talán ez a tendencia átrendezi a televíziós műsorfolyamot, s új viszonyt teremt szükséglet és kínálat között. Az a félelem, hogy a tévé a nézőt a század „felesleges emberévé” degradálja, talán nem indokolt a jövőt illetően. Kiváltképp, ha a fenti trendet — s itt térek vissza kiindulópontomhoz — egy marxista rendszerelmélet fényében irányítjuk és ellenőrizzük.

8. Az eddigiekben felvázolt ellentmondások után az olvasóban talán a kritikai megjegyzések, az aggódó hangok maradnak meg inkább. Ezért szükséges leszögezni: megállapításaim a televíziós műsorrendszerre mint struktúrára vonatkoztak. Az 1. alatt jelzett megközelítés második mozzanata, az audiovizuális sajátosság vizsgálata eddig elmaradt.

9. E tekintetben Campeanu tézisei keskeny csapáson haladnak. Egy televíziós ontológia igénye jogos, sőt talán a televíziós jelenség megértésének — ez az alfája. Sajnos, Campeanu megelégszik a fiktív és a közvetlen valóság befogadói egybemosódásának problematikájával. Almási a képolvasás elemzésével egyengeti ennek az ontológiának a szélesebb sávon való értelmezését. Népszerű képkultúra, állandóan növekvő képi információ: e két tényező és az ebből fakadó képolvasási felszínesség jó kiindulópont.

Csakhogy: mi a gyökere ennek a problémának? Igazságosak vagyunk-e, ha a felszínesség, a képolvasási rutin ódiomát csak a népszerű képkultúra (s ebben a tévé) számlájára írjuk? Nem kellene-e alaposabban megvizsgáljunk a gyorsuló térítő mindennapi képi megnyilvánulásait a körülöttünk levő közvetlen világban?

Továbbá: ismerjük-e a képolvasásnak és a képi információ akármely más befogadói folyamatának a teljes mechanizmusát? A látvány befogadása azonos-e az olvasás vagy a beszédhallás befogadói mozzanatával? Nyilván nem. Akkor pedig a viszonyítási pontokkal óvatosan kell bánni. Ezért a képi információ fontosságának, egyenrangú szerepének és jelentőségének az elemzésével kellene kezdeni, hogy megóvhassuk magunkat a felszínességtől, lett legyen az képi-, vagy akusztikus-, sőt betűdömping.

10. Végül: kétértelmű számomra Campeanu megállapítása a televízióról mint törésről a kommunikáció történetében.

— Ha a megszakítottság kifejezést használná, a televíziós jelenség dialektikus ellentmondásosságát jobban tükrözné. A törés számomra a folytonosságot két idősíktól is elzárja.

Bármennyire hangsúlyozzuk is a televízió újdonságát, az emberi vizualitás kultúrtörténeti előzményeinek vizsgálata nélkül nincs marxista tévéelmélet.

Ami pedig a jövőt illeti: lehet, hogy a televízió „korán jött” médium, de a koraszülöttség hátrányai behozhatók, génjeiben nem hordoz változtathatatlanságot. Változni fog a médium is, a társadalom is. Végül is a mértéktelenség nem fog összeférni a mérték társadalmával.

E tekintetben a XX. század szocialista emberének még van tanulnivalója a görögöktől, pedig akkor nem is volt televízió.

HEGEDŰS TIBOR

Ne fogjuk a kocsit a lovak elé...

P. Campeanu tizedik tézisében vélem föllelni a tévedést, mely fejtegetései egy részét vitássá teszi (hibás premisszából természetesen következik a helytelen elemzés, konklúzió).

„*Úgy vélem — írja — ... a televíziót nem egy sajátos kommunikációs szükséglet hívta életre.*” Később — csak a lényegre egyszerűsíték — véletlen (korán jött?) találmányt említ, s ezáltal valamiféle „törést” a természetes haladás folyamatában, mely törés következményeit nyögjük. Magyarán: mint a Goethe bűvészinasza által kiszabadított szellem, uralkodik rajtunk a televízió, nem tudjuk kellően kontrollálni. A társadalmi felkészületlenség miatt.

A szerző főntebb aláhúzott „alapmegállapítását” maga is kissé ingatagnak érezheti, mert a következő pontban azzal „erősíti” (s ez máris mentegetőzésnek hat), hogy: „*az ellenkezőjét nehéz bizonyítani*”. Szerintem nem túl nehéz. Meglepetésemre maga Campeanu segít benne, bár szándéka ellenére: „Hihetőbbnek tűnik, hogy olyan korábbi technikai felfedezések ösztönözték őket (mármint a televíziózás úttörőit. H. T.), mint a fényképezés, a filmfelvevőgép, a táviró, a rádió”.¹ Azaz — tegyük hozzá — olyan találmányok, melyek maguk is társadalmi kommunikációs eszközök. A két utolsónak említettnél ezt fölösleges bizonygatni, de a fénykép és a film szintén betölt hasonló funkciót (is!). Amikor az újságok hasábjain első ízben jelent meg hírillusztrációs *rajz* helyett *fotográfia* valamely eseményről: ez *kontrollszükségletet* elégített ki, akárcsak a *mozgófénykép* filmhíradó jellege. A *valódiság* szükségletét elégítette ki a kommunikációban — más kérdés, hogy látszatra-e vagy ténylegesen (manipulációs lehetőségek; ez fontos, de most nem idetartozó probléma). A szemének még hisz az ember, amikor már *tudja*, hogy a táviró is továbbíthat téves tartalmat, a rádió is tudósíthat falsul.

Az első világháború után igen széles tömegek jöttek rá, hogy félreinformálják őket — különféle érdekeknek megfelelően. Szükségletté vált az információ bősége (hogy mérlegelni lehessen) és továbbítási gyorsulása (ami az érintetlenül hagyott tények illúzióját adta). Ilyenformán a rádió frissességi fölénye az újsággal szemben — nem beszélve a helyszíni közvetítések „egyidejűségéről” — teljes szinkronban volt a társadalmi elvárásokkal. S mint tudjuk, már *akkor* — a húszas évek végén, a harmincas évek elején — fölmerült az az igény, hogy az egyidejű (vagy majdem egyidejű) eseményt *látni* is lehessen.

¹ Ahogy Hamora kifejezi: a rádió önmagában is intonálja a televízió létrejöttét.

(Honi íróink közül idézni lehetne Karinthy Frigyes, Molnár Ferenc és mások ilyen „álmódzásait”) A világpolitika alakulása, a fasizmus terrorja, majd pedig a második világháború eseményei még inkább tudatosították a tömegkommunikáció forradalmi fejlődésének szükségességét; hiszen a kinek higgyek — minek higgyek dilemmája ekkor már tragikus színezetet öltött, élet és halál kérdésében dönthetett. A rádió, mint gyanússá vált propagandisztikus fórum már nem adhatott megfelelő segítséget a tájékozódásban. Valaki erről azt írta (csak a gondolat maradt meg bennem), hogy ha a televíziót előbb feltalálják, ha — mondjuk — Amerikában a kép bizonyító erejével tömegesen látják (láthatták volna) a náciizmus gaztetteit, talán másképp alakul a történelem, hiszen rengetegen voltak — s még ma is vannak — „odaát”, (csak „odaát”?! — A szerk.), akik nem hiszik el a koncentrációs táborokat, a zsidók tömeges kiirtását.

A fejtegetés persze hibás, hiszen ha létezik tévé és a képek továbbítását biztosító műholdrendszer, annak létezésével Hitlerék is számoltak volna; és sajnos a televízió mai, viszonylagos fejlettsége sem akadályozta, hogy a nyugati társadalmakban élőknek téves, hamis képük ne legyen a más s főleg a szocialista országokról... Mert a kamerákat lehet tendenciózusan forgatni, a képeket lehet *nem sugározni*, ha nem akarják... De annyi igazságot föltétlenül tartalmaz Nem Emlékszem úr (vagy elvtárs) elmékedése, hogy a televízió minden eddigi kommunikációs eszköznél teljesebben informáló (tehát tudatfejlesztő) eszköz lehet. Ezért hökkenek meg Campeanu ama deklarációján (11. tézis), hogy: „... a televízió a társadalmi kommunikációtól való nagyfokú függetlenségben... (kiemelés tőlem, H. T.) született.” Az ellenkezője az igaz s korántsem „túl korai” találmány, inkább alaposan megkésített. Örülök, hogy hozzászólásában Vitányi Iván is elismeri a — még nem föltalált — televízió iránti látens társadalmi szükségletet, a specifikus tényezőt.

Van már más modell

Campeanu találó meglátásait és további vakvágányra vezető téziseit pontról pontra tárgyalhatnám, termékeny vitát provokálva, de célszerű, ha két fő gondjával foglalkozom: a társadalmisítással és az eluralkodással.

A társadalmisítás milyensége — hogy Hermann Istvánt idézzem — „a társadalomtól függ, amely ezt a médiumot (értsd, a tévét, H. T.) fölhasználja”. A társadalmi birtokbavétel (és felhasználás) ügyében vissza kell utalnunk Campeanu ama problémájára, hogy nem látja a közvetlen gazdasági szükség-szerűséget a televízió megjelenésében. Ezzel a kissé szűkkeblű értelmezéssel akár a telefon feltalálásának szükség-szerűségét is vitathatnók. A szükség-szerűség sokkal komplexebb, közvetetebb módon érvényesül: a természet „legyőzésének” szférájában, a civilizációs haladás folyamatában. Hiszen a világ megismeréséhez, „birtokbavételéhez” (nemcsak hallomás útján — rádió —, de látva is) *el kellett utazni*, ami időrabló, fáradságos — a közlekedés maximális gyorsulása ellenére is — és íme elértük, hogy — szelektált szeletekben bár, de — a világ házhoz jön. Az információs és a kontrollszükséglet kielégítésén kívül a távolság ilyen forradalmi áthidalása tehát időt és energiát „takarít meg”² (tömeges méretekben), ami másra használható fel: esetleg *termelésre*. De ennél is jelentősebb a hatása a tudati tágítás vonatkozásában. Szélsőséges példával élve: igen elmaradott, esetleg analfabéta, a rádió közléseit értelmileg követni nem tudó rétegek számára a televízió lehet a szellemi, tudati mélypontról való fölfelé indulás eszköze, a további informálódási igény elindítója.

² A szerző 4. tézisében utal erre.

Meggyőző bizonyíték lehet rá az a tény, hogy mind kapitalista, mind szocialista országokban kezdeményezett felmérések egyaránt kimutatják: a tévéhíradónak megfelelő adások szerte a világon szinte maximális nézettségnek örvendenek, a *leghátrányosabb helyzetűek körében is*. Ami a specifikus szükséglet további igazolásán túl, azt az alapvető összefüggést felismerő marxista tétele villantja fel, mely a tudati fejlődésnek a gazdasági alapra gyakorolt dialektikus visszahatásáról szól.

A „direkt” gazdasági összefüggést mint *hasznosítást* természetesen a nyugati televíziózásban és mindenekelőtt az észak-amerikaiiban figyelhetjük meg a legeklektánsabban. Köztudott, hogy a tévé — akárcsak a sajtó és a rádió — az USA-ban magántársaságok, konzernek kezében van, és amilyen természetes volt a sajtó és a rádió „üzlet” jellege, olyan zökkenőmentesen illeszkedtek a tévétársaságok is a nyereségüket biztosító *áruterjesztés* szolgálatába, s ez a tevékenység a fogyasztói társadalom kialakulása idején érte el csúcspontját: műsoraikat a termékeiket propagáló, egymással konkurráló cégek finanszírozzák; az adások a reklám alárendeltjei. S mint ilyenek, maguk is áruk, mert „fogyaszthatóságuk” (tömegsikerük) határozza meg sorsukat — és azokét is, akik a műsort előállították. A nézettségi százalék *mindent eldöntő tényező*, hiszen a tömegsikertől függ a „producervállalat” hirdetési, azaz gazdasági sikere. Ennek nyomán érthető, hogy az USA-tévék berkeiben (kivéve azt a bizonyos egyetlen „minőségi” csatornát, melyet közadakozásból tartanak fenn), a szabadverseny égése alatt hasonló farkastörvények uralkodnak, mint a gazdaság egésze területén — s lehet, hogy e sorok megjelenésének idején közönségünk már láthatja a mozikban Sidney Lumet Hálózat című nagyerejű alkotását, mely éppen e tévés közeg dzsungeljét mutatja be megdöbbenő élességgel.³

Nyugat-Európa állami televíziói egyelőre tartózkodnak attól, hogy ennek a fogyasztási manipulációnak teret engedjenek intézményeikben. Elsősorban a hatalom fenntartását szolgáló eszközként kezelik, irányítják. Ami egyszerre jelenti az információk manipulálását, a látszatedemokrácia fönntartását, a tömegek depolitizálásának szándékát a szórakoztatással.⁴ De mindezek mellett jelenti (ne tagadjuk) közművelődési, kulturális törekvések egyik fórumát is. Jó színvonalú oktatási, ismeretterjesztő műsorokat szép számmal sugárzott és sugároz pl. a BBC, a francia hálózat, és az említettek jeles művészi produkciókat, tévéfilmeket és -drámákat is készítettek . . . De a finanszírozási rendszer egyik formájára már itt is jellemző, hogy a nálunk is látott, egyébként nívósan elkészített *FRANCIAORSZÁG MADÁRTÁVLATBÓL* című sorozat „mecenása” egy utazási iroda! Mégis — a nyugat-európai modell momentán igen csak mesze esik az amerikai példától, mert nem a marketing eszköze, nem az *azonnaliség* és a *mennyiség* primátusa uralja, mint azt az USA-val kapcsolatban Campeanu jogosan megállapítja. Tehát már itt sem beszélhetünk az „amerikai modell kritikátlan átvételéről” (lásd első tézis). Még kevésbé a szocialista országok televíziójának esetében — a továbbiakban a miénkben. Vitányi Iván kérdésére, hogy egyáltalán kell-e más modell, szerintem egyértelmű a válasz: nem kell, mert már *van*. Gyakorlatunk során lassan, folyamatosan, ám jól követhetően kialakult és föltehetően tovább finomodik; sokrétegű funkciójának elméleti megragadásával is, persze, de nemkülönben társadalmi rendszerünk működésének kívánalmai szerint!

³ A film magyar szöveggönyvének részletei megtalálhatók a Jel-kép e száma Lapozgató rovatában.

⁴ A 18. tézisben „konfliktusenyhítésről” esik szó.

A túlburjánzás nem valós veszély

Egykor a *telefonhírmondó* (nomen est omen), majd a *rádió fő* „profilja” a szó szoros értelmében vett információs szükséglet kielégítése volt: azaz a hírmondás. Ám majdnem egyidejűleg felismerték bennük a nem specifikus lehetőségét is: auditív *közvetítő* szerepüket, hogy nemcsak szót lehet kommunikálni, hanem zenét is, valamint a szavakat felhasználó összes műfajt: verset, tréfát, prózát, drámát. A félelem akkor is nagy volt (akár a hangosfilm esetében), hogy ez a közvetítő szerep „megöli” a színházat, az olvasás helyébe lép stb. Mindez fölös aggodalomnak bizonyult. Amikor a tévével belép a „látványosság”, ismét erősödik az aggodalmas hangok kórusa, túlkínálatról, az egyén szabad idejét agresszíven lekötő káros következményekről beszélünk, kivált, amióta az előfizetők táborra „telítődött”. Mert igaz, hogy televíziónk tudatosan és kezdetlől fogva az informálással egyidejűleg felvállalta komplex közvetítő, kulturális „továbbító” szerepét. De vajon nem látens szükségleteknek tett-e eleget, amikor — még működésének elején — „élő” színházi közvetítéseivel hozzáférhetővé tette a vidékiek számára a fővárosi előadásokat (még ha az nem is azonos a spontán színházi élménnyel)? Nem tömegek elvárását elégítette-e ki — hogy egyéb példát mondjunk — országos érdeklődést kiváltó labdarúgó-mérkőzések sugárzásával? Olyan, forradalmi törekvéseinkkel teljesen szinkronban levő koncepciók valósultak meg, melyeknek kulturális és politikai jelentőségét aligha lehet túlbecsülni. Saját művészetet is teremtett (tévéjáték, tévéfilm), irodalmat adaptált. S tudva azt a tényt, hogy amikor az előfizetők száma még csekély volt, az emberek tömegesen keresték fel készülékkel már rendelkező ismerőseiket. Lényegében szinte kezdetlől fogva, de legalábbis az ötvenes évek végét tekintve a nézők *menyiségét* igen tekintélyre taksálhatjuk. Mégsem csökkent sem az újság-, sem a könyvvásárlási kedv s a színház *mai* (!) konjunktúráját — a két tévéprogram idején — ékesen jelzi, hogy látogatottsága nem a televíziózás függvénye; ha élsportunk — a lassú sorvadás helyett — ismét a magasba törne, bebizonyosodna (mert már másutt bebizonyosodott), hogy nem a sportközvetítések miatt tátonganak félig üresen a lelátók, és elég sajnálatos, hogy ebben a meglehetősen indulatosan pertraktált témakörben a „televíziós veszélyt” hangoztatók győztek, a tömegérdekek *ellenében* (egyelőre). Egyedül a moziknál bizonyítható — világszerte — a „házhöz szállított film” elszívó hatása, de ez is javarészt a felgyorsult életmódnak, a városi közlekedés lelassulásának összefüggésében keletkezik, az időnkkel való *gazdálkodás* vetületében.

Mínthogy a vita alapjául szolgáló dolgozat a fő hangsúlyt a műsorok túlkínálatára, az ebben rejlő „agresszivitásra” — azaz éppen az időpocsékolási veszélyre — helyezi (mely a tévénezést a más, értelmes cselekvések, tevékenységek rovására „túlméretezi”), úgy hiszem, nyugodtan csatlakozhatunk Almási Miklós észrevételéhez, aki a technikai újdonság látványosságözőne iránt érzett befogadási *mohóságot* csökkenő tendenciájúnak véli, és a néző szelektálási készségének gyarapodását veszi észre. Én még tovább mennék ebben az irányban: társadalomépítési változásaink közepette, amikor ezek a változások (gondok és tennivalók), s maguknak a *társadalmi viszonyoknak* az alakulása nagyban meghatározzák életvitelünket, ezek erősebb tényezőknél bizonyulnak a székhez szegezettség tehetetlenségi nyomatékánál. Magyarán: *kénytelenek* is vagyunk a tévét beilleszteni, besorolni szabad időnkbe és meggyőződésünk szerint kénytelenek leszünk akkor is, ha már mindenki színes készülékkel rendelkezik, három csatornánk lesz és mindhárom vetekszik az érdekesítő műsorkínálatban (amitől azért belátható időn belül nem kell „tartani”...)! Az objektív körülmények gondoskodnak a túlburjánzás elhárításáról. Bár a TK

nézettségi vizsgálatai (még?) nem jelzik számokban: tágabb ismeretségi köröm mikrovilágán belül mind gyakoribb a jelenség, hogy ki-ki lemarad bizony ún. össznépi „slágeradásokról” is olykor, s ezt sajnálattal bár — de mind megértőbben tudomásul veszi. Az új mechanizmus bevezetése óta, de még inkább egyéb szükségleteink kielégítése okán s legújabban az életszínvonal-tartási gondok miatt is így van ez — ma már például elképzelhetetlen volna egy olyan *kollektív részvételt* kívánó kulturális vetélkedő megvalósítása a tévében, mint — mondjuk — a kerületek közti versenyek voltak! Pedig az ilyen jellegű kezdeményezések (sorolhatnánk jó néhány adásféleséget) tendenciájuknál, jellejüknel és céljuknál fogva már egy szocialista televíziós modell „termékei”, akkor is, ha alapötletük netán nem hazai. Ugyancsak a mi modellünk ismérve a televízió *humanizálása*, mely a „látványosság” felhasználásával az *embert* mutatja be. Itt nem csak az említett Pernye-portrét⁵ hoznám fel példának, hanem vele együtt számos más nagyhatású, *tömegsikert* elért portrét (Ferenczy Béni, Szent-Györgyi Albert), az „Ötszemközt”-öket, a „Csak ülök és mesélek” sorozatot és még sorolhatnánk... Ezeket nem lehet — nem lehetett — felelőletesen „átlapozni”, mert föl is keltette és le is kötötte figyelmünket! Miközben azon borongunk — okkal —, hogy a barátkozás, a társasági élet jószerivel kihalóban van, tartasuk örvendetesnek, hogy legalább a tévé segítségével ismerkedhetünk meg másokkal, méghozzá igen bensőségesen, ha az illető valóban feltárlukozik (a jó riporter segítségével. Itt a tévé ún. *intim* jellege erős kapcsolatteremtő faktor!). A kamerák viszont ugyanilyen könyörtelenek, ha a képernyőn megjelenő alakoskodik, mellébeszél vagy „csak” hatásosan szöveget: a turpisságok lelepleződnek.

A tévéegyéniségekről szólna megjegyezném: lehet, hogy az amerikai modellel keresztül jöttünk rá (?), hogy ha érdekes emberek érdekes témákat érdekesen adnak elő, arra a közönség odafigyel. De míg ott ezt a tágabb értelemben vett „áru” jobb eladhatóságának szolgálatába állítják (legyen az áru, hír, kommentár, játék vagy show), mi a tömegoktatás vonzerejét növeltük Öveges tanár úrral, Benedek Istvánnal, Szentágothay professzorral. (Azért, mint láttuk, „odaát” is született egy ragyogó Leonard Bernstein-sorozat, az ún. 13-as csatorna produkciójaként, de az ott néhány százaléknyi nézőt vonz csupán!)

Csak két olyan jellegzetességét jelöltük meg a szocialista tévének, mely gyarapító jellegű (az egyik az alapműveltségi ismeretek megszerzésében, a másik az emberi megismerés szférájában — s e megismerés épp oly katartikus, meg-rázó, mulatságos, tragikus tud lenni, mint a megírt dráma), s ez máris elég ahhoz, hogy a készülék előtt eltöltött időt tudatformálónak, *szocializmusformálónak* ismerjem el, s élénken vitassam Hermann István észrevételét, hogy „a szocialista televízió *mértéke* és *értéke* egyaránt abban lehet, hogy... a közönség egyre nagyobb százalékát irányítsa koncerttermekbe, kiállításokra, késztesse lemez- és könyvvásárlásra” (!?). Azaz: egyetértsek vele néhány sorral későbbi reflexiójában, mely szerint: „hogy az embereket a kultúra felé orientálja... még a szocializmusban sem szükségszerű, hogy *elsősorban* ezt tekintsük a televíziózás feladatának” (kiemelések tőlem, H. T.).

Mert ahogy demokratizmusunk fejlődésének ütemében a vezetés mindinkább igényli a lehetőleg gyors visszajelzéseket, úgy vonja bele a társadalom egészét gazdasági és egyéb problémáink *áttekintésébe*. Az olyan adások, mint a különböző (gazdasági, külpolitikai, hazai és nemzetközi) Fórum-ok, a „Megkérdezzük a minisztert” sorozat lehetővé teszik az összefüggések megértését, az alulról jövő véleménynyilvánítás, kritika sajátos áramlását (telefonműsorok), vagyis a tömegkommunikáció kontaktus-rendszerét. A közönségnek (mely információit nemcsak a tévéből szerzi, s ráadásul összeveti gyakorlati tapasztalatai-

⁵ Lásd Almási Miklós hozzászólása.

val) vannak ugyanis kontroll-lehetőségei, melyek ellentmondások esetén a bemondott (beküldött) kérdésekben fogalmazódnak meg; a vezetés viszont e kérdésekből kontrollálhatja önmagát, kap többé-kevésbé megbízható képet az intézkedések, jelenségek hatásáról, akár pozitív legyen az, akár negatív.⁶

Allíthatjuk-e jó lelkiismerettel, hogy aki végignéz egy ilyen politikai adást (vagy pléne belekapcsolódhat), jobban tette volna, ha helyette színházba, moziba megy, netán kiállításra? Aligha. Ám azokra se tekintünk görbe szemmel, akik az ezután következő műsort — mondjuk egy krimi — is megnézik. Mert arra is szükség van. Igenis, feszültségeink levezetése, oldása miatt (azaz önmagunk idegi újratermelése céljából), de azok miatt is, akik — *horribile dictu* — egyelőre *elsősorban* a krimi szeretik a tévében (vagy a pop-show-t, bohózatot, operettet, történelmi kalandfilmet stb.). Ez a réteg ugyanis a kriminézés helyett *nem olvasna* magvas szépirodalmat, Omegaék, vagy az ABBA helyett *nem menne el Ferencsik-koncertre*. Hanem krimi olvasna, vagy diszkóba menne... s ahol erre nincs lehetőség — falun, esetleg a kocsnába. Hankiss Elemér egyik tanulmányában a Valóságban figyelmeztetett rá, hogy bizonyos igények helyett ne akarjunk erőszakosan ún. magas kultúrát kínálni! Más kérdés, hogy az esztétikán kívül eső, kommersz műfajokban viszont a tévének a *legjobb minőségű* termékeket kell bemutatnia, mert az a maga módján (ám a frusztráció kínos érzete nélkül) szintén képes ízlést pallérozni, esetleg valós és fontos információkat adni (lásd a jó politikai krimiket!).

Nincs ok elsietni az összegezést

Hozzászólásomat abban szeretném összegezni, hogy igyekeztem (igen esetlegesen) bizonyítani: a televíziózás *átfogó* marxista elméletét meg lehet és meg kell írni, természetesen figyelembe véve azt a rendkívül komplex funkciót, amit ez a *szükségszerűen* fejlődött kommunikációs (és művészi stb.) eszköz ellát és amilyen komplex hatást kivált. De nem biztos, hogy sürgetni kell az összegezést, mert televíziózásunk továbbra is *alakul*, összefüggésben a gazdasági alappal, termelési viszonyainkkal. *Szocialista modell*-mivoltában változik, vagyis „ő” is abban a kocsiban van — velünk együtt — amit „a ló hús”. Úgy alakít, formál, hogy *alakítják*. Megítélésében abból kiindulni, hogy mint (hatalmi, kulturális) felépítményt, eszközt, nem tudjuk kontrollálni — ez épkezláb és további elrugaszkodási pontot kínáló gondolatok elé épít fölösleges akadályt. Mert máris tudjuk kontrollálni. Hogy Campeanu terminológiáját használjam: „ennek ellenkezőjére nincs bizonyíték”. Csak — úgy látszik — még félünk tőle. Pedig éppen most és éppen a szocialista országokban oktan ez a félelem és némileg irracionális. A kapitalizmusban sem a kocsit húzza a lovat!

HORVÁT JÁNOS

A határtalan modell

„Vajon lehetséges-e, s egyáltalán szükséges-e egy teljességgel másik modell?” — veti föl vitacikkében Vitányi Iván, válaszul Campeanu ama megállapítására, hogy „a televízió emlélete, akárcsak gyakorlata az egyesült államokbeli modell szinte kritikátlan átvételével jött létre”.

⁶ Annak tudatában, hogy ennek még csak az alapjait rakták le.

Vajon létezik-e egyáltalán egyesült államokbeli televízió? Van-e egyáltalán „amerikai modell”?

Mínthogy az egyesült államokbeli (továbbiakban: amerikai) televíziózás egyike azon témaköröknek, melyre a legtöbbet és a legtöbbben hivatkoznak, érdekes közelebbről megvizsgálni a számtalan amerikai televízióállomás és műsorgyártó üzem működését. Márcsak azért is, mert az európai gondolkodás, mely a televíziót állami vállalkozásnak fogja fel, automatikusan *nemzeti* jelleget tulajdonít e több mint ezer műsorszolgáltató egység együttesének. Márpedig egyeduralkodó amerikai televíziós állomás nincs — soha nem is volt —, és napjainkra már az „amerikai televíziózás” egykor létező fogalma sem biztos, hogy helytálló.

Modell helyett dzsungel

Az amerikai televíziózás hajnalán három nagy, országos hálózat sajátította ki a piacot és biztosított a nézők számára három egymással versengő, analóg módon alakuló műsortömeget. A „három nagy”, az ABC, CBS és az NBC szigorú törvények szabta keretek között működött és működik ma is. Egy-egy tőkés társulásnak maximum öt VHF-adója lehet, és egy sugárzási övezetben csak egy. A CBS saját adói New York-ban, Washingtonban, Chicagóban, Los Angelesben és Atlantában találhatóak. De természetesen műsora az egész országban fogható az úgynevezett „affiliált” állomások segítségével. Ezek más tőkés társulások (újságtrösztök, pénzügyi cégek, gyárak stb.) kezében vannak, és nem fizetnek a központi műsorokért, amit átvesznek, hanem pénzt kapnak érte. Pontosabban osztalékot az éves haszonból. A három nagy közötti verseny hirdetői számára leglényegesebb fokmérője ugyanis a nézettség; melynek lényeges eleme, hogy országszerte hány állomás relézi az országos műsort. Az állomások számát illetően ma nagyjából egyensúly van, 190—200 „affiliáltja” van mindhárom „network”-nek, „hálózatnak”. A különbség ott van, hogy a nap hány órájában sugározzák a központi műsort — benne a központi hirdetéssel —, és mennyi időre „lépnek ki”, hogy saját hírműsorukat adják, saját helyi hirdetésekkel.

A „leányvállalatok”, és az ily módon absztrakt értelemben csak műsorában — létező „anyavállalat” egymáshoz való viszonyát bonyolult, évenként újratárgyalt szerződések szabályozzák.

Ez a mintegy 600 állomást kitevő hálózat az, amelyet általában „amerikai modellként” emlegetnek. Hozzájuk csatlakozik majd 400, többnyire az UHF-sávban sugárzó úgynevezett „független” — tehát nem a nagyokat reléző és jóval kisebb nézettségű — helyi állomás, mely zömében filmműsorokat és rövid híreket sugároz; természetesen reklámmal sűrűn megszakítva. Ma ez a majd ezer tévéállomás egy olyan kereskedelmi, ipari szükségletet elégít ki reklámtevékenységével, hogy a műsor esetleges megszűnése néhány nap leforgása alatt az ipar teljes dezorganizációjához, a kereskedelem csődjéhez, s pár hét alatt a gazdasági élet összeomlásához vezetne. Ugyanis éppen a gazdasági élet kiszolgáltatására született.

A II. világháború utáni gyors gazdasági felfutás sürgette egy olyan eszköz megjelenését — ha úgy tetszik kitermelte szükségletét —, mely a rohamosan szaporodó áruk hírét ilyen gyorsan és hatékonyan viszi el a fogyasztóhoz. Ha az üzenet nem is vált áruvá — mint Campeanu helyesen írja —, de az áru lett a fő üzenet. És a hatvanas évekig e televíziós rendszer szinte kizárólagos volt.

A 70-es évek elején azonban az USA tévénézésében új elem jelent meg, ami alaposan kikezdte a hagyományos modellt. Nem szorult hullámsávra, kevesebbet

törődött a reklámmal. A „kábeltevé” ma már gyakorlatilag korlátlan számú csatornán ad műsort. Nem is „adók” ezek, hanem műsorszolgáltató üzemek. Los Angelesben előfizethető a bostoni komoly zenei csatorna; Bostonban csak egy gombnyomás a Los Angeles-i jazz kábeltevé, és így tovább. Megjelenik a korábban elképzelhetetlennek tartott előfizetési díj, és — az elképesztően nagy csatornabőség következtében — az akár 24 órán keresztül sugárzott réteg-műsor; a csak film vagy csak komoly zene.

Napjainkban egy átlag amerikai városkában egyidejűleg vehető tehát a három országos ún. kereskedelmi adó, 4—5 „független” és jó néhány kábelcsatorna.

Egy ilyen műsordzsungelben már igen nehéz modellről beszélni, ha csak az egészset nem fogjuk fel annak. De igen kevéssé valószínű, hogy e modell meghonosodhatna, vagy meghonosodhatott volna Amerikán kívül bárhol is, hiszen mint láttuk, ugrásszerű fejlődését a gazdasági élet amerikai típusa diktálta, és az, hogy e televíziók nem állami, hanem magánkézben vannak. Európában és a világ többi részén a tévéállomások — legalábbis a hetvenes évek végéig — államiak, vagy az állam által igen erősen kontrollált társulások.

Az eszköz átalakulása

Mindez — legalábbis számomra — alapvetően megkérdőjelezi Campeanu kiindulópontjának igazát, hogy Európa az USA-ból vette át a tévézés gyakorlatát, hiszen a tulajdonjog különbözősége olyannyira meghatározó, hogy ez az építmény az állami tulajdon alapján állva működésképtelen volna akár Nyugat-Európában, akár a szocialista országokban. Helytálló viszont Campeanu állításának egyik fele, hogy tudniillik a televíziózás elméletének nagy részét Európa valóban az USA-ból vette át. Így az a paradox helyzet állott elő, hogy egy — ma már nem is tiszta formájában létező — idegen modell elméletével próbáltuk elemezni saját gyakorlatunkat.

Hogy a tulajdonjog mennyire meghatározó, arra jó példa, hogy az amerikai kormány már a 60-as években hozzálátott az állami televízió megteremtéséhez; ha úgy tetszik, az európai modell másolásához. Nyilvánvalóvá vált ugyanis, hogy a nemcsak gazdaság-, de egyre inkább politikacentrikus világban megengedhetetlen az állami televízió hiánya. Megszületett tehát a Public Broadcasting Service, a PBS, a negyedik országos hálózat, mely azonban nem sugároz reklámot. A központi költségvetésből és alapítványok pénzéből üzemel, műsorkaraktere hasonlít az európaihoz, és műsorainak jelentős része is Európából, elsősorban Angliából származik. A PBS politikai és hírműsorai mögött nem nehéz felismerni a kormányérdekeket, és bár még a „három nagy” mögött jár nézettségben, egyre fontosabb része az amerikai televíziós valóságnak, melynek összetettsége láttán ma már zavaró „amerikai televízióról” beszélni.

Beszéljünk hát a televízióról önmagában!

„A televízió médium, nem lehet általános természetéről szólni... Minden a társadalomtól függ, amely ezt a médiumot használja” — írja Campeanu téziseit kommentálva Hermann István. De vajon mindenütt ugyanazt értik eme eszköz fogalmán?

A kérdésfelvetés nyilván együgyűnek hat, és az is lett volna 20 évvel ezelőtt, mikor még a televíziós „képlet” világszerte egyforma volt:

— egy televíziós műsorszolgáltató állomás adótornyok segítségével mikro-hullámon eljuttatja a képet és a hangot a nézőhöz, akinek a lakásában ott a vevőkészülék;

— a kapcsolat egyirányú;

— a cél minél több néző elérése;

— a vizsgálatok az „üzenettel” és annak befogadójával foglalkoztak, és mérték a műsorok hatásfokát.

Az elmúlt két évtizedben azonban a technika fejlődése olyan óriási volt, hogy e képlet alapjait kezdte ki. (Meggjegyzendő, hogy az újság, vagy éppen a rádió „képlete” a technikai fejlődés dacára is nagyjából azonos a kezdeti állapotban megalkotottal, legfeljebb a végeredmény — a lap, illetve a műsor — készítésének technológiája és minősége változott hatalmasat.) És míg a tézisek, elméletek, vizsgálatok többsége még ma is a hagyományos problémákat kutatja: hány órát töltünk a készülék előtt, a rétegműsorok vagy az átlagnak szólóké a hatékonyabbak, nézettség és tetszés viszonya stb. — addig a valóság egy sor olyan új kérdést vet fel, mellyel a tévét hagyományosan vizsgálók nem sokat tudnak kezdeni.

Az elmúlt tíz év amerikai tévés fejlődésének nagy része már Európában is megjelent. Belgiumba például kábeltévén érkezik és egyetlen gombnyomással kapcsolható a szomszédos országok valamennyi tévéműsora — beleértve az angol adásokat is. A belga néző jelenleg 11 program közül választ, és két éven belül ezt a lehetőséget a bécsi tévénéző is megkapja. A korábban passzivitásáról „hírhejt” néző a választás olyan lehetőségéhez jut, mely — éppen a bőség következtében — igényességet, aktivitást követel. Új műsorkörnyezet, más nyelv költözik önkéntesül a lakószobába.

Megoldott már technikailag a közvetlen műholdas adás is. A Comsat amerikai távközlési társaság — tehát nem is televíziós cég — 1983-ban indítja holdját, és ezzel a televíziós horizont ismét óriásit tágul. A szükséges adapter és a mindössze 50 cm átmérőjű kisantenna mai költsége 250 dollár, de az elkövetkező két évben, míg az adás beindul, feltehetően egyszerűsödni és olcsóbbodni fog a berendezés.

A közvetlen műholdról sugárzott adás politikai problémái jól ismertek, de nyilvánvaló, hogy adott országok együttesének egyetértése esetén az új műhold hamarosan Európa bizonyos részei felett is megjelenhet.

A hatalmas műsorválaszték új elemeként jelentkezett pár esztendeje Nyugat-Európában is a hírszolgáltatás modern formája. Kábeltévén, egy gombnyomásra olvashatók egyes nagy hírügynökségek akár 24 órán át is futó, elektronikus írógéppel kiírt hírei. A hírek periodikusan ismétlődnek, és mindig közejük kerülnek a legfrissebbek.

Kétirányú szolgáltatás

Televíziós technika szempontjából ez nem újdonság, de műsorszempontból feltétlenül az. Ez ugyanis már *nem a hagyományos értelemben vett műsor*, hanem egyfajta *szolgáltatás*, mely igazi jelentőséget akkor nyer, amikor az eredeti televíziós képlet lényegét kikezdve, a korábban egyirányú kapcsolat kétirányúvá válik, és a tévékészülék megszűnik csak vevő lenni. Kicsiny konzollal felszerelve már nemcsak arra alkalmas, hogy meghatározott számú műsor közül válasszon a „néző”, hanem arra is, hogy eszközeül szolgáljon bizonyos igények kielégítéséhez.

És mindez nem a jövő, hanem a jelen lehetősége. Konzolos tévék tízezrei találhatóak ma már az amerikai kontinensen magánszemélyek és vállalatok, intézmények tulajdonában. Az oda-vissza kapcsolat vállalatok, vásárlók és eladók között része az üzleti és társadalmi életnek is. A rendszer hatékonyságát jól példázza a New York Times sajtóarchívuma, ahol az elmúlt esztendő anyagát folyamatosan vizsik át mágnesszalagra. Ennek következtében a helyi újságok, rádiók és tévéállomások egyre-másra számolják fel saját archívumukat, hiszen olcsóbb és egyszerűbb havi másfélszer dollárért bekapcsolódni egy,

az övékénel sokkal teljesebb és naprakészebb rendszerbe. Az „archivumelőfizetők” között magánszemélyek is vannak. A szolgáltatás lényege, hogy a kérdező egy központi számítógéppel beszélgetve a témaköröket állandóan szűkítve jut el a keresett adatig, cikkig. A gép „nyit”, felkínált 10 tárgyköre megjelenik az előfizető képernyőjén, aki kiválaszt egyet úgy, hogy konzolján beüti annak számát. A gép válaszként most már e kiválasztott témát bontja tovább területileg, időben stb. és várja az előfizető újabb utasítását. Így haladnak együtt lépcsőnként tovább.

E televíziós szolgáltatásra van hazai példa is. Az MTI és a Magyar Nemzeti Bank is előfizet a Reuter gazdasági adatszolgáltatására. Néhány éve már a budapesti képernyőn is folyamatosan olvasható a nemzetközi tőzsdei élet minden változása, rá lehet kérdezni árfolyamokra, egyes tőzsdék különbözőségére stb.

Mindez látszólag eltér mindattól, amit hagyományosan televízióknak szoktunk nevezni.

Való igaz, hogy napjainkban mindez — a kétirányú kapcsolat és a számítógépek részvétele a korábban csak műsorsugárzásra szánt rendszerben — még nagyon kezdeti stádiumban van. De egyre több jel mutat arra, hogy a folyamat hasonló lesz ahhoz, amely az ötvenes évek végén a hagyományos televízió fejlődését jellemezte. Az igények gyors növekedése — a már meglévő lehetőségek tudatában — ki fogja kényszeríteni az új televíziós rendszer rohamos terjedését. De már most, a 80-as évek elején is helytelen a televízió fogalmán csak műsorszolgáltatást és vételt érteni. Ez nyilván továbbra is a rendszer fontos, ha nem legfontosabb eleme marad, de mellé felzárkóznak az eszköz és a technika általános fejlettsége kínálta új lehetőségek.

Jogos-e hát ezek után Campeanu igénye a saját elmélet megteremtésére? Annyiban mindenképpen, hogy a szocialista országokban működő televíziók munkájának elméleti megalapozását nem várhatjuk kívülről. De az eme elmélet megteremtésére szolgáló — rendkívül gondolatébresztő — felhívása inkább egy lezárt, vagy éppen lezárulóban levő korszak elemeit hangsúlyozza; egy zárt és a saját korában: a 60-as években egyeduralkodó modell társadalmi szerepének meghatározására buzdít akkor, mikor a televízióknak egyre inkább — és a jövőben még sokkal hangsúlyosabban — az eszközjellege dominál. És minthogy az eszköz általános természetéről szólni helytelen és csak felesleges korlátokat állíthat, helyesebb az eszköz felhasználójának, tehát a társadalomnak mind jobb megismerését szorgalmazni, és az új televíziós rendszert akár e feladat mind tökéletesebb elvégzésének szolgálatába állítani.

A hivatásos beszélő



Mester Ákossal beszélget Nádor Tamás

1940-ben született, Budapesten. Édesanyja egyedül neveli. Nyolcéves korától újságírónak készül. A Kölcsey Gimnáziumban tanul — nem túl szorgalmasan, ekkortájt ugyanis már bejár különböző szerkesztőségekbe, főként az Esti Hírlaphoz. 1958: érettségi. 1958—60: nyomdásztanuló a Szikra Lapnyomdában. 1960—64: a Közért Újság munkatársa. 1964. április 1.: felveszik az MRT Szülőföldünk szerkesztőségébe „mindenesnek”. 1968—70: a Krónika-rovat munkatársa, 1970-től szerkesztője, 1975 óta rovatvezetője. 1980-ban diplomázik a Politikai Főiskola szociológia szakán.

Dióhéj-életrajzába pillantva magától értetődően adódik a kérdés: miért akar egy nyolcéves gyerek éppen újságíró lenni? S mindjárt a másik is: miképpen lesz belőle csakugyan az?

Más ilyen korú gyerek valóban inkább tűzoltónak vagy villamoskalauznak készül. De nagybátyám egykori antikváriumából sok könyv megmaradt, ezeket szinte válogatás nélkül elolvastam, közöttük Heltai Jenő Jaguár című kis remekét is, a századfordulói hírlapíróvilágról. Attól kezdve kizárólag ez érdekelt, s már kamaszként elég módszeresen készültem erre a pályára. Buzgó újságolvasó voltam, gyakoroltam az írást, s amint tehettem, lassacskán „bekúsztam” némelyik szerkesztőségbe is. Némi csalódást okozott, hogy már nem létezik a Heltai megírta redakció, de azért arra gondoltam, hogy érettségi után elmegyek az Esti Hírlaphoz gyakornoknak. Nevelőapám, aki korábban maga is újságíróskodott, nem tartotta ezt komoly szakmának és igyekezett lebeszélni elhatározásomról. Féltése látszólag eredménnyel járt: nyomdásztanuló lettem. Azzal a mellékgondolattal, hogy ha már laphoz nem mehetek, legalább a szerkesztőségek közelében lehessenek. Így kerültem egy emelettel lejjebb, a szedőterembe. S miközben tanultam a laptördelést, már írogattam üzemi lapokba —

főként a Közért Újságba. A nyomdában reggel hattól kettőig dolgoztam, ket-tőkor riportra mentem, s azon melegében megírtam a cikket. Így aztán elő-fordult, hogy másnap reggel magam szedtem ki, magam adjusztáltam írásom címét és az iniciálékát. „Felszabadult” nyomdász egyébként egy napig se voltam, mert egy szép szerdai napon megkaptam a szakmunkás-bizonyítványt, s már másnap a Közért Újság munkatársa lettem. Némi megszakítással (mert köz-ben katona és katonaként a Hazánkért riportere voltam) négy évig dolgoztam ott. Máiig is úgy emlékszem vissza azokra az esztendőkre, mint életem legbol-dogabb idejére.

A pályakezdő felhőtlen illúzióit visszaidéző nosz-talgia mondatja ezt, vagy vannak más érvei is? Az üzemi újságírás iskolaszerepét senki sem vi-tatja, de hogy kifejezetten boldogságforrás volna . . .

Húszéves voltam, a lap benjáminja, de a szerkesztő s a többi munkatárs is csak 6—8 esztendővel volt öregebb. Ez az ifjú, dinamikus és segítőkész társa-ság valósággal szurkolt nekem. Boldoggá tett a jóindulatuk. Boldognak érez-tem magam, mert hályogkovács módjára dolgozhattam. Nem voltak félelmeim, nem voltak kontrolljaim. Nem is sejtettem, hogy vannak falak. Kipróbálhat-tam magamat az újságírás minden műfajában. Megtudtam, mi áll közel hoz-zám, mi megy nehezen. Boldog felelőtlenséggel futkoshattam naphosszat anyag-gyűjtésre, riportra. „Felvettem” egy hétre valót, aztán beültem a Vén Diákba és elkezdtem cikkeket gyártani. Háromflekkenként megjelent a gépirónó, jött az új meg új kéziratért. Ez nagyon tetszett nekem: a szerkesztő úr, akinek szin-te kiveszik a kéziratot a kezéből. Volt ebben póz is, persze, de meg is mérhet-tem képességeimet. Hanem azért felhőtlen illúzióim már akkor sem sokáig vol-tak. Nem tudtam, hogy vannak falak, ezért nekik is ütköztem természetesen. Egyszer a lap kis híján nem jelent meg miattam, és ha kollégáim és mások nem állnak mellém, talán ma nem is vagyok a pályán.

Röviden érdemes talán felidézni a történeteket. A Közért egyik vállalata meg-kapta a Minisztertanács és a SZOT vándorzászlaját. Odaküldtek, készítsek az eseményről rövid tudósítást. A helyszínen feljegyeztem, mi történt, kik jelen-tek meg. Az ünnepség végén, elmenőben felfigyeltem egy vitakozó csoport-ra az egyik lépcsőnél. Kiderült: míg a földszinten az emberek török-zúzzák egy-mást a „pénzes” virsliért, odafent az emeleten finom szalonzenére, terített asztal mellett fogyasztják a reprezentációs ételt-italt a protokollvendégek. Az emeletre csak osztályvezetőtől fölfelé volt zöld az út. Szabályszerű tudósítás helyett én azt írtam meg: ha vállaljuk a közösséget a munkában, vállaljuk a terített asztal mellett is, hiszen a „lentieknak” sincs kisebb szerepük a vándor-zászló elnyerésében, mint a „fentieknak”. A cikk megjelent, s kitört a botrány. Jöttek a fenyegető telefonok, pocskondiázó levelek: hazugság, amit írtam. Már akkor is körültekintő ember lévén, vittem magammal fotóst is, akivel lefényképeztettem egy protokoll feliratú sörösládát, jól láthatóan: az emeleten. De a negatívok váratlanul — állítólag — elégték, eltűnt tehát az egyetlen bi-zonyítékom! A legnagyobb bajba kerültem: etikai bizottság elé kívántak idéz-ni, s úgy volt, hogy felfüggesztenek. Mellém állt a főnököm, kiálltak mellettem a kollégáim is, olyannyira, hogy a következő lapszám hatvan flekkjét nem küldték el a nyomdába — tiltakozásul. Váratlanul megjelent azonban szerkesz-tőségünkben egy kétnégyes, vastag hangú ember: „Tudja, ki vagyok én? A maga koronatanúja.” És elmondta: eredetileg őt bízták meg a rendezéssel, de amikor értesült a „protokolltervről” — visszalépett. Megőrizte viszont a pro-

tokoll felíratú számlákat... Ez volt az első fal, melybe beleütköztem — volna. De a tények, a bizonyítékok megóvták a fejemet. Mert hát mi történt végül is? Kíváncsi voltam arra, mi az igazság, és egyszerűen megírtam azt, ami van. S mindjárt kiderült: ez nem mindig veszélytelen.

Említette: indulásakor az összes újságírói műfajjal próbálkozott. Melyikkel barátkozott meg leg hamarabb, s miért?

Gondolom, nincs műfaji értékrend, de ha volna, a riportot tenném az első helyre. Miért? Ez a legkomplikáltabb műfaj. Nem elég hozzá az íráskészség, az asszociációs készség. Ahhoz, hogy én „belőjek” magamnak valakit, jó szem is kell. Ha belesöpöpenek egy szituációba, anélkül, hogy feljegyezném, nem csupán hallom-látom, de valami „lelki tájékon” érzékelem is a tapasztaltakat, a környezetet. Amikor leülök írni, egyszerre minden visszapereg, mint egy film. S bizonyos dolgok, amelyeknek ott nem volt jelentőségük, az adott szöveggörnyezetben hirtelen funkciót nyernek. Fontos lehet, hogy egy lavor bádogból van-e vagy pedig fajanszból; hogy egy ember nyakkendőt visel-e vagy sem; ha visel: milyet, s rátűz-e arra nyakkendőtűt; hogy kékre borotválja-e magát vagy pedig borostás; hogy felhajtja-e ballonkabátja gallérját vagy nem; hogy a szája szegletébe csúsztatja-e a csikket; hogy zavartan nyúl-e a szemüvegéhez stb. Ezekről sokat lehet beszélni, de megtanítani az effélet nemigen lehet. Ráérzés nélkül nem megy a dolog. Harsányabb kifejezéssel élve: vagy születik erre az ember, vagy pedig nem. Az üzemi lap szerkesztőségében mindenestre „behatárolhattam” lehetőségeimet.

A rádióban, ahol persze még mindig — és újjólag — kezdő voltam, már nemcsak ez a „hetedik érzék” számított. Elmúlt hályogkovács-korom, a pályakezdés ficáncoló ideje, itt meg kellett tanulnom a mesterséget annak rendje-módja szerint. Részben a Szülőföldünk szerkesztőségében, részben az idő tájt, amikor már a gazdaságpolitikai rovatnak is dolgoztam, természetesen azonnal tapasztaltam a műfaji különbségeket. Ha az ember újságnak ír: a helyszínen lazán jegyzetel, s a cikket később följegyzéseiből írja meg, és nem a riport, az interjú készítésekor, hanem a megírásakor kell igazán jó szellemi kondícióban lennie. Az ilyen félórát-órát vagy hosszabb időtartamot ki-ki tetszés szerint megválaszthatja magának, még sietős leadáskor is a legalább hozzávetőleg optimális íráshelyzetet. Ha pedig nem megy a dolog, újra meg újra nekirugaszkodhat. Még korrigálásakor is eltüntethet néhány szépséghibát. A rádióban viszont éppen felvételkor kell a legjobb kondícióban lennem, s csak azután jön a munka mechanikusabb része, a vágás. Ha elrontottam a felvételt, semmiféle trükkkel nem hozhatom helyre. Ez az alapvető különbség eleinte nagyon zavart, de — mint minden rádiósnak — meg kellett szoknom. Nehezebben szoktam meg viszont a rendhagyó rádiós kronológiát. Azt, hogy a szalagra valóságos időben felvett mondatok a műsorban esetleg teljesen másutt hangzanak el. Ezt az előre-hátravágást, a tematikus, vagy logikai, vagy dramaturgiai időkeverést csak sok gyakorlás után sajátítottam el. Megtudva közben, hogy a valódi sorrend nem mindig az igazi. Gyakran a „vágott időrend” hitelesebb.

E kötelező stúdiumokon túl hogyan lehetne summázni rádiós pályakezdésemet? Amennyire vissza tudok emlékezni: nem úgy indultam, hogy hűha, ebből aztán rádiós lesz! De talán a jelöltek közt én voltam a legszorgalmasabb, és már akkor is igyekeztem csak olyasmit vállalni, amiről úgy éreztem: ezt meg tudom csinálni becsületesen. Azóta is alaposan megrágom a dolgokat. Lassan, lelkiismeretesen dolgozom, mert hiú vagyok: szégyeltem kiadni a kezemből azt,

amiről úgy érzem, hogy nem elég jó. Ezért vonom meglehetősen szűkre a kört: még ma is csak bizonyos típusú rádióműsorokban veszek részt. Van egy elméletem arról, hogy mit vállalhat el az ember. Ha valamilyen helyzet nem fér bele a magatartás-skálámba, nem én lépek ki önmagamból, hanem a helyzetet próbálom behozni, beilleszteni. Ha nem illünk össze, az mindig bajjal jár: ilyenkor kezdődik a szerepjátszás meg a többi nem rokonszenves dolog. Van, aki nagyképűségnek, önteltségnek vélheti ezt, de én azt hiszem, csak őszinte vagyok. Suszter, maradj a kaptafánál — a szólás érvényes e helyen is. A kezdő rádiós úgy érzi, teljesen ki van szolgáltatva partnerének. Legszükségesebb önvédelme, hogy önmagával azonos legyen. Ha erre szeméremből vagy gyávaságból már a kezdet kezdetén képtelen, akkor sohasem lesz belőle rádiós személyiség.

Felfogását lehet önmegvalósításnak, önérvényesítésnek vagy akár sarokba szorító riporterri módszernek tekinteni. Miképpen fogadták ezt a „rámenős” stílust a Krónikánál?

A Krónika akkori rovatvezetője eleinte idegenkedett tőlem, s azt mondta (utólag úgy érzem, talán jól is tette): dolgozhatsz, de nem adok munkát, csak lehetőséget, hozzád te magad ötletet, riportokat. Magyarán: rákényszerített arra, hogy friss eseményeket csipjek fülön. Látszólag ez nyilvánvaló dolga az újoncnak, valójában mégsem nyilvánvaló. Hiszen a Krónikához „hivatalból” befutnak az összes érdemleges események a legkülönbözőbb csatornákon. Így aztán nekem tulajdonképpen egy korszerű, jól szervezett gépezetben száznad eleji módszerekkel kellett próbálkoynom, a modern hírközlés világában afféle szenzációfelhajtó hírlapíró lettem, s nem kevés erőfeszítembe került, hogy olyasmit találjak, amiről a krónikásoknak nem volt tudomásuk. Egy példa, akkori tevékenységem szemléltetésére. Még a Szülőföldünk munkatársaként indultam volna a Balatonhoz, de előbb megkérdeztem a Krónika szerkesztőjét, hozzá-e nekik is valamit. Akasztófahumorral válaszolt: „Hozzá egy jó nagy balesetet, két halottal.” Ez persze nem volt éppen épületes tréfa, de mit tesz isten, útközben egyszer csak látom: lámpával köröz a rendőr, elterelik a járműveket. Másnap reggel ötkor telefonon leadtam a siófoki rendőrségről a szezon legsúlyosabb balesetéről szóló tudósításomat: hat súlyos sebesültje és két halottja volt. Percekig bizonygatnom kellett, hogy igazat mondok. Mi történt? Nem kaptam megbízást, mégis produkálni akartam, s ez a tragikus véletlen támogatott. Az is közrejátszhatott, hogy igyekeztem nyitva tartani a szememet. A mi szakmánkban a váratlant nem hagyhatja kihasználatlanul az ember.

Hogy önérvényesítő, sarokbaszorító, de akár fogalmazhatunk így is: agresszív riporter vagyok-e? (Nem használok múlt időt, mert ez utóbbit némelyek még manapság is számon kérik rajtam.) Csakugyan úgy teszem föl a kérdést, hogy az beszélgetőpartneremnek kellemetlen, hogy zavarba hozom? Úgy fogom fel a dolgot: nem hagyom mellébeszélni a kérdezettet. Mindig akkor kényesültem rá erre a módszerre, amikor úgy éreztem, kerülgetik a kását, ködösítenek, valamit elkendőznek, nem az igazat mondják. Ha pusztán információért mentem valakihez, azt hiszem, soha nem voltam agresszív. Az volt a célom, hogy partneremet megnyerjem magamnak. Hízélgés, trükkök nélkül; esetleg éppen azzal, hogy elfogadtam indokoltan tetsző ellenvéleményét. Mert persze a riporter tévedhet is, és egymástól eltérő vélemények is kölcsönösen megalapozottak lehetnek.

Térjünk vissza a Krónikához: odakerülve mi lett a dolga? És egyáltalán: mit kell a krónikásnak tudnia? Gyorsan rögtönözni, veszélyhelyzetben helytállni, pontosnak lenni, bánni tudni az idővel, „gúzsa-ba kötve táncolni” — ennyi elég?

A Krónika szerkesztőségében nem volt és később sem lett ún. saját területem. Nem tartozott hozzám mondjuk az egészségügy, az oktatás vagy a nehézipar. Én mindig mentem, ahová kellett. Ennek következtében a legkülönbözőbb szakmákban, munkahelyeken, az ország legkülönbözőbb részein rengeteg embert megismertem, s ennek idővel hasznát is láttam. Sokat dolgoztam. Elkezdtem „hajnalozni”. Lapszemléket készítettem. Ügyeletes riporter voltam. Bedobtak a „mélyvízbe” is: élő adást közvetíteni a vásárból. Aztán évekig egyik dolgom lett a vásári beszámoló. Akkortájt a tudósításokat még papírról olvastuk fel, sőt, az interjúk kérdés-felelete is le volt írva. Egyszer aztán kiküldtek a Ferihegyre egy kollégámmal — sportolókat fogadni. Nemigen értek a sporthoz, ezért jó előre fölkészültem. És szokás szerint leírtam a szövegemet. Megérkezett a gép és én nagy derűtlenség közepette kiváló súlylökőnk nevét konferáltam, miközben a gépről éppen egy incifinci edző szállt ki. Hazamenet egyik kollégám hirtelen a fejére csapott: „Elfelejtettünk kopfot mondani!” Fél másodpercnyi gondolkodás után, kapásból igen formás (2–2 1/2 perces) bevezetőt rögtönzött. Tudva, hogy hasonlóra képtelen lennék, memóriagyakorlatokba kezdtem. Számomra idegen témájú újságcikkeket elolvastam a buszon, majd igyekeztem magamban visszamondani a szöveget, lehetőleg fordulatosan, baki nélkül. Ha ez megtörtént, próbáltam rögtönözve más témára váltani, lényegét kiemelni, lényegtelen elhagyni, valamilyen sajátos gondolat jegyében szelektálni. Eléggé módszeresen gyakoroltam, így aztán idővel elmúlt a „mikrofongörcsöm”, s attól kezdve a gondolatra, a közlendőre figyelhettem, nem mereven a magam hangjára, a beszédtechnikámra.

Megesett az is, hogy igazi veszélyhelyzetbe kerültünk. Egy alkalommal Vértes Csaba kollégámmal üzemi riportot készítettünk. Ő fent volt az emeleten, én lent a csarnokban. Megegyeztünk, hogy a Kossuth-rádió zenei műsorának végétével egy rádiókészüléken hallom majd a végszót, mely jelzi: átadja nekem a szót. De a mi készülékünk, ahogy mondani szokás: rosszul volt árnyékolva. Így szinte az utolsó percben vettük észre, hogy az adott zene nem a Kossuth hullámhosszán szól. A technikus csavargatta, csavargatta a skálát, de hiába. Kétségbeesve fölrohant hát, az utolsó másodpercben lehozta a drótot, s bekapcsolta rádiónkba. Vértes Csaba abban a pillanatban közölte a végszót. Az izgalomtól félig öntudatlanul elmondtam, amit kellett. Nem volt kimaradás. Mert a törvényt az adóstúdióban már megtanultam: ha ég a piros lámpa, beszélni kell. Hogy összefüggött-e mindez az én memóriagyakorlataimmal, nem tudom. Tény, hogy így történt.

Egy időben (Vértes Csabával, vagy Gácsi Sándorral hármasban) dokumentumműsorokat is készített. Milyen témákról s milyen eszközökkel?

Nem voltak előre elhatározott szándékaink, sémáink. Nem gyártottunk elméleteket sem, csak azt tudtuk, hogy ez vagy az a téma érdekel. Hadd legyenek tehát gyakorlatias a válaszadásban: konkrét példákat említek. Kinek a számlájára? című, legelső dokumentumműsorunk egy furcsa pincemulatság

körülményeit derítette fel. Az történt ugyanis, hogy az adott üzemben egyesek késtek, rossz munkát adtak le, berúgtak, ezért megvonták a prémiumukat. Igen ám, de megmaradt a prémiumkeret. Nos, ezt a pénzt használták fel a közös mulatságra; mi több: meghívták a gyár vezérigazgatóját is — alibinek. Kérdezősködni kezdtünk, de mindenki tagadta azt, ami tény volt. Az üzem vezetője tőlünk tudta meg, hogy nem szeretetből vagy tiszteletből hívták meg, hanem hogy az ő nevével fedezzék, amit csinálnak. A vezérigazgató megdöbbenésében — könnyezni kezdett. Akkor fordult meg először a fejemben, hogy vannak helyzetek, amikor nem szabad „nyitva hagyni” a mikrofont. Egy éjszaka egy emberért című műsorunk talán hozzájárult egy fiatal lány életének megmentéséhez. Az áldozat bőrének 70⁰/₀-a leégett, s mi kiderítettük, valamelyik szövetkezetben kitaláltak egy konstrukciót, mely valószínűleg segíthet. Korábban ennek sorsa elakadt a bürokrácia útvesztőiben, de most 48 óra alatt el kellett készülnie annak, ami hosszú hónapokig nem készülhetett el. A kritikus éjszakát, a konstruktőrök, mérnökök és segítők lázas igyekezetét, valamint a kórházi küzdelmet felvettük. Felvettük a nővér rimánkodását: Margitka, Margitka, na még egy kanállal... , és azt a pillanatot is, amikor kinyitották az ablakot, szinte hallhatóan beáramlott a friss levegő, s az ablak előtt magasodó fán gyönyörűségesen felcsicseregtek a madarak. Rögzítettük ezt is, azt is, nem tudva, mit miért. A kislány végül is megmenekült, s az iménti ablaknyitás a műsor végén funkciót kapott. Azt hiszem, beszédesebb volt bármilyen szövegnél.

„Készítettünk azután Szecső Tamással két tömegkommunikációs kísérletet. Szájról szájra című műsorunk híresztelőkísérlet volt. A stúdióba behívtunk 10 háziasszonyt, 10 jogász- és 10 bölcsészhallgatót. Leforgattunk a csoportok első tagjának egy jegyzetet arról, hogy piszkosak a piacok. Ki-ki továbbadta csoportja második tagjának, az a harmadiknak és így tovább. Bebizonyosodott, hogy mindegyik csoport a maga érdeklődésének megfelelően torzította el a történetet: tehát a tizedik mindenütt már egészen mást mondott, de mindegyik csoportban másképpen torzult az alapmese. Jól emlékszem, a kilencedik háziasszony már azt mondta, hogy Pesten kitört a pestisjárvány. Vigyázat, fertőző című műsorunkban „kipreparáltunk” egy híradást. Semleges közlések közt elhelyeztünk egy hírt, hogy a barcelonai állatkertben született egy albinó majom; az állatnak fehér bőre, rózsaszín szőre, kék szeme van; rózsaszínűek a körmei, rózsaszín a szempillája. Ezután egy francia divathír következett, amelyből kiderült, hogy az évben Párizsban a rózsaszín legkülönbözőbb árnyalatai divatosak. Újabb semleges hír következett, majd megkérdeztük a kísérleti alanyokat, milyen színű szeme volt a majomnak. A kérdezettek kétharmad része ezt válaszolta: rózsaszín. Holott mint említettem, kék volt a szeme, csak ezt az információt „megfertőzte a hírkörnyezet”. Tanulságos munka volt mindkettő, kár, hogy nem folytattuk tovább.

Körmikrofon című (szintén Vértés Csabával közösen szerkesztett, vezetett) műsorában kételkedő vitatkozónak ismertem meg. Olyan embernek, aki szeret a végére járni annak, amibe belekezdett. Milyen vitatkozónak tartja önmagát?

Hogy én milyennek tartom magam, azt hiszem, lényegtelen. A lényeg: 1968-ban elindult egy vitaműsor, s azóta egyre több ilyen nézetcsere van a rádióban — és egyebütt is. Ha ugyanis a közéletben elkezdenek funkcionálni a demokratikus fórumok, szaporodnak a viták is. Ha pedig szaporodnak a viták,

az jelzi, hogy választási, döntési lehetőségeink vannak. Nem kész döntéseket kell elfogadniuk az embereknek, hanem törniük kell a fejüket és csatlakozniuk bizonyos állásponthoz, véleményhez — vagy cáfolni azt. Ez esetben már mit sem érnek a kinyilatkoztatások. Az érvek döntenek. Kinek-kinek gazdagítania kell tehát az érvekészletét. Ezt a gondolkodás- és szemléletmódot, magatartást magáévá teheti a rádiós vitaműsor is, amelytől persze nem várható, hogy fölmúttasson valamilyen végérvényes igazságot, de továbbgondolásra készíthet, kényseríthet.

Kérdés persze, hogy tudunk-e már így vitatkozni. Azt hiszem, még nem, de már sokkal jobban, mint korábban. S meg kell tanulnunk még jobban ezt az egyáltalán nem könnyű mesterséget. Még ma is gyakran előfordul ugyanis, hogy a vitát összekeverjük a végszavazó szerepjátszással. Az ilyen álvitákat szokták szemérmesen kerekasztal-beszélgetésnek nevezni. Ebben a vitavezetőnek olyanféle dolga van, mint a közlekedési rendőrnek: jelzi, hogy kinek szabad az út: „Most halljuk ezt, köszönöm szépen, most ön következik, köszönöm szépen” — ez nem az én műfajom. Az ilyen vitában már előre tudható, hogy kitől milyen vélemény várható. A nézetek (ha vannak egyáltalán) elzúgnak egymás mellett, mert valójában egymást követő monológokat hallunk.

Az igazi vitának fel kell szikráznia. Az ilyen vitának íve van: valahonnan indul és valahová tart. Az igazi vita, ahogy az életben is, úgy zajlik, hogy egyikünk még be sem fejezte a mondanivalóját, a másik rávágja a magáét, ez kiegészít, az cáfol. Érvek szembesülnek érvekkel. Csak így érdemes vitatkozni a közéletben, és ugyanígy a rádióban is. Úgy gondolom, a Körmikrofon is ezért életképes ennyi ideje. Sok mindent ezekben a műsorokban mondtak először. Tilalmak vagy vélt tilalmak, falak és kerítések, különféle lelki cenzúrák az embereket gyakran olyan dolgok elhallgatására készítetik, amelyeket nem kellene elhallgatniuk. Ezekre az akadályokra, görcsökre mintha nem ügyelnének annyira a Körmikrofon vitatkozói. Talán azért, mert megfelelően fölkészültek, s tudják, miféle babonák, berögződések érvényesek. Ebben a műsorban 6—8 éve lényegében ugyanazok „ugranak egymásnak”, illetve próbálják meggyőzni a többieket. Miért éppen az ő véleményüket tesszük közzé? Talán azért, mert csalhatatlanok? Természetesen senki sem hisz ilyesmit. Mindenesetre olyan emberek, akiknek van véleményük a legkülönbözőbb társadalmi, erkölcsi stb. dolgokról-ügyekről. És képesek is a saját nézetüket jól képviselni. (Ez egyáltalán nem természetes. Gondoljunk csak a tévészervezés időszakára: nem biztos, hogy az, aki nem akart bemenni a közönsébe, az jól képviselte a saját érdekét.) Emellett jó asszociációs képességük is van: mindenről eszükbe jut valami más is, így a vita meglehetősen tág körben mozog. Az is mellettük szól, hogy nem tisztelik egymást annyira, amennyire mondjuk a diplomaták. Így aztán nemcsak érvek, de szenvedélyek is összecsapnak. Emiatt sokan kárhozzátják a műsort, de az én véleményem szerint a vita szenvedély nélkül mit sem ér, pusztá szócséplés.

Hasonlóan szenvedélyes, igazságkereső adásnak ismerte meg a hallgató a 168 órát, melynek kezdettől fogva egyik műsorvezetője. Mi élteti, véleménye szerint, ilyen sokáig ezt a politikai magazint? Az aktualitása? Az, hogy konfliktusokra is figyel?

A tizesztendő 168 órához kezdettől fogva kötődöm, nemcsak a műsor részeseként, hanem emocionálisan is. Olyannyira kezdettől, hogy ott voltam, amikor még azon töprengtünk, milyen is legyen majd ez az adás, hogyan nevezzük

el. Végül is én lettem a keresztapja. Azóta is, ha bármi baj ér, sikerületlenség bánt, a 168 óra adását megelőzően regenerálódok. Jól érzem magam nemcsak a műsorközegben, hanem azokkal az emberekkel is, akikkel ott együtt dolgozunk. Vitatkozva, egymást kiegészítve. Fogalmazhatnék így is: másként látnunk esetleg bizonyos dolgokat, de hasonlóképpen forognak a fejünkben a ke-rekek. Olyannyira, hogy vágás közben gyakran előfordul, hogy hárman egy-szerre kiáltunk fel: eddig! Mert ugyanott érezzük meg, meddig tartott az érdemi szöveg. S még valami: szurkolunk egymásért. A szokásos hétfői ér-tekezletekre az a szerkesztő, műsorvezető is eljön, aki azon a héten nem dol-gozik a műsorban, csupán, hogy ötleteket adjon. Talán nem nagy szó ez eset-ben: az évek során valami műhelyféle lett a 168 óra stábjá, ha soha nem használtuk is ezt a kifejezést.

Mint ahogy ars poeticákat sem készítettünk. Ez a műsor mindig közérdekű kérdésekkel kívánt foglalkozni, olyan témákkal, melyek sok embert foglalkoz-tatnak. Ez a műsor sosem vélte, hogy fontos dolgokról csak unalmasan lehet szólni. Ez a műsor érdekes kívánt lenni, anélkül, hogy különösebben haj-szolta volna a szenzációt. Ez a műsor csakugyan nem szaladt el a társadalmi konfliktusok elől, mert valóban az igazságot kereste a megoldás reményében. Ez a műsor mindig helyet adott véleményeknek, de ellenvéleményeknek is. Ez a műsor hol kommentárral, hol kommentár nélkül közöl riportokat, jegyzeteket — a műsorvezető temperamentuma, felfogása szerint, de a 168 óra karakteré-hhez igazodva, a műsorkörnyezet kívánta módon. (Én úgy vélem: a konkrétumot fel kell emelni az általánosítás fokára; el kell jutni olyan irányba, amely egyenes asszociációs láncsal nem érhető el. Megszólalásaim tehát tulajdonkép-pen kommentárius szövegek, melyeknek az adott riport az apropójuk. S ugyanezt fordítva szemlélve: a publicisztikába behullámszik az élet.) Ez a műsor soha nem tartotta magát tévedhetetlennek. Az évek során igazunk is volt, tévedtünk is, megesett, hogy a dolgokat az idő korrigálta. Úgy érzem, önkiiigazításunk éppúgy nem rontotta a 168 óra hitelét, mint az adásban megszólaló bármelyik riportalanyét sem, ha elismerte, hogy nem volt igaza. Ez a műsor nemegyszer arra is vállalkozott, hogy egy-egy, már mindenki által ismert fénykép valamely lényeges részletét felnagyítsa — mint Antonioni filmjének fényképésze tette. Mert a részletek rendkívül fontosak: a részletekben élünk, velük van dolgunk mindennapjainkban.

Igy dolgozott-dolgozik a 168 óra, legalábbis az én megítélésem szerint. Ez a műsorkészítési mód persze különböző érzékenységeket érint. Van, aki úgy véli, ha erről vagy arról nem beszélünk, abból nem lehet baj. S megszületnek az ún. „tabutémák”. Ezek jó része úgy keletkezik, hogy mondogatni kezdik: ezt valaki valahol letiltotta. Igazában valaki valahol tett egy kérdező megjegy-zést: „időszerű ez most?” — és a kérdést egy beosztással lejjebb már úgy adják tovább, hogy „ez most nem időszerű”. Pedig hát ha erről vagy arról nem be-szélünk, az semmire sem orvosság. Mindaddig nincs gond egyébként, amíg fe-lelős beosztásban levő emberek a saját hatás- és döntési körükben felelősen mernek nyilatkozni. Csak akkor gyűlik meg ezzel vagy azzal a bajunk, ha a kérdezett szüntelenül sandít valamerre (rendszerint oldalra vagy fölfelé: mit szólnak a kollégáim, mit mond a főnöke stb.). Ilyenkor rendszerint kikapcsoltat-ják a mikrofont, és így elmondják az igazat. Konfliktusforrásunk az is, hogy ná-lunk a döntést jó néhány helyen úgy értelmezik, mintha azt kő táblára vették volna. Pedig hát kiderülhet, hogy a döntés megalapozatlan volt; vagy: amikor döntöttek, megalapozottnak látszott, de utóbb az idő nem igazolta; sőt, az is, hogy annak idején helyes volt a döntés, de ma már egy másik döntésre lenne szükség stb. Félreértések tehát adódnak az ilyen típusú műsor készítése közben, ez úgy látszik, óhatatlan.

Műsorkészítőként, -hallgatóként mi az, amit a rádióban — saját területén és másutt — jónak talál? Mit csinálna másképpen? Magyarán: mi tetszik és mi nem?

A Krónika rovatvezetőjeként persze már sok minden megfordult a fejemben. Manapság informál, orientál és közben szórakoztat is a műsor. Ez a rádió óhaja, s ezt várja tőlünk a közönség is. Időnként, hogy az adást ne tegye gépiessé a rutin, módosul a Krónika. De mire olajozottan megy a módosított adás, gyakorlottsága már megköti a műsorkészítőt. Még inkább így hat a mai szigorú struktúra: a negyedórás hírmagazinban például legfeljebb egyperces „játék lehetőség” kaphat a műsorvezető. Ha igazán elengedhetném magam, valahogy úgy képzelném el a Krónikát, hogy aki bekapcsolja a készülékét, abban egy ismerős hangkarakterre lel, s ez az ismerős részint közöl a hallgató számára fontos dolgokat, részint mindenféléről könnyedén, ironizálva elcseveg vele. Így képzelném el, de tudom: nemcsak mi, rádiósok vagyunk konzervatívak, hanem a hallgató is az. Megszokta, hogy reggelenként időjelzőnek használja a rádiót; ha csevegést hall, azt mondja: nekem ne fecsejjenek annyit. És mi persze nem hagyhatjuk figyelmen kívül sem igényét, sem kötődéseit. Ezért hát nem tudom, hogyan fog ebből kimozdulni a rádió, de hogy valamilyen irányban mozdulnia kell, azt szinte bizonyosra veszem.

Hogy mi tetszik s mi nem? Kezdjük a kellemetlenebbel. Nem tetszik a vita-műsorok kapcsán már említett végszavazó szerepjátszás, amikor a riporter és alanya előre tudja, mit kell mondania. Nem tetszik az a műsor, amely csak a felületet érinti és kísérletet sem tesz arra, hogy a mélybe szálljon; pedig olykor az interjúalany megtenné, de a kérdező rántja vissza. Az ilyen típusú riporter irtózik attól, hogy kellemetlen pillanatok legyenek beszélgetés közben. Nem tetszik, amikor valamilyen vitás kérdésben csak az egyik felet keresik meg, és a másikat nem. Nem tetszik, ha a műsorban valaki nem a maga véleményét mondja, hanem a főnökéét. Nem tetszik az, amikor valaki preconcepcióval kezd hozzá témájához, s nem hagyja magát ettől eltántorítani — még a tények ellenére sem. Nem tetszik, ha a riporter minden mondata kérdőjellel végződik, hiszen akkor is továbbgurulhat a csevegés, ha az ember csak megjegyez valamit. Nem tetszik, ha a kérdésekből kiderül, hogy a riporternek fogalma sincsen az adott dologról. Nem tetszik, ha olyasmiről 25 perces műsort hallok, amiben ötperces tartalom ha van. Nem tetszik, ha észreveszem, hogy a műsoridőben legalább 5—6 emberrel kellett volna beszélgetni, de kényelmesebb volt egyetleneggyel. Nem tetszenek az üres klisék, az, ha eredmények felsorolását hallva a riporter rávágja: — De ezzel nem azt akarja mondani, hogy minden úgy megy, mint a karikacsapás? S nem tetszik az sem, ha a riporter így „merész”: — Itt vagyunk a balatonkorpácsi tanácselnöknél. Hát kedves Kovács elvtárs, én most megkockáztatom a kérdést: mi újság Balatonkorpácson?

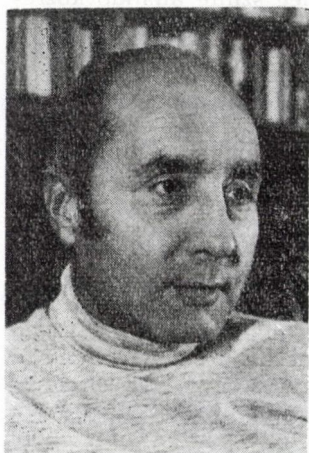
Vannak azért jó tapasztalataim is. Azok közé tartozom, akik szívesen hallgatják a kollégák műsorát, s nemcsak kollegialitásból vagy kíváncsiságból, hanem a minőségük miatt. A közismert régi rádiós személyiségek mellé az utóbbi néhány évben egészen fiatal emberekből felnőtt egy csapatnyi érett egyéniség. Ez a nemzedék már úgy került ki az egyetemről, hogy szemlélete, világképe volt, nyelveket beszélt. Mi jellemzi még? Tagjai érzékenyen reagálnak arra, ami a környezetükben, az országban és a világban történik; biztos kézzel nyúlnak témájukhoz; bizonyos kérdések szakembereivé váltak; s nem utolsósorban: megtanulták a rádiós szakmát. Egyszóval minden megvan bennük, ami a rádió felfrissüléséhez kell, ők csakugyan képesek teljesen újat hozni. Azok, akik pár

esztendeje még egészen „zöldek” voltak, most olyan műsorokat készítenek, hogy elámulok: azt a mindenit, de jól van ez megcsinálva! Tőlük várom tehát az igazi megújulást, s azt hiszem, minden okunk megvan a derülítésra.

Bármiről kérdezem, mindig a riporthoz tér vissza, újra és újra a riporthoz. Miért vonzódik ehhez a műfajhoz ilyen elfogultan?

Ha azt mondom, hogy a riport érdekel, ezzel valójában azt mondtam, hogy a világ érdekel. Az, hogy hogyan tudok kontaktust teremteni valakivel, akit korábban sohasem láttam. Hogy miképpen tudok megnyitni egy embert, aki „lelkileg” állig begombolkozott. Érdekel, hogyan él, hogyan gondolkodik a másik, mi oldja fel, mitől jön zavarba. Érdekelnek a legkülönbözőbb vélemények, hogy szembesítsem őket a magaméival. Érdekel a riporterség, mint majdnem megtanulható mesterség s mint megtanulhatatlan érzékelések hivatása is. Érdekel, mert alkalmat ad arra, hogy mindent megnyilvánulásában s egyszersmind összefüggéseiben lássak. Érdekel, mert általa szüntelenül emberek között vagyok, mindig valamilyen sajátos konfliktus kellős közepén. Érdekel, mert olyan ember lehetek, aki szüntelenül felteheti a maga kíváncsi kérdéseit. S van esélye rá, hogy olykor választ kapjon (vagy legalább keressen), arra, ami megválaszolhatatlan.

A nyelv játékmestere



Grétsy László a rádióról és a televízióról

Régi vendég a stúdiókban. Olyannyira, hogy a kebelbet megillető bizalommal és bensőséggel beszélgetünk vele. De mégsem a magunk szűk körében forogva, hisz éppen azért szól, hogy a rádiós-tévé nyelvét — mozgékonyan és megőrizve — az élet hassa át. S teszi ezt szellemi pápaszem, nádpálca, körmös nélkül, elegánsan, játékosan. Sokat hibázunk? Tudjuk-e már anyanyelvünket a szükséges fokon? Csípjük rajta magunkat: Grétsy Lászlónak szégyenkezés nélkül a szemébe nézhetünk.

Miért kötődtem-kötődöm én a rádióhoz, televízióhoz, noha ez a kutatóféle emberre nem jellemző? Talán azért, mert nemcsak nyelvész, hanem nyelvművelő is vagyok. Egyszerű gyakorlati oka van ennek tehát. A nyelvész, a nyelvművelő csak úgy érintkezhet olvasóival, hallgatóságával, nézőivel, ha előadásokat tart, cikkeket, tanulmányokat, könyveket ír, újságrovatot vezet, vagy ha közreműködik a tévében és a rádióban. Nem kell hozzá nagy tudomány, hogy kiszámítsuk: míg egy-egy előadást 50 vagy 500 ember hallgat meg, egy-egy cikket elolvas — jó esetben — néhány ezer olvasó, a rádió és a tévé ennek legalább az ezerszeresét hozza be az én utcámba: 50 vagy 500 ezret, vagy nem is tudom, milyen számot mondhatok. Ilyen egyszerű számítások alapján már a hatvanas évektől nem kerestem ugyan, de nagyon szívesen fogadtam minden invitálást, mely lehetővé tette, hogy mint nyelvész a rádió és a televízió nyilvánosságát megkaphassam. Szerencsés helyzet, hogy a felszabadulás óta, de különösen a hatvanas évektől kezdve a nyelvművelést valamilyen jóértelmű népszerűség övezi. (Volt persze korai előzmény, Lőrincze Lajos tevékenysége, mindmáig tartó sorozata előtt is: Halász Gyula már a háború előtt igénybe vette a rádiót. S ha nem volt is igazán kitűnő kutató, a mikrofon által nagy hatású nyelvművelő lehetett. Ha pusztán könyvekkel próbálkozna, hatása talán csak a tizede lett volna. Így viszont még 1938-ban megjelent Édes anyanyelvünk című kötete is a nyelvvédő rádióelőadásoknak köszönhette nemcsak anyagát, de népszerűségét is.) S ha már a népszerűségét említettem: a nyelvész vagy

bármelyik ismeretterjesztő kutató természetesen nem a színészhez hasonló sikert szeretne. Azt kívánja, hogy gondolatai jussanak el a nézőhöz, hallgatóhoz, és mennél gyakrabban célba is találjanak. A kutatóféle számára ez az igazi népszerűség. Ezért fogadtam el magam is sorra a különféle megbízásokat, majd később ezért javasoltam is néhány dolgot, mely aztán a műsorba is belekerülhetett.

Komoly dolgokról homlokráncolás nélkül

A hatvanas évek elejétől rádiózom, és — erre pontosan emlékszem — 1964 óta van rendszeres kapcsolatom a televízióval. Akkor indult ugyanis az a tévé-műsor, mely aztán öt évig jelentkezett havonta, Tessék kérdezni! A nyelvész válaszol címmel. Lőrincze Lajos vezette az adást, én meg szinte állandó közreműködő voltam. Az előadások kora volt ez: ötperces előzetes beszélgetésben vázoltunk valamilyen általunk fontosnak ítélt, időszerű témát; a műsor további 15—20 perce pedig telefonkapcsolásos kérdés-feleletből állt. Tehát azon melegében feleltünk. Talán éppen ez volt az első telefonhívásos tévéműsor. A nyelvművelőnek nemigen kellett tartania attól, hogy valamilyen kérdésre egyáltalán nem tud válaszolni. Előfordult különben. Olyankor megmondtuk, hogy erre most nem tudunk felelni, csak legközelebb, mert túl sok időt venne igénybe az utánajárás, mert most nem tudjuk megadni a legösszerűbb, a legjobb választ. Azt sem restelltük, hogy a magunk alkalmi segédkönyvtárához folyamodjunk. Tömött táskával érkeztünk a stúdióba, s ha olyan kérdést kaptunk, amelyhez szükségünk volt rájuk, bátran, a nézők szeme láttára böngészünk a szótárakat, lexikonokat, szakmunkákat, s úgy válaszoltunk. És ismétlem: előadás volt valamennyi ilyen műsorunk. Én, megvallom, visszasírom ezt az időszakot. Mostanában is vannak persze „egyesben” sugárzott műsorok, magam is részt veszek némelyikben, de számuk egyre fogy. Az ilyen adásban mindig éreztem (mint néző, hallgató is) valami megejtő varázst abban, hogy egy fokkal jobban kell figyelni, koncentrálni. Sohasem féltém attól, hogy ebből nagy leégés lesz, hogy valamire abszolút rosszul válaszolok, s a fejemre ütnek majd utólag. Pedig élő adásban mindig számolni kell ezzel. Mégis úgy gondolom, az említett varázst, mely talán abból adódik, hogy „kötélen táncol” az ember, nem pótolhatja a legtökéletesebb konzervműsor sem. Az ilyen felvétel éppen eredeti ízéből veszít valamit.

A Rádióban, ha jól emlékszem, már 1960—61-től jelen voltam mint szakértő, a Rádiólexikon műsorában; többször részt vettem a Kíváncsiak klubja adásában — mert mindkettőben voltak nyelvészeti vonatkozású kérdések, műsorelemek. Rendszeresen először a Kettőtől hatigban működtem közre, emlékezetem szerint 1968-tól. Minden héten bementem a stúdióba, és — megint csak előben — válaszoltam az engem illető kérdésekre. A színesebbekre, közérdekűbbekre felelhettem részletesebben, a többire csak úgy hozzávetőleg. Akkor is, ha nem tudtam alapos választ adni, röviden jeleztem: kérem, erre majd legközelebb visszatérünk.

A későbbiekben már párhuzamosan futott rendszeres rádiós és televíziós tevékenységem. A tévében több vetélkedőben részt vettem úgy is, mint műsorvezető, és úgy is, mint egy-egy egész műsornak, sorozatnak a gazdája, forgatókönyvírója. A Szavak, csodálatos szavak több részes, egyenként másfél óras, fiataloknak szóló vetélkedő volt. Talán az első olyan adások egyike, amelyek a nyelvet játékos oldaláról próbálták megközelíteni. (Azóta nagy kelete van az ilyen műsoroknak; a legnépszerűbbek egyike a Játék a betűkkel.)

Később készítettem egy szintén több részes (egyenként egy-másfél óras) tévé-sorozat, Szabálytalan nyelvtanóra címmel, főként a nyelvtörténet köré-

ből. A szabálytalan jelzővel arra utaltam, hogy nem valamiféle hagyományos, száraz tanóra ez: ebbe is humort, tréfás jeleneteket igyekeztem belopni. A hetvenes évek elején a Szójátékklub című műsort vezettem a képernyőn. Havonta jelentkezett, előbb félórás, majd egyórás „terjedelemben”, nagyon jó műsoridőben. Azt hiszem, ezzel is sikerült barátokat szerezni az anyanyelvnek, és megint csak játékos barátokat.

Fontosnak éreztem és érzem azóta is, hogy a nyelvész kutassa a nyelvnek ilyen oldalait is. Mert tévedés, hogy a játék nem használ a hallgatónak, a nézőnek. A játék, azáltal, hogy szenvedéllyé, hobbivá válik, azáltal, hogy érdeklődést kelt: nagyobb erőfeszítésre készíthet, a játészó általa úgy sajátít el hasznos dolgokat, hogy észre sem veszi. Ha rajtam állna, az iskolai anyanyelvi oktatást is még sokkal játékosabbá tenném. De lassan nyitott kapukat döngetek: a most életbe lépett új tantervben, s az ennek szellemét tükröző tankönyvekben már egy sereg játékot talál az ember. Megjelennek ilyen könyvek is. Egyre többen veszik észre: nem igaz az, hogy más a játék és más az a bizonyos szabályos ismeretszerzés, mert a tanulókat fegyelmezett munkára kell szoktatni. Persze, hogy arra kell szoktatni őket, de miért ne tanuljanak derűsen, ha ráadásul könnyebben elsajátítható s tartósabban megmarad az így szerzett ismeret?

Még egy-két műsorról. A Magyarán szólva mind közt a legöregebb, majdnem egy évtizedes. Messze van még Lőrincze Lajos Édes anyanyelvünk című műsorától, az a nagy testvér, a „bátyuska”: már negyedszázados is elmúlt. A Magyarán szólva 1972 tavaszán indult, s egyelőre nem gondolom, hogy abba kellene hagyni. Fontos ezt megjegyezni, mert ha csak egy kicsit is fáradni érzem ezt vagy azt a műsort — inkább abbahagyom, mint hogy ráunjanak. Helyesebb ilyenkor egy kis szünetet tartani, s utána mást kezdeni. E műsoron, épp összetettségének köszönhetően, nem tapasztalom még a fáradtság jeleit.

Milyen adásokban veszek még részt? Akad jó néhány most is, amelyben ismét csak szakértőféle vagyok. Köztük az egyik legérdekesebb az És ha azt mondom... című képzettsérsítésos sorozat. Őt-hatan ülünk a stúdióban, a műsorvezető feldob valamilyen témát, fogalomkört, s ehhez a fizikus, a csillagász, a néprajzos, a történéss, az irodalomtörténéss, vagy személyemben a nyelvész hozzáfűzi a maga gondolatait. Ugyanarról a dologról többnyire egészen más képzettsérsításaink támadnak. Kiderül, hogy szinte mindegyik érdekes a hallgatók számára, de a mi számunkra is.

Közvetlenül a társadalomnak, közvetve a tudományak is

A televízióban — Szépe György társaságában — A nyelv világa című sorozatnak vagyok a gazdája. Ez nemcsak nyelvművelő műsor, sőt, nem is elsősorban az, hanem a nyelv kérdéseivel általában foglalkozik: a nyelvek eredetével, a beszéd kialakulásával, a nyelvcsaládokkal, külön esetleg a beszédhibákkal, egyes nyelvi rétegekkel: a hivatalos, az orvosi nyelvvvel stb. Ennek a műsornak tehát az a célja, hogy vendégek (szakértők) bevonásával a nyelvtudománynak meg a vele kapcsolatos tudományoknak egy-egy fontos részéről adjon 30—40 perces tájékoztatást. Ehhez is kapcsolódik rendszerint egy kis nyelvi játék a megelőző beszélgetés témájából.

Ennyit a rádiós-tévés múlttól, jelenről. Mindent egybevetve: meggyőződésem, hogy komoly dolgokról nem kell feltétlenül homlokráncolva szólni. A könyvnyedség a nyelvművelésben nem felületesség, s nyelvünk természetétől sem idegen a játékoság. Nekem pedig egyenesen kedvemre való. Ha tehát műsoraim „különböznek” valamiben, talán éppen a fent elmondottak adják a

sajátos stílust, mely megkülönbözteti őket a többi rádiós-tévé nyelv művelő adástól.

Zöld utat kap tehát mindig a rádiós-televíziós nyelv művelő? Sajnos, előfordul, hogy a tudomány és az ismeretterjesztés kapcsolatáról egyesek kizárásos „vagy ez, vagy az” alapon szólnak. Mondanom sem kell talán: ezzel a szétválasztással én nagyon nem értek egyet. Szerintem jó ismeretterjesztő, hadd mondjam így: jó nyelv művelő csak az lehet, akinek egyrészt tudományos alkotókészsége is van (tehát jól ismeri tudományágának egész körét, szakirodalmát, önálló véleménye, ítélete van minderről, rendszeresen publikál, sőt, részt vesz a tudományos közéletben is, amennyire energiája, ereje hagyja). Másrészt: megvan benne az olvasó, hallgató, néző megragadásának készsége is, az, hogy érdeklődést képes kelteni, s hogy ébren is tudja tartani azt. A jó ismeretterjesztőben (nyelv művelőben) mindez ötvöződik. Tévednek tehát azok is, akik azt mondják, hogy az ismeretterjesztés másodlagos dolog. Az ismeretterjesztő közvetlenül használ a társadalomnak, de közvetve a tudománynak is. A tudós talán egy fokkal jobban használ a tudománynak, ám csak sokkal áttételesebben a társadalomnak. Azonban egyik sem fontosabb vagy kevésbé fontos a másikkal. A kettő kézenfogva kell, hogy járjon. Hasonlót tapasztal az ember például a zenében s másutt is: közelítik az ún. komoly s az ún. szórakoztató zenét; s ugyanígy a rádióban és a televízióban az ún. réteg- és az ún. szórakoztató műsorokat. „Ügynevezett”-et mondok, mert túlzásnak érzem az elkülönítést. Ennyit a szakma kritikai tüzéről.

S a közönség fenntartásai? Bármilyen határozottan fogalmazok is meg valamilyen nyelvhelyességi tanácsot, remélem, kicsendül belőle: nem Ikszet vagy Ipszilont kívánom kritizálni „tudatlansága” miatt, hanem a *hibát* bírálom. És Ikszet vagy Ipszilont arra próbálom rábeszélni, hogy a jövőben ne kövessen el hasonlót. Különböztetés: meggyőződés, hogy a nyelvi hibák nagyobbik része nem tudatlanságból fakad, hanem inkább figyelmetlenségből, gondatlanságból. Ez viszont korszakunknak jellemző tünete. A nyelv iránti érdeklődés elég nagy Magyarországon, abban azonban, hogy az érdeklődést a helyes nyelvhasználat igénye is követi, csak reménykedni lehet. Remélni, hogy ez csak kése-delem, s még nem valamiféle végleges szétválás. Jó lenne hinni: a mai érdeklődés idővel azzal jár, hogy mind több ember igyekszik majd szóban és írásban igényesebben fogalmazni. Jobban figyelve arra, amit mond. Azt szeretném tehát elérni rádió- és tévéműsoraimmal is, hogy a nyelvi igényesség növekedjen, ne csak a kíváncsiság. Nem hiszem, hogy ezért purifikátorsággal vádolhatnának, hiszen természetesen nem kívánom a többiek beszédét „megtisztítani”. Csak a nyelv élő szervezetét szeretném mennél egészségesebbnek látni.

Janus-arcú nyelv művelés több hullámhosszon

A legtöbb adás, az adások túlnyomó része természetesen nem nyelv művelő. Főként ezt hallgatja, nézi a közönség, amelynek magam is egyik tagja vagyok. A többi műsornak is megvan a nyelvi hatása, ez is természetes. Erről írta Nyerges András egy-két esztendeje, hogy a *tömegtájékoztató s fórumain Janus-arcú nyelv művelés folyik*. Hiába van a rádiónak, a televízióknak — az enyé-mén, a miénken kívül is — tucatnyi nyelv művelő műsora, amely igyekszik a helyes nyelvhasználatot terjesztetni, ha ugyanakkor más adásokban nemcsak jót sugároznak, hanem rosszat, helytelen is. A helytelen hangsúlyozás, a hadarás, az éneklő hanglejtés, a kódósítás, a hivataloskodás — sorolhatnám még a példákat — bizony ront az országos nyelvi műveltségen, hiszen a legtöbb ember főként a rádiónak, televízióban hall másokat, sokakat beszélni.

E nyelvrontásnak számos oka van. Hadd említsek néhányat. Gyakran meg-

esik, hogy a riportalanynokat nem sikerül elég jól megválogatni. Tudom én, hogy nagyon nehéz dolog ez, hiszen vannak olyanok (a kérdés legjobb, esetleg egyedüli szakértői, ismerői), akikre a riporternak mindenképpen szüksége van. Ilyenkor persze meg kell alkudni. Máskor azonban éppen a fordítottját érzi a hallgató: no hát, azért nem volt érdemes ezt az embert megszólaltatni. Inkább olyan valakit kellett volna keresni, aki egy kicsit világosabban, kevésbé köntörfalazó módon, kevésbé hivatalos nyelvezettel fejezi ki magát. E rosszul választott riportalanynok terjesztik a „hát”-ozást, olyannyira, hogy már szinte „hát-ország” vagyunk. Nem a szóval magával, csak a tömény használatával van bajom. Hasonló töménységben minden divatszó ártalmas. Ugyanígy a sztereotípiák. Ha minduntalan azt hallom, hogy „oda kell figyelni erre a problémára”, biztos, hogy nem figyelek oda. Ha egészen egyszerű kérdésre valaki azt feleli: — „A gyermekanyag csökkenő tendenciát mutat” — ahelyett, hogy „egyre kevesebb a gyerek”; ha a kereskedőnek nem az a dolga, hogy eladjon, hanem, hogy „értékesítési tevékenységet bonyolítson”, akkor bizony, megint csak baj van. Jobban meg kellene tehát szűrni a riportalanynokat, akik hajlamosak a nyelvi pongyolaságra, terjengősségre, hivataloskodásra.

Felvetődik persze az is, hogy jók-e, pontosak-e azok a riporteri kérdések, amelyekre csak tessék-lássék feleletet lehet adni. Hiszem, hogy a határozottabb, világosabb kérdésekre határozottabb, világosabb válasz várható. Ha jó a kérdés, a felduzzasztott nyilatkozat is könnyebben lelepleződik: kiderül, hogy a felelősségre vonástól féltő riportalany homályos válaszával éppen azt szeretné, hogy azt utólag többféleképpen lehessen magyarázni; s kiderül az is, ha valaki nem ért ahhoz, amihez értenie kellene. A sablonosság, a közhelyszersőség viszont a riportalanyt is hasonlókra készíti. Az átgondolatlan kérdezésnek meg az a következménye, hogy megszaporodnak a *töltelékszavak*. Az önfejelem, a takarékos beszéd hiányából adódik, hogy sportolóink „hibát vétenek”. Pleonasztiikus szóhasználat ez, hiszen ha valaki vét, világos, hogy hibát, mást nem lehet véteni; olyan ez, mintha valaki azt mondja: háromkerekű tricikli, vagy: menettérti retur. Egy példa a riporteri sablonra is: — „És most engedjen meg egy őszinte kérdést.” Nincs őszinte kérdés, csak őszinte válasz van. A riporter ilyenkor olyan kérdést tesz fel, amelyre őszinte választ vár, de ahogy előre gondolkodik, a kettő egybemosódik a tudatában és nyelvi hibás kérdés lesz belőle. A riporternak szüksége van az igen jó rögtönzőképességre és a nagy figyelemre is. Ez látszólag kézenfekvő, azonban nem mindenki gondolja végig, hogy miért. Főleg kezdőkkel esik meg: jól kérdeznek, de máris a következő kérdésükre gondolnak, s nem figyelik, mit válaszol a riportalany. A jó riporter megosztott figyelemmel dolgozik: nemcsak hallgat, *oda* is hallgat, s közben már kombinál, előrelép. S ha a helyzet úgy kívánja, el kell térnie eredeti gondolatmenetétől. A beszélgetés csak így lehet összeszikkraóan eleven.

Rokonszenves jelenségnek tartom, hogy az utóbbi években mind a rádióban, mind a televízióban egyre inkább teret hódít a spontaneitásnak az a fajtája, mely némelyik kitűnő külföldi rádióra is jellemző. Kedvelem ezt — kevésbé a túlzást: a csevegés helyett a közvetlenkedést. Legtöbbször azonban azt tapasztalom, hogy nagyon jó helyre érkezünk el: a Jó reggelt!-ekben hallható élőbeszéd az a társalgási stílus, amellyel megítélésem szerint a hallgatóhoz szólni kell. A televízióban inkább két végletet látok. Némelyik ifjúsági műsor már annyira spontán, hogy a néző csak kapkodja a fejét, nem tudja, hogy most kire figyeljen, mert egyszerre hárman beszélnek. Ilyenkor valahogy rendet kellene teremteni. Jó riporter, igen gyakorlott műsorvezető kell ahhoz, hogy megtartsa a vita élő, spontán jellegét, de gátat tudjon vetni a féktelenségnek. Ez az egyik véglet. A másik: a „taláros” műsorok. Mindenki ül, magába mélyed, míg a szigorú forgatókönyv szerint rá nem kerül a sor. Látok persze jó jeleket is. A

Megkérdezzük a minisztert sorozatban nem érzek semmilyen erőltetettséget, megrendezettséget. Jók a kérdések, jók a válaszok. Ilyen a Nemzetközi stúdió, s ilyen — felső fokon — a Fórum is. És mindig kiderül: ha a hozzáértő kérdező felelős és gondolkodó embertől várja a választ, a műsor csatát nyert. Egyre több az ilyen adás a tévében. Talán azért is, mert egyre többen tudják: a televízióban nem lehet szónokolni, a képernyőn csak beszélni lehet.

Felszállunk egy ragra — hová visz?

Végezetül hadd feleljek itt egy hallgatónak. Megkérdezte, hogy milyen műsort készítenék vagy készítenék, ha szabad kezet kapnék. Egybe szívesen belefognék. (Nem azért, mintha ennek akadálya volna, hiszen ez energia, idő kérdése inkább, az enyém is, a rádióé, televízióé is. Talán egyszer meg is válósul majd.) Szívesen vezetnék egy olyan műsorfajtaét hetente, kéthetente 20—30 percben, amelynek a címe talán ez lehetne: Csevegések az anyanyelvről. Olyan csevegésre gondolok, amely látszólag teljesen kötetlen és mégsem az. Olyan csevegésre, amelyben akár én, akár más odaállunk a néző elé: Most pedig csevegjünk a nyelvről. Bárhonnan elindulhatunk: szálljunk fel akár egy képzeltbeli buszra. Íme, máris ott tartunk, hogy milyen szó is ez a busz? Nem is gondolkozunk el rajta, hogy valójában egy ragra szálltunk fel, hiszen ez az omnibusznak a rövidítése, tehát tulajdonképpen jelentéktelen szóvégződés, nincs is önmagában értelme. Vajon van-e más ilyen is a nyelvben, a mi nyelvünkben? Persze, hogy akad, találunk hasonlót, ha nem is sokat. Éppen mostanában divatos a „tól—ig-os” (az alsó—felső határos) bérrendszer; ezt mondja a magyar ember, s már írja is: toligos, vagyis két ragot kapcsoltunk össze és önálló szó lett belőle. De vajon azt tudjuk-e, hogy valamettől valameddig az valójában meddig terjed? Mert számtalanszor nyelvi vitákat okoz, hogy ha valaki október 1-étől 5-éig van szabadságon, akkor valójában meddig van távol? A kialakult nyelvtani szokás szerint az illető 5-én még szabadságon van. Tehát tévednek azok, akik úgy gondolják, hogy 5-én már bent kell lennie a munkahelyén; mert általában az ilyen ig-rag magában foglalja azt a fogalmat is, amelyhez kapcsolódik. Tisztelet a kivételnek, mert ha azt mondom: a gyerek elfutott az erdőig és vissza, ez nem azt jelenti, hogy bement az erdőbe, csak azt, hogy az erdő széléig ment és onnan visszafordult. Ejnye, akkor már eszünkbe jut: mi is az az erdő? Mindenki tudja, hogy mit jelent, de azt talán nem tudja, hogy régebben *eredő* volt, vagyis az ered szavunknak egyszerű melléknévi igeneve; s ilyen százával van még a magyar nyelvben. Egy hangtörvény, az úgynevezett kétnyíltszótagos törvény értelmében történt, hogy a középső szótagnak a magánhangzója kiesett: a palicából pálca, a malinából málna, az uruszágból ország lett. És akkor már rögtön eszünkbe jut, hogy az uraság szó eredetileg ugyanaz volt. Persze, ugyanaz volt, idővel különültek el egymástól: az uruszágból egyrészt ország lett, másrészt uraság. Íme egy érdekes jelentésfejlődési eset a nyelvben, amelyre megint százával lehet példákat sorolni... Nem folytatom tovább. A lényeg: ilyen képzettársításos műsort szeretnék csinálni, hallani. Talán a hallgató és a néző is kedvét lelné benne.

Feljegyezte: N. T.

(Mester Ákos és Grétsy László fotóját
Moldvay József készítette.)

PLÉH CSABA—TERESTYÉNI TAMÁS

Újságcímek – az olvasó szemével

Az újságolvasó ember hétköznapi tapasztalataiból jól ismert, hogy a különböző sajtótermékek eltérő stílusú címeket használnak; hogy ugyanazt a témát száraz és bombasztikus címmel is lehet tálalni, és hogy a különböző formájú, különböző megfogalmazású címek eltérő értelmezéseket hordoznak. Az ugyanarra az eseményre vonatkozó leíró, száraz cím méltóságteljes, komoly hatást kelt, míg a szenzációs, bombasztikus tálalás komolytalanabb, de ugyanakkor érdekesebb benyomást ébreszt. Másrészt azt is közhelyszerűnek érezzük, hogy bizonyos témák, események önmagukban, a tálalástól, a cím megfogalmazásától függetlenül érdekesebbek vagy éppen fontosabbak az olvasók számára, s mindemellett, hogy az olvasók bizonyos tálalási formákat inkább jellemzőnek tartanak az egyik újságra, mint a másikra.

Ezeket a mindenki számára ismert hétköznapi benyomásokat rendszeres elemzés tárgyává tettük. A kísérlet keretében voltaképpen arra voltunk kíváncsiak, hogy a cím érdeklődést keltő hatása inkább a megfogalmazástól, a tálalástól függ-e, mint a cím tartalmától, másrészt, hogy a cím megfogalmazásától vagy tartalmától függ-e, hogy az emberek milyen fontosnak, komolynak, tartalmasnak, érdekesnek tartják a cikket; emellett arra is választ igyekeztünk kapni, hogy a különböző megfogalmazású, illetve tartalmú címeket jellegzetesen mely újságokhoz „rendelik” az olvasók, milyen sztereotípiák élnek ebben a tekintetben, van-e az egyes napilapoknak valamilyen „image”-ük a tárgyalt témáktól és a címstílustól függően.

Négy formai változat

A vizsgálat céljaira négy formai, megfogalmazásbeli címváltozatot használtunk. A formai variációk — a továbbiakban használt elnevezés szerint és egy-egy példát adva — a következők voltak:

1. LEÍRÓ: a cím a tárgyalt témát egy teljes mondatban fejti ki, az esemény körülményeit (hely, idő) s a témát is pontosan megjelölve. Nyelvtanilag ezek a címváltozatok mindig egy ragozott igét tartalmazó kijelentő, bővített mondatok.

Pl. *Tegnap este befejeződtek Londonban Wilson miniszterelnök és Schmidt kancellár tárgyalásai az egységes közös piaci nyersanyag-politikáról.*

2. TÖMÖR: ezek a címek a téma körülményeit nem részletezik, emiatt jóval rövidebbek, és — ami fontos nyelvtani változó — nem ragozott igés, hanem

ige nélküli, tulajdonképpen hiányos mondatok. Míg a LEÍRÓ címek elmondják, miről szól a cikk, a TÖMÖR-ek csak kiegészítve lennének teljes mondatok.

Pl. *Wilson és Schmidt gazdaságpolitikai tárgyalásai*

3. KÉRDÉS: ezek a címek formájukban kérdőmondatok; többnyire olyan kiegészítendő kérdések, melyek a tárgyalt esemény okaira (*Miért . . . ?*), illetve körülményeire (*Hogyan . . . ?*) kérdeznek rá, néhány esetben pedig eldöntendő kérdések (*Megindul . . . ?*). A LEÍRÓ változathoz képest ezek is rövidebbek, mert az eseménynek rendszerint csak egyetlen körülményét tartalmazzák, azt, amelyre rákérdeznek.

Pl. *Milyen eredményekre vezettek Wilson és Schmidt tárgyalásai?*

4. SZENZÁCIÓS: ezek a címek is tömörök. Grammatikailag szintén nem tartalmazzák az esemény körülményeit, és nincsen bennük ragozott ige, tehát nem teljes kijelentő mondatok. Az esemény egy vonatkozását kiemelő szenzációkeltő kifejezéssel találják a dolgokat, valamilyen metaforával írják le a helyzetet (*tisztuló égbolt . . .*), s éppen az áttétel, illetve egy elem kiragadása révén nem egyértelműek, hanem lehet „megtudni” belőlük, hogy tulajdonképpen mi van a cikkben.

Pl. *Pórázon a brit oroszán.*

Tartalmilag a címek 24 témát öleltek fel. Mivel minden témára a fentiek szerint négy formai címváltozat készült, összesen 96 címmel dolgoztunk. A címtémák (24) fele belföldi, másik fele külföldi vonatkozású volt. E két nagy címcsoportot tovább osztottuk az alábbi tartalmi alcsoportokra (példaként mindegyik tartalmi alcsoportnál megadjuk egy-egy téma négyféle formai címváltozatát):

Belpolitikai hírek: ide a komoly, általában fővárosi vagy országos jelentőségű témákkal foglalkozó belpolitikai híreket soroltuk. Ezek túlnyomó többsége gazdasági eseményeket érintett.

Pl. Jól halad a gellérthegyi víztároló építése (leíró)

Víztároló-építés a Gellérthegyen (tömör)

Hogyan áll a gellérthegyi víztároló építése (kérdés)

Ivóvíz a hegy gyomrából (szenzációs)

Belföldi színes anyag: nem politikai vagy gazdasági természetű, kisebb jelentőségű érdekeségek.

Pl. Megkezdődött az első magyar betyárfilm forgatása a Hortobágyon (leíró)

Betyárfilmet forgatnak a Hortobágyon (tömör)

Milyen lesz az első magyar betyárfilm? (kérdés)

Filmsztárok a betyárlovon (szenzációs)

Tragikus tartalmú hírek: szenzációszámba menő, tragikus kimenetelű belföldi események.

Pl. Etetés közben megtámadta és szétépte gondozóját a veszprémi Állatkert növendékoroszlánja (leíró)

Halálos baleset a veszprémi Állatkertben (tömör)

Mitől vadult meg az oroszán? (kérdés)

Tragédia az oroszánketrecben (szenzációs)

Külpolitikai („nagypolitikai”) hírek: Nemzetközi jelentőségű események, amelyekben nincs agresszív elem, vagyis államközi kapcsolatok, tárgyalások, meg egyezések.

Pl. Pekingben tegnap aláírták a kínai—japán légügyi egyezményt (leíró)

Kínai—japán légügyi egyezmény (tömör)

Megindul a légiforgalom Kína és Japán között? (kérdés)

Tokió és Peking flörtje (szenzációs)

Külföldi, külpolitikai agresszió: külföldön, országon belül vagy nemzetközi szinten lezajló, politikai jelentőségű agresszív események, terrorizmustól puccsig.

Pl. Újfasizta provokáció zavarta meg az olasz vasutas szakszervezet tegnap estére meghirdetett tüntetését Rómában (leíró)

Újfasizta provokáció a békés tüntetésben (tömör)

Mi történt a vasutas-szakszervezet római tüntetésén? (kérdés)

Kisértetóra Rómában (szenzációs)

A vizsgálatba kísérleti személyekként egyetemi hallgatókat vontunk be. Három feladatot kellett elvégezniük:

1. Különböző formai és tartalmi változatokból álló címcsoportokból ki kellett választaniuk, melyik című cikket olvasnák el leginkább.

2. Különböző formájú és tartalmú címeket egy ötfokú skálán értékelniük kellett abból a szempontból, hogy milyen *érdekesek, tartalmasak, jelentősek, komolyak és egyértelműek*.

3. Végül különböző formájú és tartalmú címekről el kellett dönteniük, hogy véleményük szerint melyik napilapból származhattak. A választási lehetőségek az öt országos napilapra terjedtek ki: Népszabadság, Magyar Nemzet, Népszava, Magyar Hírlap, Ésti Hírlap.

Megfigyelések a gyakorlat számára

Vizsgálatunk azon túlmenően, hogy tapasztalati úton igazolta azt az egyébként jól ismert impressziót, hogy az újságcikkek címeinek nyelvi formája erős hatással van arra, hogy az olvasók figyelmét mi ragadja meg az újságokban rendelkezésre álló sokféle információból, sok, az újságírói gyakorlatban jól használható megfigyelésre adott lehetőséget. Eredményeinket a következőkben foglalhatjuk össze:

Általánosságban véve, azaz eltekintve a címek közötti tartalmi különbségektől, elsősorban a *szenzációs* megfogalmazású címek bírnak figyelemfelkeltő, felhívó erővel, a többi címformák, vagyis a tömör, a kérdő, de különösen a leíró változatok figyelemfelkeltő és olvasásra ösztönző ereje *lényegesen* kisebb. Abban, hogy a szenzációs címek voltak a leginkább érdeklődéskeltők, a leírók pedig a legkevésbé, minden bizonnyal szerepet játszott az a körülmény, hogy a szenzációs tálalású címekből nem derül ki egyértelműen a cikk tartalma, vagyis az olvasó nem tudja, pontosan mi áll majd a cikk szövegében. Így a szenzációs megfogalmazás éppen a befejezetlenségével hat: nem csökkenti, hanem növeli az információ iránti igényt. Ezzel szemben a leíró címek szinte már mindent elmondanak a cikk témájáról, olyannyira, hogy azután már szinte nem is kell elolvasni a cikket ahhoz, hogy az olvasó megtudja az alapinformációt.

Kitűnt az elemzésből, hogy az eltérő tartalmaknál a címek formája, megfogalmazása eltérő módon befolyásol. A komoly, országos vagy nemzetközi jelentőségű bel- és külpolitikai témáknál a címek formája erőteljesebben hat az olvasókra, mint a többi témánál. A forma hatását ismét elsősorban úgy kell érteni, hogy az olvasók a nagy jelentőségű bel- és külpolitikai témáknál inkább a szenzációs megfogalmazású címeket választják és ritkábban a leíró, a tömör vagy a kérdés formájúakat. A külpolitikai agresszióval foglalkozó cikkeknel és a kisebb jelentőségű, kevésbé komoly témáknál (a belföldi színes anyagok, a tragikus tartalmú hírek) a tartalom erősebben befolyásol, mint a nyelvi forma. Ezeknél a témaköröknél valószínűleg azért kisebb a nyelvi forma figyelemfelhívó ereje, mert a téma már önmagában is olyan érdeklődéskeltő (gyilkosság, terrorizmus, tömegszerencsétlenség, szenzáció stb.), hogy a

tartalom teljesen elnyomja, nem engedi szerephez jutni a formát. Így például a bűnügyi hírekre utaló címekre a formától teljesen függetlenül is felfigyelték a kísérleti személyek, ezzel szemben belpolitikai témájú címet többnyire csak akkor választottak, ha megfogalmazása szenzációs vagy legalábbis tömör vagy kérdés formájú volt. Általánosabb szinten értelmezve a feltártakat azt mondhatjuk tehát, hogy azoknál a cikkeknel, amelyek tartalmuknál fogva eleve nagy érdeklődésre tartanak számot, a cím nyelvi megformálása nem játszik jelentős szerepet az olvasásra ösztönzésben, viszont azoknál a cikkeknel, amelyek nem esnek eleve az olvasói érdeklődés körébe, a cím *formája* jelentős tényező. Ez egyértelműen azt jelenti, hogy a címforma, különösen pedig a szenzációs, kisebb mértékben a tömör és a kérdés megfogalmazás, képes kis érdeklődésre számot tartó tartalmakat is közel hozni az olvasóhoz.

A tartalomtól függetlenül nézve a különböző megfogalmazású címek eltérő mértékben mutatkoztak érdekesnek, tartalmasnak, komolynak, jelentősnek és egyértelműnek a kísérleti személyek szemében. Az eltérések legfőbb oka ismét a szenzációs megfogalmazás: az olvasók ugyanis a szenzációs formájú címeket érdekesebbnek, ugyanakkor kevésbé tartalmasnak, jelentősnek, komolynak és egyértelműnek tartják, mint a többi címformát. Míg az érdekesség szempontjából a szenzációs, addig a tartalmasság, a jelentőség, a komolyság és az egyértelműség szempontjából a *leíró* formájú címek állnak az első helyen, a tömör és kérdés formájú címek pedig közbeeső pozíciót foglalnak el. Mindez — újra megerősítve a korábbiakat — azt jelzi, hogy elsősorban a szenzációs megfogalmazású címek emelkednek ki a többi címforma közül: bár kevésbé tűnnek tartalmasnak, komolynak, jelentősnek és egyértelműnek az olvasók előtt, érdeklődéskeltő erejük a legnagyobb.

Igyekeztünk képet alkotni arról is, hogy a címek *tartalma* a formától függetlenül mennyire ösztönöz a cikk olvasására. Az eredmények szerint az érdekesség szempontjából a külpolitikai és a tragikus *tartalmú* címek állnak az első helyen, a belpolitikai és a színes tartalmú címeket az olvasók kevésbé preferálják. Tartalmasság tekintetében a külpolitikai címek emelkednek ki a többiek közül, komolyság és jelentőség szempontjából pedig a belpolitikai és külpolitikai tartalmúak. A különböző tartalmú címek egyértelműségének megítélésében nem mutatkozott különbség.

Mindehhez nyomban hozzá kell tennünk, hogy a tartalom olvasásra ösztönöz erejével kapcsolatos megfigyeléseink csak korlátozott mértékben általánosíthatók, mivel kísérleti személyeink egyetlen újságolvasói rétegből kerültek ki. Lehetséges, hogy más rétegek más tartalmakat, más témaköröket tartanak érdekesnek, tartalmasnak, komolynak, jelentősnek és egyértelműnek. A forma esetében természetesen nem érvényes ez a korlátozás, hiszen a nyelvi megformálás figyelemfelhívó hatása nem vagy legalábbis nem elsősorban rétegspecifikus, mivel ez a hatás az információ feldolgozásának olyan általános pszichikus folyamataira épül, amelyek többnyire nem függenek közvetlenül össze az olvasók kulturális előfeltevéseivel, ismereteivel. Ezt jól bizonyítja, hogy a szenzációs megfogalmazású címek a tartalom hatásától függetlenül is érdekesebbek, és ugyanakkor kevésbé komolynak vagy jelentősnek minősültek.

Melyik címformát részesítik előnyben az olvasók?

Az elemzés azon szakaszában, amelyben azt vizsgáltuk, hogy az érdekesség, tartalmasság, jelentőség, komolyság és egyértelműség szempontjából melyik tartalmi típusnál melyik *címformát* részesítik előnyben az olvasók, a következő eredményeket kaptuk:

Az *érdekesség* szempontjából a belpolitikai és a színes tartalmú címeknél

egyik címforma sem volt lényegesen hatékonyabb a többinél, az agresszióra utaló külpolitikai tartalmú címeknél a leíró forma, a nem agresszióra utaló külpolitikai címeknél pedig a szenzációs forma befolyásolt a legerősebben. *Tartalmasság* szempontjából a leíró forma volt a leghatékonyabb, leszámítva a színes hírek címeit, a belpolitikai címek minden formánál kevésbé tartalmasnak minősültek, mint a külpolitikaiak, a szenzációs forma pedig az összes tartalmi típust a tartalmatlanabbnak ítéelés irányába vitte. A *komolyság* és a *jelentőség* szempontjából azonosak a hatások: a leíró formánál a belpolitikai, a színes és a tragédiára utaló hírek kevésbé komolynak illetve jelentősnek tűntek az olvasók szemében, a szenzációs forma pedig az összes tartalmi típust kevésbé komolynak illetve jelentősnek tűntette fel. Az *egyértelműség* tekintetében nem tapasztaltunk lényeges különbségeket. Mindez arra utal, hogy tartalmi típusonként a következő címformákat tekinthetjük leginkább hatékonyak:

belpolitikai (gazdasági): tömör, kérdés, szenzációs

belföldi színes: szenzációs, kérdés, tömör

tragédiára utaló (belföldi): tömör, kérdés, szenzációs

külpolitika: tömör, kérdés, szenzációs, leíró

külpolitikai agresszió: leíró, szenzációs.

Attól függően, hogy inkább az érdekességet, a tartalmasságot vagy a komolyságot illetve jelentőségteljességet tartjuk szem előtt, a sorrend a javasolt formák között a korábbiak értelmében változhat: a szenzációs forma inkább az érdekesség irányába hat, de ugyanakkor csökkenti a tartalmasságot és a komolyságot illetve jelentőségteljességet, míg a leíró forma éppen ellenkező módon befolyásol. Az érdekesség csak a tömör és a kérdés megfogalmazású címeknél korrelál a tartalmassággal és a komolysággal. Ennek alapján a szerkesztőségek által fontosnak, jelentősnek tartott bel- és külpolitikai tartalmakhoz leginkább a tömör és kérdés formában megfogalmazott címeket javasolhatjuk, a külpolitikai agresszióra utaló tartalmakhoz a leíró, a színeshez a szenzációst, a tragédiára utaló tartalmakhoz pedig szintén a szenzációst vagy — fontosabb eseménynél — a tömört és a kérdés formáját.

Végül adataink azt mutatták, hogy elsősorban a Népszabadsággal és az Esti Hírlappal kapcsolatban élnek az olvasók között határozott címsztereotípiák: a Népszabadsággal inkább a leíró, az Esti Hírlappal inkább a szenzációs címeket hozzák összefüggésbe. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a kísérleti személyek az Esti Hírlapot *érdekesebbnek*, a Népszabadságot pedig *tartalmasabbnak*, *komolyabbnak*, *jelentősebbnek tartják a többi napilapnál*. Sajátos módon a Magyar Nemzettel, a Népszavával és a Magyar Hírlappal kapcsolatban viszont nem találtunk ilyen természetű olvasói sztereotípiákat.

BESSENYEI ISTVÁN—HELLER MÁRIA

A reklám: a csereérték ügynöke vagy a fogyasztó szolgálólánya?

A termelés erőteljes növekedése és a piacok telítődése szükségszerűen új értékesítési, szabályozási és fogyasztási mechanizmusok kialakulásához vezetett.

A fogyasztói társadalomban a tárgyak, a birtoklás, a fogyasztás köré kiépülő értékrendszer új életmódmintákat hozott létre. Az értékesítés új mechanizmusaiiban és az ennek megfelelő életmód és fogyasztási ideológia kialakításában játszott fontos szerepe miatt egyre nagyobb figyelem irányul nemcsak a reklám szerkesztési és technikai problémáira, hanem a fogyasztói társadalmakban betöltött gazdasági, ideológiai, pszichológiai, kommunikációs és esztétikai funkcióira is.

A reklám és vele együtt a fogyasztási értékek terjedése itthon is megfigyelhető. A magyar fürdőszobákban reprezentatív célokból elhelyezett külföldi Zöld Alma szappan és fürdőhab dobozai és flakonjai ugyanúgy egy társadalmi-kulturális jelenség árulkodó jelei, mint az, hogy a klasszikusok százezres példányszámban fogynak el. A magyar gazdaság és kereskedelem élénkülő reklámtevékenysége elismerést vagy nemtetszést vált ki a fogyasztóból. Elégtétellel nyugtázzuk, hogy emelkedik az áruesztétika formavilágának szintje, hogy grafikusaink, fényképészeink, formatervezőink, nyomdászaink, filmrendezőink e téren is kezdik megközelíteni külföldet, sőt, mint legújabban olvashattuk, nagydíjat is nyernek; máskor bosszankodunk egy-egy reklám ügyetlensége, sutasága vagy a gyenge kivitelezési technika miatt.

Ugyanakkor a reklámjelenség kapcsán itt többről van szó, mint arról, hogy a termelő vagy a kereskedő ízlésesen vagy ízléstelenül üzen az eladandó termékről (bár a kritikák nagy része erre a kérdésre szorítkozik). A tömegkultúrának és ezen belül a reklámnak a szocialista gazdasági és társadalmi viszonyokban betöltött szerepe összekapcsolódik a gazdasági spontaneitás önálló hatásköre és az ideológiai céltételezés viszonyának kérdésével, és itt már az életforma, a fogyasztási modell, a szükségletformálás mechanizmusának szocialista alternatívájáról is szó van, nem csak egy jól vagy rosszul sikerült fényképbeállításról.

Ahhoz, hogy a mai magyar viszonyokra vonatkozóan pontosabb kérdéseket tudjunk feltenni, tekintsük át a kapitalista reklám keletkezéstörténetének és

Gemüß im Stil der neuen Zeit
Leicht mit viel Geschmack

Deutschlands beliebteste Leicht-Cigarette 0,4 mg Nikotin 10 mg Kondensat Durchschnittswerte nach DIN

A hagyományos cigarettareklám felvonultatja a klasszikus kelléktárat: a boldogan sportos, hangsúlyozottan feszültségmentes viszonyú, sugárzóan boldog, a gazdagodó középrétegek sportját űző emberek, a szokványos feszültségteremtő és oldó háromszög-szituációban: középkorú és fiatal férfi egy nő társaságában.

hatásmechanizmusainak pár fő vonását néhány eddig megjelent vizsgálat alapján¹.

Az ígéret termelése

A modern kapitalista reklám nem egyéb, mint a túltermelési válság leküzdésének egyik formája — az állami beavatkozások különböző egyéb gazdasági eszközei mellett. Abban a pillanatban, amikor bekövetkezik a piacok túltelítődése és lehetetlenné válik fizikai határaik extenzív bővítése, a tőkés más, új eszközökkel kísérli meg a tőke formaváltozásának meggyorsítását. Az új piacok elhódítása helyett elkezdődik a piac határainak *intenzív bővítése*, kiteljesedik, totálissá válik a modern monopolkapitalizmus „kettős termelése”.

Ebben a szakaszban a tőke rákényszerül, hogy a használati érték (az árucikk eredeti funkciójához kötődő elsődleges használati érték) mellett mind átfogóbban, mind tervszerűbben a használati érték *ígéretét* is termelje: csak így tudja intenzíven bővíteni a piacot, csak így tudja a piacok fizikai határai helyett a *szükségletek* határait bővíteni, illetve a szükségleteket bővítetten újratermelni.

„A *használati érték* egyáltalán nem az a dolog, amelyet önmagáért szeretnek az *árutermelésben* — írja Marx a klasszikus kapitalizmus viszonyairól. — Használati értéket itt egyáltalán csak azért és annyiban termelnek, mert és amennyiben ez a *csereérték anyagi szubsztátuma, hordozója*”².

„A kései kapitalizmusban” a piacok nemcsak telítetté, hanem ennek nyomán áttekinthetlenné is válnak. (Egy jelenlegi áruházi katalógus Nyugat-Európában körülbelül negyvenezer árucikket kínál.) A nagyipari termelés ontja a termékeket, s a fogyasztók egyre kevésbé képesek áttekinteni a termékcsoportok egymáshoz viszonyított tulajdonságait, használati értékét. Az árkonkurrenciát a monopóliumok egymás közötti hallgatolagos megegyezése ugyan határok közé szorítja, az azonos jellegű tömegcikknek azonban nemcsak a gyártási technológiája, hanem a paraméterei és az ára is nagyjából azonosak.

A piac határainak intenzív bővítése a korábbtól teljesen eltérő vásárlási szokásokat alakít ki. A fogyasztó már nem a sarki vegyesboltban vásárol, ahol a vevőt és igényeit jól ismerő boltos tanácsaival segít az áru kiválasztásában. A fogyasztás ugyanolyan tömegmértévé, iparszerűvé és elidegenedetté válik, mint a termelés. Létrejön a szuper-, hiper-, és mammutüzletek, bevásárlócentrumok láncolata. A több ezer négyzetméteres alapterületű, csillogó, hivalkodó üzletekben feltornyozott áruhegyek között a vásárló egyedül marad, a kiszolgáló személyzet csak az áruk elhelyezéséről nyújt információt. De nemcsak a kínált áruk mennyisége teszi nehezzé a választást: a fogyasztó az áru minőségéről sem tud meggyőződni. A terméket elfedi a színpompás csomagolás, így a döntést csak a csomagoláson feltüntetett, a termelő által nyújtott információk irányíthatják. Márpedig ebben a fázisban a termelőnek már nem az a célja és érdeke, hogy a csomagolás vagy a reklám a használati értékről tényleges információt adjon.

A fogyasztó a bőség ilyen körülményei — vagyis a nagy tömegű állandóan változó, apró innovációkkal variált termékek — között képtelen különbséget tenni: a csereérték absztrakciója, a reklám által előállított használatiérték-igé-

¹ Vö. Ágh Attila: A fogyasztói társadalom természetrajza. Valóság 1974/6.

W. F. Haug: Kritik der Warenästhetik. (Az áresztétika kritikája). Frankfurt a. M., 1971.

R. Lindner: „Das Gefühl von Freiheit und Abenteurer”.

Ideologie und Praxis der Werbung („A szabadság és a kaland érzete”. A reklám ideológiája és gyakorlata). Campus, Frankfurt a. M., New York, 1977.

Tallár Ferenc: A reklám, avagy az áru allegóriája. Mozgó Világ 1979/4.

² Marx: Tőke I. köt. 178. o.

Il y a des hommes qui vous voient plus souvent démaquillée que maquillée.

Un homme qui regarde une femme se rend compte de son visage démaquillé. C'est le moment où il se rend compte de son visage démaquillé. C'est le moment où il se rend compte de son visage démaquillé.

C'est pourquoi la protection naturelle, les soins et la beauté Lancray ont été conçus pour offrir à la femme un visage démaquillé.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.

Une nouvelle ligne Bio-Essentiel, une gamme de produits démaquillants et hydratants, une gamme de produits hydratants et protecteurs, une gamme de produits hydratants et protecteurs.



Institut Isabelle Lancray 29 rue François I^{er} Paris 8^e

„Vannak férfiak, akik gyakrabban látják önt festék nélkül, mint kifestve”. A nőiség, az anya-szerep, a gyermeki (fiú!) szeretet mögöttes értékeivel operál az új „bio-esszenciális” (?) arckrémek kínáló reklám. „A szépség olyan öröm, amely megosztható másokkal.”

ret a fogyasztó számára objektív vásárlási kritériummá válik. A nagyjából azonos használati értékek között már csak a pótlólagos haszon ígérete, az eredeti használati funkciótól különböző fokozatú elidegenedett „mögöttes értékek” alapján és hatására tesz különbséget. Ez a tény az impulzív vásárlás lélektani mozzanatának objektív gazdasági alapja.

Ebben a stádiumban nem az árral és a használati értékkel vívják meg a fő konkurenciaharcot, hanem a felület, a csomagolás és a reklám *esztétikai formaváltozásával*, az áru „eszmei differenciálásának” eszközével. Az áru használati értékének jelentősége összezsugorodik a felület színéhez, fényességéhez, simaságához, ipari formatervezettségéhez, a csomagolás papírjának mélynyomásához, a termék köré vetített „mögöttes értékekhez”, a reklám „imaginárius teréhez” viszonyítva. A csereérték meghatározásában egyre nagyobb szerepet játszik az áru esztétikája, a használati érték egyre inkább felszívódik az áru, mint legfőbb általános jó szimbólumában. Az eszmei termékdifferenciálás a fogyasztási cikkekhez szimbolikus jelentésmintákat rendel, az árut a pótlólagos haszon értékmezőjével veszi körül, s így állítja elő a specifikumától megfosztott csereértéket.

Ezt az „áruszimbolikát” a reklám mint kommunikációs eszköz egyre sokoldalúbb eszköztárral építi ki. Hasonló vagy teljesen ugyanolyan eredeti használati értékű termékeket mesterséges *termékdifferenciálással* próbál meghatározott fogyasztói rétegekhez eljuttatni.

E termékdifferenciálás legegyszerűbb, elemi formája az, ha az árut *márkacikké*

változtatják. A márkacikkben egységet képez a termékdifferenciálás két módja, a *tárgyi* és az *eszmei*, amennyiben a márkacikket neve és jellegzetes formavilága különbözteti meg a többi árutól, s ez adja aztán szimbolikus presztizs-értékét is.

Eszztétikai innováció

A termékek „*tárgyi differenciálását*” nevezte Haug „esztétikai innovációnak”. Ez a felület, a szín, a csomagolás állandó megújítását, a használati érték differencia specificája helyett a formavilág differencia specificájának eladását jelenti. Ezzel az eszközzel éri el a reklám a divatturnusok évenkénti átállását, a meggyorsított, mesterséges terméköregedést. Példáért nem kell messzire mennünk: e hatás ereje akkora, hogy Magyarországon is felgyorsítja a divatturnusokat. A nyugati szappandivat „begyűrűzése” évenként áthangolja a magyar fogyasztók bizonyos rétegeinek szappandivat elképzeléseit. A szappanok „piszoklemosási paramétere” nagyjából állandó, viszont alakjuk, színük, szaguk, csomagolásuk évente változik — ime az áruesztétika metamorfózisa! Viszonylag állandó színnel, formával stb. rendelkeznek a tömegszappanoknál hatszor drágább luxus szappanok (ezeknek megvan az állandó, bár szűk körű fogyasztói rétege), míg a tömegárúnál a piacokért folyó harcban a tőke egyetlen alternatívája az esztétikai innováció. Ez magyarítja a 70-es évekre tipikusan jellemző tömegszappandivat gyors változásait: a Lux, a Fa, az Atlantik, a Creme 21, a Zöld Alma, majd újabban a Mandarin szappan sorozatos tündöklését és gyors trónfosztását. (Az már a „begyűrűzés” paradoxona, hogy Magyarországon a nyugati tömegszappanok státusértéket nyertek egy sajátos mintakövetési folyamatban.)

Az „*eszmei termékdifferenciálás*” a reklám segítségével az árut szimbolikus jelentéstartalommal látja el. E szimbolikus jelentéstartalmaknak a reklám *ideológiai funkciójában* van megkülönböztetett szerepe. A nagy eszköztárral az áru köré kerekített mögöttesérték-rendszer, a szimbolikus jelentéstartalom nem a termékvilágot magát reprezentálja, hanem a speciális fogyasztói rétegek számára releváns, a mindenkori, rétegspecifikus szociális összefüggésből „kikezelt” és újra eladott szükségleteket, érzéseket, fantáziákat.

A tárgyi és eszmei termékdifferenciálás szerepe nagyon lényeges a piac intenzív bővítésében, a szükségletek felkeltésében és differenciálásában. Marx a Grundrisse Bevezetésében kifejti a termelés meghatározó szerepét a fogyasztással szemben: „A termelés nemcsak anyagot szolgáltat a szükségletnek, hanem szükségletet is szolgáltat az anyagnak... A tárgy iránt érzett szükségletet a tárgy észlelése hozza létre... A termelés tehát nem csak tárgyat termel a szubjektum számára, hanem szubjektumot is a tárgy számára... azáltal, hogy az általa először tárgyként tételezett terméket előállítja mint szükségletet a *fogyasztóban*.”³

A reklám ideológiai szerepe éppen abban van, hogy nyilvánosságot biztosít a szükségletkeltés számára. A tömegtermelésben a tőke számára nagyon is fontos, hogy a különböző ízlésű, szükségletű, elvárású individuális vásárlókból egységes, kiszámítható, programozható igényű engedelmes fogyasztó tömeget alakítson. „Az integrációs kultúra részeként megragadott reklám alapvető funkciója túlmutat egyes áruegyedek értékesítésén. A minőségi szükséglet helyére a mennyiségi szükségletrendszert, a nehezen manipulálható, individuális értékek helyére egy elvont, általános „tömegesített” értéket, a cseréértéket helyezve, a reklám fontos szerepet játszik a renitenskedő individualizmust felszámoló, kalkulálható fogyasztói társadalom létrehozásában. Valójában nem is vagy

³ MEM 46/T. 19. o.

Krombacher Pils
mit Felsquellwasser gebraut.

Seit 175 Jahren der Stolz
der Krombacher Privatbrauerei

mit Felsquellwasser gebraut
Krombacher Pils

mit Felsquellwasser gebraut
Krombacher Pils

*A csobogó forrásvíz tisztasága, az ősi kastély parkjának nyugalma, a gazdag-
ság, exkluzivitás és a fiatalok társágának feltehetően idillje szavatol a kínált
sör minőségéért.*

alig tartalmaz olyan információkat, melyek a fogyasztót egy szükségletei ki-elégítését célzó vásárlásban orientálni tudnák. E helyett a csereérték, az általában vett érték atmoszféráját tartalmazza.” (Tallár F.) Így tolódik el a hangsúly a használati értékről a jelentésminták, a társadalmi viszonyok ideológikus kifejezése felé; itt mutatkozik meg a reklámügynökök különös mivolta, amely abban áll, hogy „mint gazdasági ügynökök, egyben ideológiaiak is.” (Lindner.)

Az áruszimbolika rendszere

Kérdés persze: miként lehetséges egyáltalán az, hogy a reklám másodlagossá fokozhatja le az áru eredeti, „funkcionális” használati értékét. Végül is minden embernek közvetlen tapasztalata is van a használati értékről, még akkor is, ha az egyes márkák között nemigen tud különbséget tenni. Arról van-e itt szó, hogy Packard „rejtett rábeszélői” valami sötét, erkölcsstelen manipulációval, a tudattalanra való apellálással, valamint *általuk* ravaszul kreált többlettel építik ki a pótlólagos haszon nimbuszát, s ezt a sarlatánságot a fogyasztók egyszerűen képtelenek átlátni?

Az alap—felépítmény viszonyt nyilvánvalóan itt sem lehet idealisztikusan megfordítani. Így tehát a *létfeltételekben* kell rejtőzniük olyan momentumoknak, olyan valóságos magoknak, amelyeknek a reklám üzenetei *eszei kifejeződései*. A reklám a társadalmi viszonyokat, hétköznapi szemléletmódokat, szükségletpozíciókat csupán lefordítja a fogyasztási szférának megfelelő képekre és kifejezésekre.

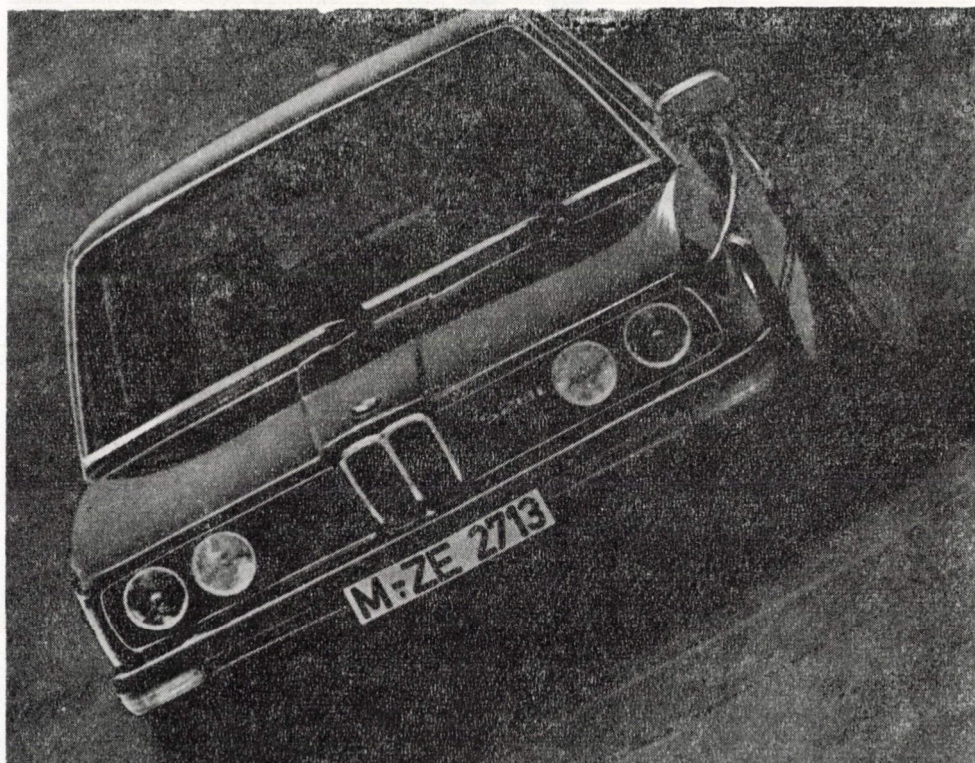
De melyek ezek a létfeltételekben rejlő viszonyok?

Lindner elsőként azt emeli ki, hogy a reklámok által ábrázolt szférák radikálisan kiiktatják a munka és a hétköznapok világát. Ezt azért is tehetik, mert ma tényleg a munkaidőn túli idő a mindennapok kellemesebb, szebb, örömtelibb része. De főképp azért teszik, mert a szabad idő az *egyéni fogyasztás*, a munkaerő fizikai újratermelésének tere, s éppen a nem alkotó jellegű munkavégzés, a munka elidegenedett jellege miatt nő meg, nyer túldimenzionált méreteket a szabad idő *kompenzáló funkciója*. A közvetlen fizikai reprodukció fontosságának hangsúlyozása csak ritkán kerül közvetlen módon a reklám eszköztárába. Annál átfogóbban, sokoldalúbban használja ki viszont a kompenzáló funkciót.

A reklám által terjesztett legegységesebb, legáltalánosabb „pótlólagos haszon” abban áll, hogy az egyéni fogyasztott javak kárpótolhatnak a kényszernek érzett munkáért, s vigasztalást nyújthatnak az egyébként sivár és vigasztalan hétköznapokért. A szabad idő a *passzív élvezetek* közege, amely a megvásárolható szükségletkielégítő tárgyakkal tökéletesen rekompenzálja a munkában eltöltött időt. A reklám értékvilágában (az érintetlen természet, a gazdagság közegeiben) az elidegenedett viszonyok és konfliktusok feloldódnak, a társas kapcsolatok problémamentesek, a privátszféra mindig bensőséges: az áruk ezáltal olyan értékek szimbólumává válnak, amelyek *használati értékükben nincsenek meg*.

A mindennapi gondokat leöblíthetjük egy korty itallal, levethetjük a ruhával, s elhitethetjük magunkkal, hogy az élet tulajdonképpen akkor és ott kezdődik, ahol az egyéni fogyasztás fő terepe is megtalálható: a hét végén, a szabadságon, általában a szabad időben. A szabad idő minőségét az határozza meg, hogy milyen mértékben szolgál a hétköznapok elfelejtésére, milyen mértékben segíti a „kikapcsolódást”, a figyelem elterelését, a passzív élvezetek formáiban gyakorolt szórakozást.

A kínált cikkek háttérül gyakran szerepeltetik a lakások belső tereit. Ennek nyilvánvalóan az az oka, hogy az egyéni fogyasztás kettős jellegéből faka-



BMW 528i - A discreet indicator of success.

The BMW 528i is a new and striking embodiment of a successful BMW concept. It offers the performance and road holding of a thoroughbred sports car in the functional form of a compact saloon.

This up-the-minute interpretation of the concept of high performance is designed for the driver who has climbed further up the ladder of success than

most, who has initiative, dynamism and expects to find similar qualities in the car he drives. He is the kind of motorist who chooses a car with discreet styling, because he does not need to be ostentatious.

BMW cars

The BMW range of fine automobiles: the ultimate in performance, comfort and safety. Designed for the man who appreciates the excitement of driving.



BMW - Sheer driving Pleasure

„A BMW 528 i: A siker diszkrét indikátora... azok számára, akik följebb kerültek a siker ranglétráján, mint mások, akik kezdeményezőképeséggel és dinamizmussal rendelkeznek és ugyanilyen tulajdonságokat várnak el az autótól, amelyet vezetnek...”

dó funkciók, a munkaerő-reprodukción és a pszeudo-önmegvalósítás tökéletesen egybeesnek a *lakások* funkciójával. A privátélet — minden társadalmi céltól izoláltan, csupán a reprodukciós szerepre korlátozódva — valójában bizony könnyen megunható, sivár és szürke közeg. Ezt a rést töltik ki a fogyasztási cikkek reklámjai akkor, amikor az élvezetek sokoldalú és változatos, könnyen megszerezhető és kimeríthetetlen tárházát kínálják áruikban. A mindennapok kilátástalanságát elrejtő a megvehető, magunkra kenhető, elfogyasztható, megítható, magunkra ölthető, ezerféle változatban használható javak káprázatos gyors, egyedülálló hatást, biztos kielégülést, boldogságot és önmegvalósítást ígérő pompázatos tömege.

A nyugati reklámok egyik leggyakoribb metaforája a *szabadság*. Nemcsak arról van itt szó, hogy a fogyasztási cikkek, az iparilag előállítható, egyénileg felhasználható tárgyi javak szinte korlátlanul széles választékához a szabad fogyasztói döntés mítoszát rendelik és azt próbálják elhitetni, hogy a fogyasztás piacán vásárlással leadott fogyasztói „szavazatok” döntik el végül is, mit termeljen a tőkés, hanem arról, hogy a szabadság úgy jelenik meg, mint az individuális fogyasztás *terméke és eredménye*.

Nemcsak az absztrakt szabadság képzetét teremti meg a reklám ideológiája: az „igazi” életet legtöbbször ezen belül is a szabad idő, a semmittevés, a játék, a kirándulás, a társasági élet örömei jelentik. A tevékenységek kerete pedig legtöbbször az érintetlen, konfliktusmentes, idillikus, mélyzöld természet, az erdő, a napsütötte rét, a tengerpart, a hófödte magas hegycsúcs, az egzotikus pálmák (vagy — a pótlék pótlékaként — az Alpok-posterrel kitapétázott, zöldbolyhos szőnyeggel borított lakószoba-kulissza.)

„El a hétköznapoktól!”

„Az érintetlen természet lenyűgöző ereje abból fakad — írja Lindner —, hogy elképzeljük, hogy vannak olyan területek, amelyek az értékesítési logika, a pénz- és áruviszonyok által még nem meghatározottak, hogy vannak még menekülési zónák, ahol még az emberekhez, a dolgokhoz, a természethez fűződő eredeti, töretlen viszonyok uralkodnak. Látszólagos paradoxon keletkezik: olyan területeket, amelyeket még látszólag nem fogott át a tőke logikája, most éppen a logika szolgálatába vonnak be.”

A reklám által hirdetett „El a hétköznapoktól!” ideológiában így az otthon, a természet, a szabad idő közegében jelennek meg a kínált áruk, megtámogatva még további pótlólagos értékekkel: a gazdagság, az elegancia, a fiatalosság vagy fiatalosság, az egzotikum, a férfiúi, de különösen a női vonzóerő a reklámok leggyakrabban alkalmazott mögöttes értékei.

Ebben az idealizált világban még lehetségesek (sőt hivalkodóan szembeötlők) a konfliktusmentes társas kapcsolatok is: boldogan szórakozó, ragyogóan fiatal, gondtalan emberek társasága alkotja azt a világot, amelyről szorongó, konfliktusos, kisszerű, uniformizált hétköznapjainkban álmodozunk.

A társas kapcsolatok széles skálája megjelenik a reklámokban: az egymásba feledkezett szerelmespártól a szexuális partnerkapcsolatig, a boldogan mosolygó és fogyasztó öregektől az egy-két gyerekes családig, ahol a fogyasztás önfeledt légkörében még a generációs problémák is megoldódnak. Az egyetlen „konfliktust” az a pikáns figyelemfelkeltő és diszkrét feszültség jelenti, ami abból fakad, hogy igen sokszor két férfi és egy nő alkotja az áruhátér triumvirátusát. De — természetesen — az arckifejezések itt is teljes oldottságról árulkodnak; ahol a hirdetett áru jelen van, magától eltűnik még az ilyen háromszögek konfliktusa is.

De míg a fenti hatások valamiképp azért mégiscsak kötődnek a használati

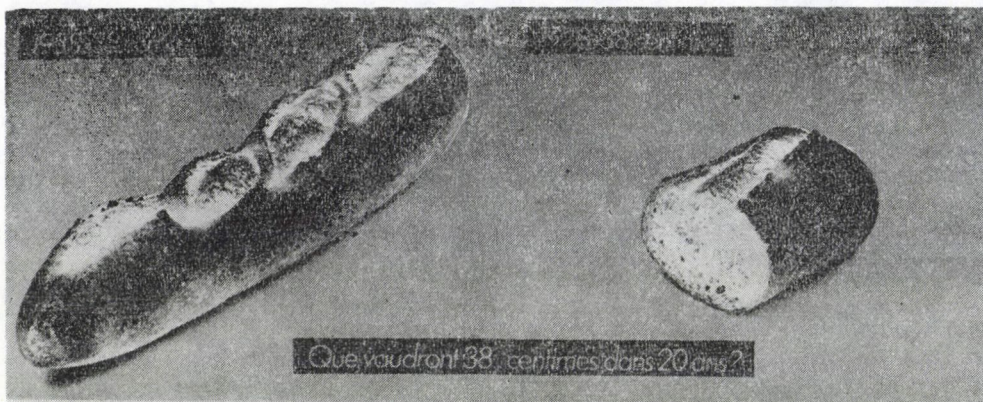
érték valamelyik oldalához, az áruformát öltött termék jellegzetessége, hogy nemcsak „hasznos” dologgá és „érték”-dologgá alakul, nemcsak használati értékévé és csereértékévé, hanem a kettős jelleg segítségével olyan jelentéstartalmakat is kaphat, olyan szimbólummá is válhat, amely az áru használati-érték-szubsztanciájában semmilyen formában sincs meg.

A márkacikkek jellegzetessége, hogy a vásárló — nem lévén pontos ismerete az áru tulajdonságáról — az árhoz és a címke esztétikájához kénytelen igazodni. Mivel a valódi használati értéket (különösen a más, hasonló termékhez viszonyított használati értéket) a reklám inkább elrejt, mint megmutatja, nem is igen marad más választása, mint hogy az árat és az áruesztétikai formát a használati érték mutatójaként fogja fel. A használati érték ígérete önállóodik.

Ebben az értéktárgyasulásban benne rejlik az a lehetőség, hogy az áru különleges szerepet nyerjen a személyközi észlelésben. „A legszokványosabb, milliószor előforduló mód, amelyben az áru az emberek közötti kapcsolat jelentéshordozójává válik, az az áru értéktárgyasulásának átvitele vásárlójára. Ahogy a termékre vonatkozó jelentéstartalomban az értéktárgyasulás a termék anyagi tulajdonságainak indikátorává válik, úgy az értéktárgyasulás személyközi jelentésmenziója a vásárló, a fogyasztó emberi tulajdonságai indikátorának jellegét kapta meg.” (Lindner.) „Az áru képes lesz arra, hogy a vásárlónak a társadalomban elfoglalt helyét kifejezze.” Ezért is érthető, hogy miért kapnak



A hagyományos italhirdetéseken mintaszerűen szerepel egymás mellett a kel-
léktár: sportosság, fiatalosság, meghittség, társas kapcsolatok, exkluzivitás, női
szexualitás. Az Old Red Fox ezzel szemben az alapanyagot és a termőföldet úbr-
rázolja, s az elkészítési módot is hosszadalmasan írja le. Az eredetiség, a valódi
mezőgazdasági származás lép előtérbe.



Que vaudront 38 centimes dans 20 ans ?

PROGREVAL: L'ASSURANCE-VIE QUI CONTRIBUE A MAINTENIR VOTRE TRAIN DE VIE.

La valeur des choses doit s'adapter à l'évolution économique. Une assurance-vie à notre époque, ne doit pas seulement prévoir d'éventuels coups durs. Elle doit s'efforcer de créer à l'avenir un moyen de vous trouver à l'aise.

La réponse de l'UAP-VIE, c'est Progrevail, c'est la certitude que les vôtres toucheront un capital en cas de décès ou d'invalidité.

Cela, c'est pour vous, en cas de vie, la certitude de récupérer un capital substantiel lorsque le contrat prend fin.

C'est quelquefois 20 ans après la souscription.

Quand seulement cet argent vous est d'un autre plus précieux que votre retraite rapatriée.

Le contrat Progrevail est un contrat basé sur 3 ans: anticycloniques.

1^{er} ans: la Progression, une augmentation automatique et contractuelle des garanties et des primes.

2^e ans: la Réévaluation, une augmentation de vos garanties et primes, fondée sur la répartition des bénéfices réalisés par l'UAP-VIE.

3^e ans: l'Adaptation, année de secours, proposée par l'UAP-VIE. Elle permet quand vous

le souhaitez, en augmentant vos primes, d'accroître vos garanties. Ces contrats sont donc évolutifs.

Ils s'adaptent à votre situation personnelle. Cette actualisation continue les rend tout spécialement dynamiques et intéressants. Et naturellement, avec les contrats Progrevail vous bénéficiez d'avantages fiscaux:

• Déduction des primes du revenu imposable dans le cadre de la loi de Finances.

• Non imposition du capital versé au bénéficiaire désigné.

• Non imposition des bénéfices réinvestis par l'Assureur au profit de l'Assuré.

• Non imposition, du cours du contrat, des plus-values du capital.

Les conseillers de l'UAP-VIE vous expliqueront en détail les avantages de Progrevail. Ils vous parleront aussi d'Aneval, un autre contrat de la gamme UAP-VIE. Ils pourront ainsi personnaliser ces contrats pour qu'ils répondent parfaitement à vos besoins. Consultez-les.

Progrevail et Aneval ont été mis au point par l'UAP, l'Assureur n° 1.

PROGREVAL de l'UAP

Menynit fog érnei 38 centimes 20 év múlva? Az infláció elleni tiltakozás közeget használja fel az életbiztosítást hirdető reklám, amely biztonságot, gondtalanságot ígér, valamint azt, hogy kivédi a vásárlóerő elleni merényleteket.

akkora szerepet a reklámban az arisztokratikus életkeretek, a gazdag középrétegbeli világ tárgyi rekvizitumai.”

Az áruk világa mindezekben túlmenően az *érzelmi viszonyok* értékének szimbólumává is válhat. Nem arról van itt szó, hogy a kapitalizmusban minden interakciós forma *elève* a csereviszony jellegével rendelkezik, hanem arról, hogy az elidegenedett emberi viszonyokban a privát kapcsolatokban az áru a kölcsönös megbecsülés, a szeretet és a szerelem közvetítőjévé válhat, s hogy ezt a lehetőséget a reklám rendkívüli tudatossággal építi és használja ki. „A fogyasztói magatartás és az áru birtoklása egyre inkább olyan jelzésrendszer státusát nyeri el, amelynek segítségével a mindenkori másik megtudhat valamit az árutulajdonos „személyiségéről”. A dolog emberiesül, az ember dologiasul.” (Lindner). Ilyen mutatóvá válik a ruha, a cigarettamárka, az ital, a frizura, az autómárka, a kedvelt könnyűzenei stílus, a hobbi stb. Az arany és a gyémánt a szerelem kommunikátora és jelképe lesz.

Különösen a mobil-társadalmakban kaphat nagy jelentőséget az áruszimbolikának ez a vonása, hiszen a felsőbb rétegekhez való felzárkózás esélyének felcsillanó lehetősége fokozza azt a hajlamot, hogy — mivel az utánozni vágyott réteg tárgyi környezete, gazdagsága és legfőképpen kultúrája valójában igen nehezen elérhető — legalább néhány könnyen megszerezhető tárgyi külsőségben igazodjanak hozzá. A reklám tudatosan ki is használja a különböző rétegek mobilitási vágyát: termékek egész sorát kínálja úgy, hogy felsorakoztatja mögöttük a „mintát” alkotó rétegek életformájának jellemző jegyeit. (Egész gyűj-

teményt lehet összeállítani olyan magyar hirdetések közül is, ahol a legkülönbözőbb fogyasztási cikkek „imaginárius tere” egy jómódú, polgári-középrétegbeli vagy egyenesen arisztokrata világ tárgyi kulisszáit, öltözködésének exkluzivitását sorakoztatja fel.)

A redukált életstílus

Így redukálódik az életstílus fogyasztói stílussá. A reklám ismét csak a valószínű tendenciákat „kezelte ki” és adta el újra. A reklám felhasználja a társadalmi mozgások és változások legújabb jellegzetességeit is; ez történik a haladónak nevezhető mozgalmakkal is, sőt a fogyasztói társadalom tagadásaként jelentkező újabb tendenciákkal is. A női emancipációs mozgalom nyomán a motorkerékpározó, skót whiskyt ivó, autóval rendelkező nő éppúgy tárgya és célpontja lesz a reklámhadjáratoknak, mint az ifjúsági szubkultúra jellegzetes tiltakozási formái, a fogyasztói társadalom ipari-urbánus javait elutasító, a munkanélküliség, az infláció, a környezetszennyezés ellen tiltakozó rétegek értékeinek integrálása pedig éppen a legújabb nyugati reklámokban megfigyelhető jellegzetesség. Az új életstílus és a tiltakozás jelképeit a reklám képes volt felszívni és ezzel immunizálni. Nemcsak a tárgyi jelképek, de a nyelvezet is az integratív ideológia hordozójává lép elő. A mechanizmus a tiltakozást is képes a csereviszonyok logikájába olvasztani, méghozzá rendszerimmanens eszközökkel.

A reklám ideológiai szerepének másik fontos mozzanata rejlik abban, hogy az *individuális reprodukciós eszközök túlhangsúlyozása, az egyéni szükségletekre való apellálás elfedi a kollektív szükségletek és a kollektív reprodukciós eszközök fontosságát és létük hiányát*. A reklámkészítők nemcsak általánosságokat tartalmazó metaforákkal dolgoznak: a társadalmi jellegű hiányok feloldására konkrét megoldásokat is ajánlanak, természetesen olyanokat, amelyek mindig és kizárólag az individuális fogyasztás útján érhetők el. Lindner azt a példát idézi, hogy az automobilizmus fenyegető csődjére, a túltelítettségre, a parkolás lehetetlenségére, a városközpontok káoszára, a levegőszennyeződésre a tőke úgy reagál, hogy kisebb, gazdaságosabb autókat ígér, kevésbé szennyező (bár drágább) üzemanyagot állít elő. Szó nincs a tömegközlekedés fejlesztéséről, mint társadalmi alternatíváról! Ugyanígy a kozmetikai ipar hirdetése is vállalja, hogy rámutasson a társadalmi ellentmondások cseppet sem kellems oldalára, amikor a nagyvárosok ólomgőzös, szénmonoxidos, kormos, egészségtelen levegőjéről beszél reklámjaiban — természetesen azért, hogy megoldásként, az *egyetlen* megoldásként bőrvédő kenőcseit ajánlhassa. A kellemetlenségek ábrázolása betör a hagyományosan csak idillikus ábrázolást tűrő technika, hogy annál hatásosabban emelhesse ki az egyéni fogyasztás által megvaltható feloldást, gyógyírt, védelmet hozó jótékony hatást. Így képes a tőke a csereviszonyok ellentmondásainak látszattmegoldását nyereségessé tenni a maga számára.

Ezt a tendenciát a gazdasági válság még felerősítette. A reklámok az érzelmekre ható érvelések helyett az „új tárgyilagosság” stílusával próbálják a tőke alakváltozását gyorsítani. Az autót nemcsak mint az életforma propagátorát, hanem mint *takarékos* munkaeszközt is hirdetik, mint a gazdaságosság, a tartósság, az értékállóság megtestesítőjét. Azt jelenti-e ez, hogy nő a valódi információk aránya a mögöttes értékekhez képest? Erről szó sincs. Az információk vagy partikulárisak maradnak, azaz egy-egy teljesen lényegtelen, apró technikai innováció jelentőségét dimenzionálják túl, vagy „túlbő” információt állítanak elő egy túltechnikizált, mitikus, az egyes átlagember számára érthetetlen technikai fétisnyelven.



Die erste wichtige Kanalüberquerung seit anno Tobak.



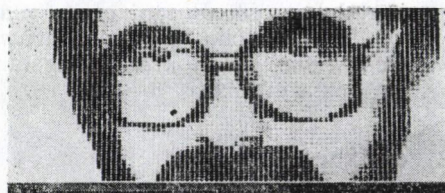
Old Holborn.

Englands Cigaretten-Tabak Nr. 1

Das Ereignis

für deutsche Hände.

A saját sodrású cigaretta nemcsak olcsóbb, de meghatározott életstílus tartozéka. Az Old Holborn letisztultan egyszerű képi világát a szöveg humora és megállapítása ellensúlyozza: "—Old Holborn anno Tobak óta az első fontos átkelés a csatornán Anglia első számú cigaretta-dohánya: esemény a német kezek számára." S ez esetben ez bőven elegendő.



l'Ifop crée l'indice des économies.

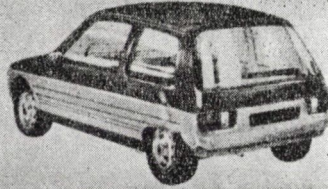
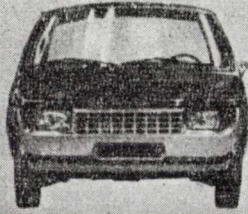
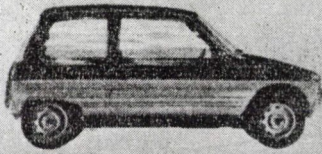
Depuis trente ans, l'Institut Français d'Opinion Publique vous informe — sondage après sondage — des opinions, des attitudes, des réactions des Français face aux grands sujets qui les concernent.
Aujourd'hui, leur grande préoccupation, ce sont les prix.
C'est pourquoi, à côté de l'indice officiel des prix qui indique les variations du coût de la vie, Ifop crée un nouvel indice: l'indice des économies.
Cet indice devrait fournir aux Français des éléments d'information permettant de défendre leur pouvoir d'achat.
En effet, l'indice des économies est un nouvel outil de mesure des prix. C'est un instrument de comparaison portant sur les prix de 430 produits identiques observés dans plus de 200 magasins à grande surface.
Ainsi, chaque mois, l'indice des économies sera le résultat de 90 000 observations de prix pratiquées sur des produits de consommation courante.
Les 45 magasins Carrefour ont décidé de se soumettre au verdict de cet indice.
Chaque mois, Ifop établira un communiqué des résultats — magasin par magasin — les 45 magasins Carrefour s'engageant à le rendre public — intégralement — que l'indice leur soit favorable ou pas.
Ils en prennent le risque.

Jean-Marc Lech, Directeur Général de Ifop

Az új fogyasztói követelések, az áremelkedés elleni tiltakozás, a tudományosság látszata jellemzi a hirdető hiperáruház-láncolat reklámját. Alávetik magukat a közvélemény-kutató intézet vizsgálatának amely 430 árut vizsgál 200 áruházban és 90 000 adat alapján havonta közli, hogy mennyit takarít meg a fogyasztó, ha e vizsgált nagyáruházakban vásárol.

Láttuk tehát, hogy a reklámban szorosan összefonódik az ideológiai és a gazdasági mozzanat. Nemcsak egy-egy árucikket kell elfogadtatni, hanem annak a mechanizmusnak az egészét is, amelyben az árutermelés ilyen módja egyáltalán lehetséges. Már régesrég nem egy-egy autómárka specifikus fizikai előnyeiről vagy használatának életmódot fémjelző jellegéről van szó, de nem is csak a minden újra érzékeny egyéni fogyasztói áruesztétikai szenzibilitásának tervszerű újratermeléséről. A hirdetések összessége a rendszer public relations-évé válik. A termelő — a rendszer fő ágense — úgy tűnhet fel, mint a közjó letéteménye. Habermas így foglalja össze ezt a hatást: „Bár a public relations-nek meghatározott javak eladását kell például elősegítenie, hatása mégis túlmege ezen; mivel specifikus árúk számára fiktív általános érdek kerülőútján át teremt publicitást, ez nemcsak egy márka jellegzetességét és fogyasztók klientúráját hozza létre és biztosítja — ellenkezőleg, a cég, az ágazat, s egy egész rendszer számára egyidejűleg kvázi-politikai hitelt is mozgósít, olyanfajta respektust, amelyet az ember közéletli tekintélyek iránt tanúsít”⁴.

⁴ J. Habermas: A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása. Gondolat, 1971.

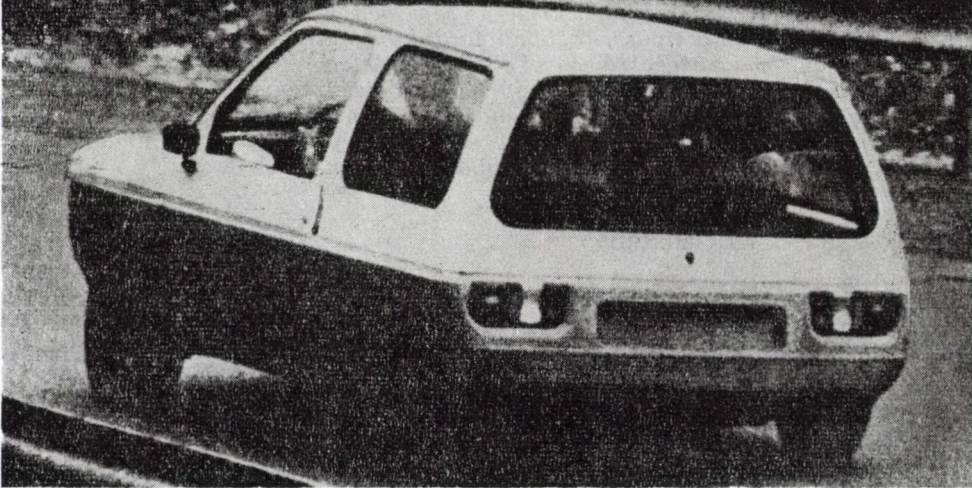


Die staatliche französische Autofabrik Renault hat die Zeichen der Zeit rechtzeitig erkannt: Im Herbst 1980 soll ein neuer kleiner Renault vorgestellt werden, der ganz auf Sparsamkeit abgestimmt ist, ohne unkomfortabel zu sein. Ständig steigende Benzinpriese machen für viele Autofahrer ein leichtes, beschleunigtes Fahrzeug immer an-

Noch geheim:
das erste Foto vom
neuen Renault 2

DER SPAR-FRANZOSE

zuerhebender. Der neue Renault ist mit 3,25 Metern Länge das kleinste französische Auto. Es hat vier Sitze, drei Türen, ein verstellbares Fahrersitzverstellgerät und wird voraussichtlich mit 700-cm³-0051, 750-cm³-Motoren haben sein. Flach abfallende Fronthaube und ein sich abfallendes Heck versprechen geringen Luftwiderstand und geringen Rollwiderstand.



Nem magabiztos, fiatal menedzserek elégedett mosolya, nem is szabad idősebb családi idill a válság autóreklámjának tárgya. Az új tárgyilagosság jelszava a gazdaságos, kevés benzint fogyasztó autó. A „titkos” fénykép fölött a szlogen: a spórolós francia.

marantz.
Die Entdeckung einer neuen Dimension.

Musik wird wahr.

Die absolute Welt hat viele Blicke. Nicht jeder sieht sie. Mit dem Marantz verbindet sich ein der Perzeptionsraum nicht nur mit dem Hörsinn, sondern auch mit dem Gesichts- und Geruchssinn. Der Mensch erlebt die Welt nicht nur durch das Gehör, sondern auch durch das Auge und die Nase. Der Mensch erlebt die Welt nicht nur durch das Gehör, sondern auch durch das Auge und die Nase. Der Mensch erlebt die Welt nicht nur durch das Gehör, sondern auch durch das Auge und die Nase.

MARANTZ CORP. New York - NY 10017 - U.S.A.

HITACHI
Hit
HITACHI INNOVATIVE TECHNOLOGY

Hitachi Hit - Hitachi Innovative Technology. Unter diesem Zeichen präsentiert Ihnen ein Unternehmen von Weltgeltung außergewöhnliche Innovationen.

In jedem Gerät steckt das technische Können und die Erfahrung, die Ihnen nur ein führender Hersteller bieten kann. Und hier ist der neueste Hitachi-Color TV-Radio-Rezeiver ein Gerät - drei Geräte Unabhängigkeit und Freiheit Ihnen überall das Programm, das Sie sich wünschen - im Büro oder zu Hause am Netz, unterwegs mit Trockenbatterien, im Auto an der Antenne. Gewinnen Sie ein brillantes Farbbild oder die Vielfalt der Rundfunkprogramme auf 3 Wellenbereichen. Oder machen Sie sich Ihr eigenes Programm mit dem Casette-Recorder. Der Hitachi-Farbfernseh-Radio-Rezeiver Color TV hat Ihnen alle Möglichkeiten.

Multifunktionsrezeiver Color TV, 15 cm-Bildröhre - eine für dieses kleine Kombi-Gerät außerordentliche Größe! Automatische Sendersuche, Kanal- und Frequenzspeicherung, Anwahl für Hassantennen, Breiter Empfang im LF- und VHF-Bereich, Hochleistungs-Radio, 1 Mittelwandler, 18 MW, 100 W, Dynamisches Schwelgschaltensystem, Ton-Ausgangsbetrieb 2 Watt, Klappstapel, Vielkassettenspeicher-Recorder, Für Direktaufnahmen von Rundfunksendungen und Mischlaut von Fernsehen. Für Live-Aufnahmen durch die eingebaute Mikros. Zum Abhören Ihrer Musik-Cassettes. Automatische Aufnahme-Aussteuerung, Elektronischer Mikroton, Kassette-Spindel mit abgedrucktem Band, Mischlautschaltwerk mit zusätzlicher Mikroton.

Hitachi Color TV-Radio-Rezeiver, Modellnummer: HX 2000, Modellnummer: HX 2000, Modellnummer: HX 2000.

HITACHI
mehr Spaß an der Technik

A zeneszerszám isteni magasságokba: a negyedik dimenzióba emelkedett, gyémántja bizonyára a szférák zenéjét csalja ki. „A zene valósággá válik” — mondja a nagybetűs szöveg, de a kisbetűs sem ad részletes információt: közlése érzelmi színezetű. Ez a típus ritkábban fordul elő, mint a technikai paraméterek tömegét ontó magyarázó szöveggel ellátott hirdetés.

A Hitachi csak azzal kecsegtet, hogy technológiai innovációi különlegesen és világszerte elismertek. Automata állomáskereső, teleszkóppantenna, hangszabályozó, 2 wattos hangteljesítmény, keverési lehetőségek pótmikrofonnal stb. A gyönyör magából a technikai tökéletességből származik.

Áruesztétika és szocializmus

Mi a helye az áruesztétikának a szocializmusban? A kérdés inkább jogosult, mert a fogyasztási értékek, a reklám terjedésének, ideológiájának jelenségvilága sok szempontból hasonlít a „fogyasztói társadalmakban” tapasztaltakéhoz.

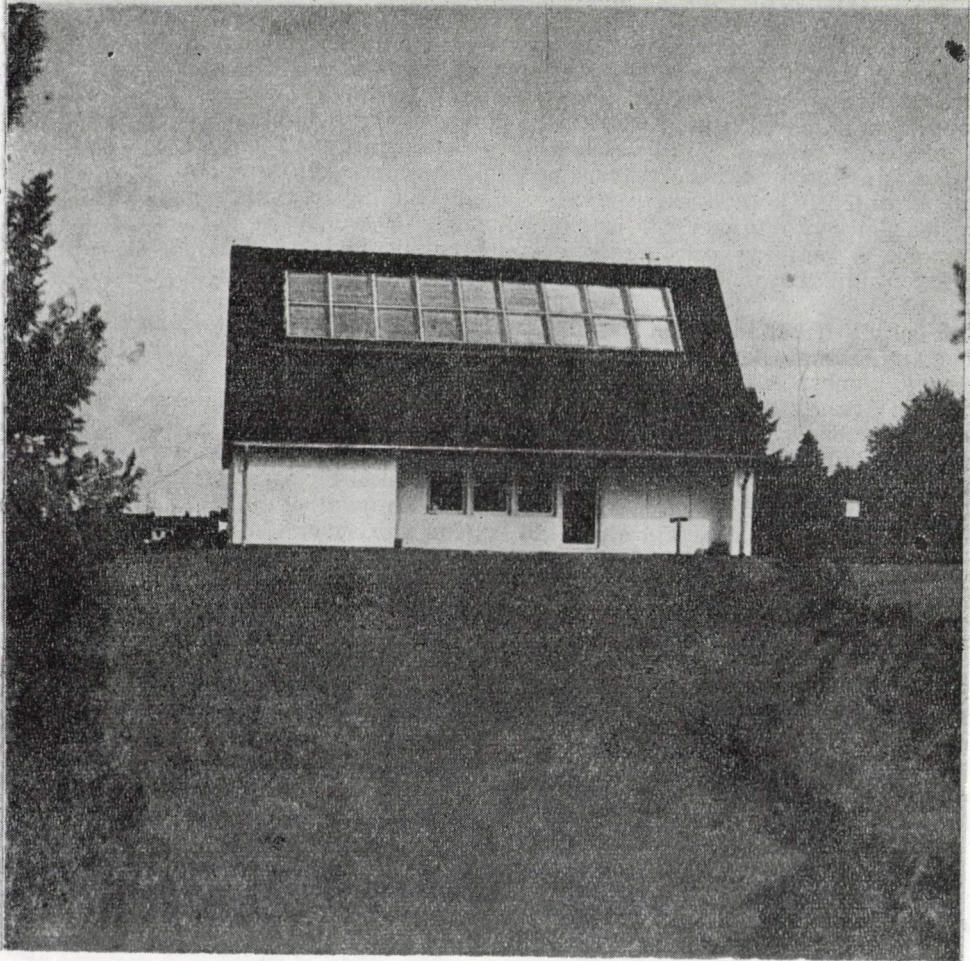
Maradjunk először a fogyasztásnál. Berend T. Iván fejtette ki érzékletesen, hogy Magyarországon a középrétegeknek erőteljes dzsentri meghatározottságuk volt, s a lesüllyedt osztályok dzsentri eredete meghatározott allűröket, társadalmi ideálokat, értékvalasztásokat jelentett. A középrétegek életszínvonalát nagy tömegekben elérő mobilrétegek történelmi mintákat követnek akkor, amikor lakásberendezésükkel, dísztárgyaikkal stb. az egykor elérhetetlennek tűnő középrétegbeli, polgári életformát utánazzák. (Ennek az életformának a legmanifesztább jelzése természetesen a pénzért megvásárolható tárgyak.)

Losonczy Ágnes arra az ellentmondásra mutat rá, hogy nemcsak a túlter-

Solar Energy is at home here.

This house in Aachen, West Germany, may hold the key to our future energy needs. Built jointly by Philips, RWE Essen and the Federal Government, it utilises solar energy and the natural energy stored in the ground for heating and cooling purposes. The energy consumption of the house has been minimised by the use of improved insulation and a new double glazing system. It's still at the experimental stage, but it could take us towards a more efficient use of the huge supply of free energy which Nature offers us.

A 20 m² area of the roof holds 324 Philips solar collectors which convert solar energy into heat of up to 95° C - even when the sun doesn't shine. On average about 10,000 to 12,000 kWh of energy is collected per year - more than enough to cover the entire heating needs of the house. Supervising the experiment is a Philips mini-computer which simulates the behaviour of an average family of four, while another computer processes the data and controls the heating.



A Philips cég presztízsének további növelésére reklámsorozatán mindazokat az új tudományos eredményeket felvonultatja, amelyek a fogyasztói társadalom aktuális problémáira javasolnak gyógyírt. A napenergiával fűtött magánház lakója elkerüli az energiatávkosságot, az autósztráda segélytelefonja pedig lehetővé teszi a kommunikációt az elidegenedett viszonyok világában.

melési válság manipulációja növeli a fogyasztási javak szimbolikus értékét, hanem paradox módon a *hiány* is: „Alacsony szintű, szűkös termelési viszonyok között — írja Losonczi —, ahol az elosztás egyenlőtlensége... hangsúlyozza a tárgyak minősítő jellegét, társadalmi jelentést és társadalmi tartalmat ad a tárgyak birtoklása, s még hangsúlyosabbá teszi a társadalmi szimbolikát.”⁵

Vagy olyan erős volna a fogyasztói társadalmak átszűrődő ideológiája, a tárgyakban gazdag jólét képe, hogy emellett elhalványul minden más alternatíva? Mivel ezer szállal kötődünk a világpiachoz, ez a hatás szükségszerűen rá kell, hogy nyomja bélyegét reklámjainkra, egész fogyasztási stratégiánkra?

A reklám szocializmusbeli funkciójáról szóló marketing-ihletésű szakkönyvek kifejtik, hogy a szocializmusban a reklámnak a társadalmi tervezés részterületévé kell válnia, s mint ilyennek, fő feladata a termékekről (elsősorban azok *használati értékéről*, áráról, az eladás helyéről stb.) adott *valódi* információ lenne. Ugyanakkor ugyanezek a szakkönyvek leírják a manipuláció — nyugati minták alapján ábrázolt — technikáját. Ebben a kettősségben véleményünk szerint az az elméleti bizonytalanság fejeződik ki, amely társadalmunk tényleges átmeneti jellegének következménye. Az áruterelés léte feltételezi a termelői egységek bizonyos, bár korlátozható „egyéni” érdekrendszerét.

Ugyanakkor a termelés, a tárgyak előállításának kényszere társadalmi szinten is objektív szükségszerűségként jelentkezik, így a reklám szükségletkeltő, szükségletbővítő funkciókat is ellát. Emellett a kínálat, a bő árualap megteremtése a politikai céltételezés egy fontos ideológiai, politikai tényezője is. Hogyan, milyen módon, milyen eszközökkel tudja szolgálni a reklám e célokat?

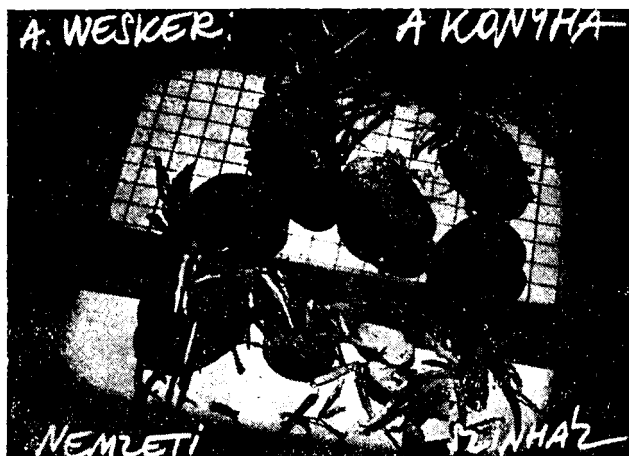
Mennyiben vannak jelen létfeltételeinkben azok a mozzanatok, amelyek hajlamossá tesznek bennünket mint vásárlókat, hogy hatásosnak érzékeljük, szépnek, kellemesnek tartjuk a csereérték csalétkeit? Mennyire és hogyan képes a reklám arra, hogy ne csak egyes árucikkeket, szolgáltatásokat stb. népszerűsítsen, hanem a céltételezés szolgálatában életmód-alakító, közösségformáló szerepet vállaljon? Mennyire látja át egy magyar „befogadó” a hirdetési technika szándékait? Mekkora a valóságos gazdaságpolitikai létjogosultsága a használati értéket elrejtő vagy csak részben közlő reklámnak nálunk, a hiánygazdálkodás hagyományait csak korlátozottan túllépő gazdasági viszonyok között? Körvonalazható-e a szükségleteket tervszerűen alakító, tudatos kereskedelempolitika? Valójában milyen az arány a fogyasztási cikkek reklámja, a termelési eszközök és szolgáltatások reklámja és például a kulturális termékek reklámja között?

A kérdésekben kifejezésre jutó bizonytalanságok szerintünk hűen kifejezik az átmenetiség néhány jellegzetességét. Ennek az átmenetiségnek az általános mozzanatáról, a gazdasági spontaneitás és az ideológikus irányítás (a tudatos beavatkozás)⁶ viszonyának részleteiről, intézményrendszereinek tényleges működéséről (például a termelők és a fogyasztók érdekülönbségének tényleges mivoltáról, a gyártók és a forgalmazók sajátos ideológiájáról, a reklámcégek gazdasági szabályozó rendszeréről, az egyes konkrét cikkek köré rendeződött szimbolikus értékmezőről azonban viszonylag kevés empirikus adat áll rendelkezésünkre.

Ezért korlátozódtunk cikkünkben a kapitalizmus-elemzések összefoglalására, ezért maradtak a magyar helyzetre vonatkozó kérdéseink tulajdonképpen kutatási hipotézisek.

⁵ Losonczi Agnes: Az életmód az időben, a tárgyakban és az értékekben. Gondolat, 1977, Budapest.

⁶ Ferge Zsuzsa: A szocialista társadalomstruktúra dinamikája. Valóság, 1976/11.



P. SZÜCS JULIANNA

A plakát „érdekházasságai”

Született a hatvanas évek második felében egy plakát — *Kemény György* csinálta — és sohasem került falra. Az esernyő öltöztet című hirdetményből tehát „ügy” lett, mégpedig azért, mert az ábrázolt hölgy az erotikus csábítás vizuális kellékeit is alkalmazta a reklámozandó tárgy érdekében.

Született a hetvenes évek második felében is egy plakát — *Fenyő János* csinálta — és (legalábbis Budapesten) szintén nem került falra. A *Fabulon* hirdetményből is ügy lett, mégpedig azért, mert az ábrázolt hölgy az erotikus csábítás vizuális kellékeit is alkalmazta a reklámozandó tárgy érdekében.

E két eset felemlegetése után az olvasó joggal várná; a példázat arról szól majd, hogy egy évtized alatt mit sem változott a meztelenséghez, a prudériához, a szexuál-erkölcsöz való viszony, legalábbis, ami a megbízókat, zsürokat és forgalmazókat illeti. Pedig eseteink éppen a változatlanágban megbúvó változás illusztrálására alkalmasak. A felháborodást keltő *Kemény-féle* meztelenség ugyanis még lágyan hajladozó rajzolt vonalakkal hökkentett meg, *Fenyő* pedig egyszerűen lefényképezte szép szőke modelljét, igaz, a tompor ellenérzéseket kiváltó félkörét egy hamisítatlan balatoni naplementével tette még pompázatosabbá.

Számunkra ezek után így vetődik fel a kérdés: botrány lett volna-e *Miss Fabulon*-ból, ha *rajzolják*?

Helyzetelemzésünk szerint nem. *Új plakátköznyelv van kialakulóban, siker és bukás, reveláció és betiltás csakis az új köznyelv szabályainak alkalmazása árán érhető el. Megváltozott a stílushoz és a stílusokhoz, sőt, megváltozott a fotóhoz való viszonyunk.*

Jelenségek

Néhány jellemző példa:

Parafa tálban sárga tojások, mellette zöldpaprika, paradicsom bögre tej. Csendélet a javából, csak hogy fotomechanikus úton rögzítve. Tudor-reneszánsz idéző kosztümös férfi, kezében csiszolt serleg, amint megcsillan rajta egy óarany szikra, az asztalon borospalack, poharakkal. Kollázstechnikával ellátott zsánerkép a javából, de ismét csak fotomechanikus eljárással készítve. — Fehérre meszelt falrészlet, egyik csályedésben véres ujjlenyomatok. *Trompe d'oil* kompozíció a javából, de megint fotomechanikus módszerrel előadva. — Csírázó krump-

likra árnyékrács vetül. Mágikus realista hangulatú mű a javából, ugyancsak fényképezve. — Frontálisan beállított férfiarc felét alkohollal töltött palack deformálja a fénytörés szabályai szerint. Szürrealista eszközök alkalmazó szimbolista kép a javából, természetesen ugyancsak fotografálva.

Am az öt fotóplakát ötféle szándék jegyében készült. Az első hirdetemény (Tóth Endre) magára a tárgyra irányítja a figyelmet, és kertelés nélkül fogyasztásra ösztönöz. A második esetben (Bakos István) a fogyasztásra ösztönzés indirekt módon egy asszociatív vágykép közreműködésével valósul meg. A harmadik esetben (Kálmánchey Zoltán) egyetlen jól kiválasztott részletnek kell jelképpé emelkednie, hogy moziba csábítson. A negyedik esetben (Schmal Károly) a fényviszonyok atmoszférát teremtő erejének kell egy drámát helyettesítenie, az ötödik esetben pedig (Eskulits Endre) egy optikai trükknek kell kiszámított undort keltenie.

A befolyásolási módszereknek szélesre nyitott legyezője tárul tehát élénk. Alkotóik grafikusok. Eszközeik igen hasonlítanak a mozgófilmekből kiragadható stopeffektusos kockákéhoz. Ikonográfiailag sok szállal kötődnek a képzőművészet több száz éves hagyományaihoz. És mégis: vérbeli plakátok ezek, az évtizedforduló pesti utcájának legfigyelemreméltóbb falragaszai. Éppúgy a tojásévés, a borivás, az absztinencia és a modern produciók reklámozására készültek, mint műfaji elődeik, noha az életre hívó technikai apparátus minőségileg más.

Néhány évvel ezelőtt a szakma elemzői még a „fogyasztói társadalom sajátos vizuális begyűrűzésétől” tartottak, amint a fotóplakát értékelése került szóba. Ma már nem vagyunk ennyire biztosak e diagnózisban. A tojásos csendéletet még valahogy megmagyarázhatjuk azzal, hogy a „társadalom, melyet reklámtevékenységünk általában meg akar győzni, nincs »kiéhezve«... ezért hasznos lesz, ha reklámfelhívásunk annyi ösztönző felhívást tartalmaz, amennyi csak lehetséges” (R. Berth: Az emberi szükségletek befolyásolása a reklámtevékenységgel). Az „annyi ösztönzés” fogalomkörébe pedig beletartozik az érzéki elemek felerősítése a fogalmiak kárára, a kézzelfoghatóság sejtetése a tartózkodó közlés rovására. De ami igaz a reggelit reklámozó fotóplakátra, már nem igaz a sejtelmes Tudor-ruhás, tokaji bort ivó látomásra, még kevésbé a csupa szorongás, csupa veszélyérzettel teli Wesker-darabot hirdető „krumplis” kompozícióra.

Okok

E jelenségcsoport — azaz hagyományos plakát és fotó házasságából születő új reklám — aligha érthető meg egyrészt az alkalmazott grafika funkcióváltásának ismerete, másrészt a képzőművészet belső fejlődésének figyelembe vétele nélkül. A plakátműfaj ugyan ma is olyan, amilyennek a Művészeti Lexikon szócikke leírja, tehát ma is „célja, hogy szuggesztív művészi eszközeivel felhívja a figyelmet a propagált árura, szellemi termékre, eseményre vagy politikai eszmére, s ezeket a maga sajátos eszközeivel, tömör közlésmódjával népszerűsítse”. Am a plakát nagy korszakaiban — a századfordulón, a tízes években, a két világháború között — e „sajátos eszközök” még más látványközegben érvényesültek, mint az „elektronikus robbanás” után. Reklámhadjáratokat, politikai kampányokat, akciókat bonyolított le az utca freskója — szinte egymaga. És tehetette: a vizuális ingerküszöb másutt húzódott, mint ma.

Mindaz, ami napjainkban a televíziós — filmes mozgóreklám, az utcai neonkompozíció, a butiktrikó és az emblémákkal, márkajelekkel díszített nyolttáska feladata, régebben kizárólag a plakát hatáskörébe tartozott. A maihoz képest a vizuális közeg egynemű volt, a klasszikus plakát a mindenkori látvány-



Helényi T.: Csillagok háborúja

köznyelvet használta és azt gazdagította. A médiumokkal folytatott megfeszített versengést hírből sem ismerte. Egykorú volt a szecesszióval, egykorú az art décoval, egykorú az avantgarde és újklasszicista irányokkal. Toulouse-Lautreotól Cassandre-on át Cappeliónig vagy Bíró Mihálytól Bortnyik Sándoron át Konecsni Györgyig plakátban is elmondható a félmúlt művészettörténete nagy vonalakban.

A törést, a visszaesést valóban a kereskedelmi fotográfia idézte elő. Mert igaz, hogy a plakátot a művészettörténet integrálta, de a műfaj fejlesztői ezzel az előkelő besorolással mit sem törődtek.

Fogpasztamosoly „mintha élne” színes fotóban az egyik ágon, „magas grafika” túlfinom poszt-avantgarde eszközökkel a másikon: az ötvenes évek helyzetképe ez, de a fotosokk még évtizedekkel később is vissza-visszatért. A fotó nyers alkalmazása voltaképpen akkor ért véget, amikor bebizonyosodott, hogy a naturális felhívóerőt felerősítheti a grafikus rafinériája, és hogy a dekadens alkalmazott grafikának is van mit tanulnia a lenézett kereskedelmi fogásoktól. Annál is inkább, mert időközben a „magas” képzőművészet is átértékelte viszonyát a fotóhoz. A manuális, individuális kézjegy becsülete erősen megcsappant: irányzatok sora keletkezett — a harde edge-től az új-konstruktivizmusig —, amelyek valamennyien az esetlegest és a szubjektívet szűrték ki, és valamennyien a gépi termékhez közelítették a műalkotást mint végterméket. Ám a fotográfiát kétségtelenül az az irány kebelezte be legkövetkezetesebben, amely éppen a fogyasztás világának üzent hadat: a *pop art*. Furcsa szimbiózis és egymásrautaltság keletkezett. Ami „fent” tiltakozásként működött, „lent” az igenlés eszköze maradt. Ami az „autonóm” művészetben persziflázs lett, az az alkalmazott művészetben a befogadás nélkülözhetetlen kelléke. De egy tény vitathatatlan: a vizuális köznyelvbe beépített negáció átalakította az izlésrétegekről kialakított korábbi konvencionális képet. A *pop art* a vizualitás szociológiai forradalmát idézte elő.

Így történhetett, hogy a hatvanas évekre a fotóplakát is tudott iróniát, grimaszt, kikacsintást üzeni, és a fotó hatású festménynek is volt esztétikai közlőereje. A karrier csúcsára pedig akkor érkezett a fotó, amikor a konceptuális irányok ebben az eszközben vélték felfedezni a képzőművészetből addig hiányzó idődimenzió becsempészésének, a megfoghatatlannak vélt pillanatokra töredezett folyamat rögzítésének módját. Példaként idézett öt fotóplakátunk bizonyára sosem született volna meg e technikai-stilisztikai eredmények kollektív felszívódása nélkül. De erre nyilván szükség is volt. Ha a plakát a lényegesen komplikáltabb vizuális terepen hatni akar — és nem elégszik meg a színes színfolt dekoratív, ámbár igen költséges szerepkörével — nem célszerű finnyáskodnia.

A fotó árnyékában

Fotó és klasszikus plakátművészet eme érdekházassága modellnek is tekinthető. Más szövetségek modelljének.

Az új plakátnyelv feladatának tudta a heterogén ízlés és a különféle látványelemek összeolvasztását. Régen elfelejtett és régen lenézett elemek kértek és kaptak bebocsátást a reklám világába. Ha a fotó domesztikálódhatott, akkor ezen az úton érvényesülhetett a városi folklór sok más eleme is. Ki hitte volna akárcsak egy évtizeddel ezelőtt, hogy ponyvacímlapok, westernkellékek, sci-fi-ornamentikák, komiksz-típusok és kocsmai falragaszok egyszer még visszatérnek az alkalmazott grafikába, és nem mint a szubkultúra szörnyszülöttei, nem mint üldözendő giccsfordulatok, hanem mint a demokratizálódás és a nivelálódás tünetei?! Felhajtó erejük a félmúlt iránti nosztalgia, de életképességük

A VASPREFEKTUS

Színes, szinkronizált olasz film

Rendezte: PASQUALE SQUITIERI

Főszereplő: GIULIANO GEMMA



Kálmánchey Z.: A VASPREFEKTUS

elválaszthatatlan a plakát expanziós formatörekvéseitől. Végignézve 1979 plakáttermésének javát, megállapítható, hogy a fotó és fotószerű művek mellett ez a látványvilág uralkodott legerőteljesebben. *Helényi Tibor* piros-kék-sárga kozmikus mesefigurája, *Herpai Zoltán* vadromantikus vitorlášhajója, *Bányai István* villogó szemű banditái nyilván sosem születtek volna meg e stílusvonalom nélkül. Noha a mesefigura abszurd humora, a vitorlášhajó játékszerűsége, a banditák komolytalan csúnyasága egyben a distanciára is jó példa. Arra, amely elválasztja a szubkultúra „natúr” termékeit azoktól a művektől, amelyek csupán hasonlítanak hozzájuk. Ugyanis a maximális határfokon dolgozó — vágyat és ellenérzést egyaránt kiváltó — plakát úgy tagadja a művésziesség felszívódott formuláit, hogy közben maga is művészetet teremt. „Ars”-ot, akár az artisztikum rovására is. Gyanítható: egy évtized múlva sem kerülhet majd túl frivol reklám a falakra. De az is gyanítható, hogy abból a későbbi hölgyből csak akkor válik úgy, ha a csábításhoz szükséges meztelenség a mindenkor legfrissebb, legingergazdagabb vizuális fordulatokba lesz öltöztetve.



Fenyő J.: *Fabulon*

reggelire...

ÉTKEZZÜNK EGÉSZSÉGESEN 

SZEKFŰ ANDRÁS

Közvélemény és cigánykérdés

— a Cséplő Gyuri című film ankétjainak tükrében

A Cséplő Gyuri című filmből 1977 november és 1978 június között a szociális műsorrendi vetítésektől függetlenül mintegy 70 olyan vetítést tartottak az ország legkülönbözőbb részein, amelyet a rendező vagy egyéb szakértő vezetésével ankét (vita, megbeszélés stb.) követett.

Ez a speciális akció a film forgalmazásának (és ezzel együtt: társadalmi hatásának) tudatosan, előre megtervezett része volt. Ifj. Schiffer Pál, a film rendezője már korábbi, hasonló témájú filmjeinél (Faluszéli házak, Mit csinálnak a cigánygyerekek) kipróbálta és nagyon hasznosnak találta a „társadalmi forgalmazásnak” ezeket a lehetőségeit. Az akkori tapasztalatokat hasznosítva szervezte meg a moziüzemi vállalatok, a Hazafias Népfrent és egyéb szervek segítségével ezt az akciót. A Tömegkommunikációs Kutatóközpont — a cigánykérdéssel kapcsolatos kutatások keretében — résztvevőként végigkövette ezeket az ankétokat*.

Az ankétok lebonyolításában igen hasznosnak bizonyult, hogy a rendező kialakított egy 8—10 tagú csoportot a cigánykérdéssel foglalkozó szociológusokból, illetve a filmviták vezetésében jártas filmesekből, akik — szükség esetén az ő távollétében is — többé-kevésbé egységes elvek alapján vitavezetőként működtek. Az alapelv a vitavezetési tolerancia volt, ennek köszönhető, hogy a vitában kimondódtak a legszélsőségesebb vélemények is. Természetesen a tolerancia nem jelentette azt, hogy ezeket válasz nélkül hagyták volna. A viták így általában jó légkörű, pozitív kifutású társadalmi-politikai vitákká alakultak, ahol az esetek többségében maguk a résztvevők igyekeztek Cséplő Gyuri és a „Cséplő Gyurik” sorsát történelmi távlatba és széles társadalmi összefüggésekbe helyezni. A túlnyomó többség igényeként merült fel „hasonlóan öszinté” filmek, újságcikkek, tévéműsorok készítése, illetve közlése, bár voltak olyan vélemények is, amelyek kétségbe vonták a film objektivitását, illetve „ilyen dolgok” bemutatásának szükségességét. A filmet „túl sötétnek”, illetve „túl enyhének” tartók gyakran egymással is vitába keveredtek:

* 66 ankétról rendelkezünk információkkal, ezen belül 41 esetben sikerült a teljes megbeszélést magnóra rögzíteni. Ebből 40 ankét anyagát kódoltuk, és tartalomelemzést végeztünk belőle. További információforrást jelent az ankétok túlnyomó többségén személyesen részt vett rendezővel készült részletes interjú, valamint munkatársainak beszámolója.

„*En nem éreztem elég keménynek a filmet!*” (Olvasótábor vezetőképző, Tata.)
 „... *azért nem tetszett a film, mert a legrosszabbat mutatta be. Aki nem ismeri, csak könyvből, újságcikkekből a cigányokat, az azt hiszi, hogy ez van. Nem igaz, hogy nem tudnak megélni.*” (Taurus Gumigyár.)

Természetesen a vitákon elhangzó hozzászólások „helyi értékét” csak a körülmények ismeretében lehet igazán pontosan elemezni. A T. községben tartott vetítés után igen kulturált vita zajlott le, felvilágosult hangnemű, emelkedett hozzászólásokkal. Csak az vetett árnyékot az összképre, hogy bár T. községben a lakosság mintegy fele cigány, a vetítésre és a vitára (korántsem véletlenül!) csupa nem cigányt hívtak meg... Ugyanígy más értéke van az X. megyében elhangzó hozzászólásoknak, ahol a cigány lakosság aránya 10% alatt van, mint az Y. megyeinek, ahol megközelíti a 8 vagy 10⁰/₀-ot.

Adataink alapján (l. később) elmondható, hogy a vitában a (csak) cigányokra vonatkozó problémák mintegy egyötödét maguk a cigány vitázók vetették fel (18⁰/₀), négyötödét pedig a nem cigány vitázók (82⁰/₀).

Mivel megfigyelt és rögzített *ankétjainknak mintegy felén nem vett részt cigány személy*, és csak néhány ankéton volt több cigány résztvevő, mint nem cigány, e tények ismeretében azt kell mondanunk, hogy a *Cséplő Gyuri* c. film mint vitakiváltó és a szervezők, a vitavezetők *sikeresen mozgósították a cigány résztvevőket* véleményük elmondására. Több helyen a megjelent cigányok elmondták, hogy évek óta, sőt esetleg egyáltalán ez (a filmvita) volt az első alkalom, hogy nem cigányok, köztük számos illetékes helyi vezető előtt elmondhatták problémáikat. Ez a „fórum-effektus” egyedi esetenként nagyon örvendetes jelenség, általánosságban mégis inkább sajnálatos tény jelez, ugyanis egy film egyszeri vitája nem tudja pótolni évekre visszamenőleg (és netán évekre előre) a cigánykérdés helyi közéleti fórumokon való megtárgyalásának nyomasztó hiányát. Illuzórikusnak tartunk minden olyan elképzelést, amely a közéleti fórumok hiányát a filmviták szaporításával tartja megoldandónak.

Megfigyelhető, hogy — a 10—15 évvel ezelőtti helyzethez képest okvetlenül, de a néhány évvel előttihez képest is — a *cigánykérdés ma élesebben van jelen a társadalmi köztudatban, mint korábban*. Az ankétokon ennek két fő motívuma kerül elő gyakrabban: a *munkavállalás* és az *állami támogatás*. Mindkét esetben alapvetően pozitív változások kísérőjelenségeiről van szó.

A munkavállalás

Az utóbbi évek munkaerőhelyzete (az iparban, építőiparban, de a téveszékben is) rákényszerítette a munkásfelvevőket, hogy a cigányokat ne csak azért alkalmazzák (ha egyáltalán), mert megkivánják tőlük, vagy mert ez emberbaráti szempontból helyes, hanem mivel nem volt más munkaerő. A cigányok tehát érezhették, hogy szükség van rájuk, munkájukra, és ez megteremtette távlati tényleges egyenjogúságuk alapvető feltételét. Ugyanakkor ennek következtében átalakult a lakosság jelentős részének tapasztalatvilága a cigányokkal kapcsolatban. Széles rétegek, akik addig cigánnyal csak muzsikusként, vándorlóként (esetleg koldusként) vagy foltozóként stb. találkozhattak, most munkahelyükön naponta kerültek velük érintkezésbe. Ez óhatatlanul a *surlódási felületek szaporodását* és az előítéletek bizonyos megerősödését vonta maga után. Másfelől viszont megerősödtek azok a hangok is, melyek már nemcsak általános elvi humanizmusban, hanem napi tapasztalatra hivatkozva állíthatták, hogy a cigány munkásként, szomszédként nem rosszabb, mint a nem cigány.

„*En pedagógus vagyok... és van egy kis rálátásom, és állítom, hogy ez a probléma, azaz, hogy nem dolgozik, hogy iszik, a lakását tönkreteszi, hogy a gyerekeivel nem törődik, — állítom, hogy Erzsébeten legalább ilyen számú,*

ilyen mennyiségű lumpen elem van, szőkék, kék szeműek, nem cigányok... Úgyhogy ez sem cigányprobléma, és nem attól, hogy valaki cigány, hanem ez milyen ember, és ez társadalmi probléma... (Csili).

„... Nálunk is vannak cigánygyerekek, és ott akármiről is van szó, megcsinálja, és én azt mondtam magamnak, hogy mindegy az, akár cigány, akár sárnya, vagy nézzen akárhogy ki, ha a munkát elvégzi, és jól, akkor az már nem cigány.” (Kerepesi úti munkásszálló).

Úgy tűnik tehát, hogy ma az, aki amellel érvel, hogy a cigány a magyarral egyenrangú, érveit a munka területéről veheti és veszi is — szemben azzal a régebben elterjedt érveléssel, hogy a rendes cigány az, aki *nem* lop. Nem azt hangsúlyozzák tehát elsősorban, hogy a cigány nem sért erkölcsöt-törvényt, hanem pozitívan emelik ki munkáját. (Vitánkban az összes „problémák” 13⁰/₀-ában.)

Ez az érvelés, úgy tűnik, terjedőben van városban és falun is, és mind a cigányok, mind a nem cigányok közt — az utóbbiaknál persze csak abban a kisebbségben, amelyik *hajlandó szót emelni a cigányok mellett*. (A kisebbség megjelölés nem vitáink tapasztalataira vonatkozik, mivel ott a szervezés jellege, a film tendenciája és az uralkodó közhangulat miatt általában kiegyenlítettétek voltak az „erőviszonyok”.)

Nem lehet véletlen, hogy a cigányok hasznos, becsületes és társadalmilag szükséges munkájára való hivatkozás ott volt a legritkább (például éppen a film főhősének falujában, Németfalun), ahol az intézményes munkalehetőség még hiányzik, és a cigányok olyan hagyományos cigánytevékenységeket folytatnak, mint gombászás, erdei gyűjtögetés (speciálisan ott az agancsgyűjtés) stb., amelyeket a közfelfogás és a jog nem fogad el munkaviszonyok.

A cigányokkal szembeni (konkrétumokkal néha, közvetlen tapasztalatokkal ritkábban) alátámasztott kifogások egyik fő területévé is a munka vált. Ez mindenképpen újdonságot jelent a róluk alkotott vélemények világában.

Állami támogatás, lakáskérdés

A másik pozitív fejlemény, amely negatív visszhangot is kivált, a cigányokkal való állami foglalkozás megerősödése. Az állami támogatásból — vitáink tanúsága szerint — a közvélemény főleg, sőt szinte kizárólag a lakáskérdést és járulékait (kedvezményes OTP-kölcsön) érzékeli. A felvetett problémák mintegy harmada vonatkozott ezekre a területekre. Igen széles azoknak a köre, akik ez ügyben nem, vagy nemcsak a rászorultságot mérlegelik, hanem azt, hogy a cigányok magatartásukkal „kiérdemlik-e” ezt.

Tudjuk, hogy a lakáskérdés Magyarországon bizonyára a legsúlyosabb szociálpolitikai probléma. Az is közismert, hogy — bár lényeges különbségek vannak a társadalmi rétegek között a lakáshoz jutás esélyeiben — szinte *egyetlen olyan réteg sincs*, amely a maga számára megoldottnak tekinthetné a lakáskérdést. A cigányoknak juttatott lakásügyi támogatásokat kifogásoló közt jelen vannak mind a jobb helyzetű, mind pedig a hátrányos helyzetű, a cigányokéhoz közeli problémákkal küzdő rétegek képviselői. Az előbbieket csak azt hangsúlyozzák, hogy meg nem érdemelt támogatást kapnak a cigányok, ami ráadásul kidobott pénz is, mivel elpocsékolják (l. alább!); az utóbbiak ehhez még hozzáteszik, hogy ha a cigány kaphat kedvezményes kölcsönt, ók miért nem?! Ha nem is a kívánatos ütemben, de azért egyre szaporodik a falvakba, városokba beköltöző cigánycsaládok száma — ezzel együtt viszont nő érintkezési felületük a nem cigány többséggel, és egyre újabb rétegekben vetődnek fel a fenti problémák. Szerény tapasztalataink alapján is biztosra vehető, hogy az előítélet-helyzet e téren is romlott az utóbbi évek során. Ebben a jelek szerint közrejá-

szott a cigánykérdéssel foglalkozó sajtócikkek és propaganda túlzott tapintata, a cigánykérdés valóságos súlyának tompítása: ennek következtében nem sikerült meggyőzni a lakosság viszonylag széles rétegeit a cigányságnak nyújtandó állami támogatás jogosságáról, szükségességéről és hasznáról*.

Ezzel magyarázható a lakástámogatással kapcsolatos hiedelmek folklorisztikus gazdagsága és általános elterjedtsége. Némi túlzással azt mondhatnánk, hogy alig volt ankét, ahol fel ne merült volna az idevágó hiedelmek „archetípusa”; a *felszedett és eltüzelt parketta* esete (40 vitán 37 említés). Megdöbbenő, hogy ez a „téma” ilyen gyakran előjött az ankétokon, hiszen a film csak érintőlegesen utal a lakáskérdésre, parkettaügyről pedig egyáltalán nincs benne szó. Mégis, az ország bármelyik csücskében volt ankét, szinte mindig akadt felszólaló, aki tapasztalta, vagy tudni vélte, hogy a cigányok felszedik és eltüzelik új lakásaikban a parkettát, amiből általában le is vonták azt a következtetést, amit a legrövidebben „kár beléjük!” szavakkal foglalhatunk össze.

Tényként leszögezhető: *előfordult* valóban olyan eset, hogy felszedtek és eltüzeltek parkettát új lakásban. Anyagaink közt van is egy ilyen, enyhén önkritikus első kézbéli beszámoló:

„Akkor a bátyámnál nem volt tűzrevaló, amikor elmentem látogatni — honnan hozzunk? Hát az erdőből nem lehet, mert megbüntették 500 forintra — fölszedte a padlót. Utána mit csinált? Hozott egy kocsi homokot, kitöltötte.” (Rezső u. Munkásszálló.)

Már ez a rövid utalás is jelzi a valóságos eset összetevőit: az ínséget (nincs tüzelő), a hagyományos, megszokott megoldás kudarcát (nem lehet fát hozni az erdőről), és egy másik hagyományos megoldás vonzását (a földes padlóét). De ez így egy *emberi probléma*, emberi dimenziókkal. Semmi köze ahhoz az önmagán túlnövő, országos funkcióhoz, amire szert tett, és teljesen független attól is, hogy hányszor történt meg a valóságban ilyen eset. A cigányoknak juttatott parkettás lakások feltehető száma alapján nem sokszor. (A kedvezményes lakásépítési akcióban felépült, igen szerény kivitelű, ún. Cs-házak legtöbbször hidegpadlós.)

Érdektelen, legföljebb minimális jelentőségű a valóságban lezajlott parkettafelszedés vagy felszedések. Fontos viszont, mint *feszültségek tünete*, annak jele, hogy a hírközlő eszközök és a tömegszervezeti propaganda *nem tudta* össz-társadalmilag *elfogadtatni* a cigányságnak nyújtott (ráadásul egyelőre a szükségesnél még jóval kisebb!) támogatást.

Négerék, indiánok, barnák, színesek

Ankétjainkon feltűnően gyakran hangzott el utalás a cigányokkal kapcsolatban a négerekre, a bőr színére, ritkábban az indiánokra, zsidókra, nemzeti-ségekre. Figyelemre méltónak tartjuk ezt a jelenséget, mivel pozitív és negatív folyamatokról egyaránt tudósít. Pozitívnak értékelhető, hogy legtöbbször olyan szövegösszefüggésben hivatkoznak a négerekre, ami utal arra a hivatalos magyar propagandában is terjesztett álláspontra, hogy a négerék igazságos harcot vívnak jogaikért, és ezért rokonszenvűnek élvezik. Aki tehát a cigánykérdést a négerkérdéshez hasonlította, legtöbbször a *cigányok iránti rokonszenvből* tette, jelezve, hogy a cigányok hátrányos helyzetén változtatni kellene.

Valószínű, hogy a cigány—néger analógia felbukásának másik oka az, hogy a magyar társadalom egyes (főleg fiatal) rétegei keresték a fogalmi keretet, melyben megfogalmazhassák rokonszenvűket, sőt esetleg teendőiket is a ci-

*L. erről részletesen Lendvay Judit: A cigánykérdés sajtóvisszhangja. Rádió és Televízió Szemle 1978/1. sz. 99—114. o. Összehasonlító és elemzés az 1960—64., illetve 1972—76. közötti magyar napilap-közleményekről.

gánykérdésben, amikor — mint fentebb elemeztük — egyre gyakrabban találkoztak cigányokkal munka- vagy lakóhelyükön.

Káros viszont az analógia azért, mert túlzottan előtérbe állítja a cigánykérdés faji-etnikai értelmezését, ahelyett, hogy *társadalmi* problémaként is értelmezné. Az analógia téves vonásainak eltűnésében segíthet az okosabb propaganda és ismeretterjesztés, véglegesen azonban valószínűleg csak az alapprobléma enyhülésével fog megszűnni.

Mi a megoldás, hogyan és mikor?

Ankétjainkon a viták általában az első óra után elkerülhetetlenül eljutottak arra a pontra, hogy felvetődött a kérdés: mi hát a cigánykérdés hazai megoldása, mikorra várható lényeges haladás és milyen úton, milyen módszerekkel érhető ez el?

Amint arra már utaltunk, a *megoldás lényegének* szinte egységesen a cigányság munkába állását tekintették. Sok helyen felmerült a munkahelyi integrálódás mellett a nyelvi-kulturális integrálódás kívánatossága vagy nem kívánatossága, ezek az eszmecserek azonban nem mutattak valamiféle határozott irányba, inkább a tétovaság, az ismeretek hiánya volt jellemző a cigány, mind a nem cigány résztvevőknél az olyan kérdésekben, mint nemzetiség-e (vagy lehet-e) a cigányság, egységes-e a cigány nyelv vagy több nyelv, használható-e teljes értékű nyelvként, kívánatos-e megtartani, vagy csak magyar nyelvűség kell stb.

A cigányság beilleszkedését illetően azt tapasztaltuk, hogy polarizáltak a vélemények; volt, aki azt kérdezte: „Ez még háromszáz év, vagy még több?” Mások viszont, mint már idéztük, a jelenbeli megoldásra utaltak — legalábbis egyes cigányrétegek esetében. („Aki rendesen dolgozik, az nem cigány”). Gyakran fölmerült egyes cigányrétegek helyzetének reménytelensége (főleg az öregekre utalva): „... Hát azt mondom, hogy legalább húsz esztendő, hát annyi kell hozzá, amikor az öregek már kihalnak, és ezek a gyerekek, akikre a társadalomnak szüksége van, hogy ezeknek a gyerekeknek már kötelező a nyolc osztályt a szülei után, ha nem, másképp, akkor vitesse el Nagyfára (kényszerelvonó intézet — Sz. A.), és keressen annyit a családjának, hogy eltartsa, és kötelezze az állam arra, hogy a nyolc osztályt végezze el.” (Kerepesi út.)

Viszonylag széles rétegek hajlandók elfeledkezni a körülmények, a lehetőségek fontosságáról, ezek megteremtéséről, és az *adminisztratív intézkedésektől várnak mindent* — ha nem őrájuk vonatkozik, hanem a cigányokra... Szerencsére néha megszólal a józanabb hang is, mint például a fenti véleményre is válaszként: „Hát ne úgy legyen, mint Amerikában az indiánkérdés vagy a négerkérdés, hogy gettóba zárják, vagy mit tudom én kényszerítenek valamire!” (Kerepesi út.)

A megoldásra vonatkozó javaslatok elemzése előtt érdemes röviden áttekinteni: miben látták a hozzászólók az egyes problémák* okait?

Azok közül, ahol okot egyáltalán megneveztek, a *problémák 34%-ában okolta a felszólaló a cigányokat, 40%-ban a nem cigányokat*. Közös hibából eredőnek ítélték a problémák 7%-át, a történelmi örökséget okolták 8%-ban. Végül 11%-ban az általános helyzetben vélték az okot felfedezni.

Nagyon figyelemre méltó, hogy a vitázók az említett problémák *nagyobb hányadában okolták a nem cigány magyar társadalom mulasztásait, hibáit, mint a cigányokét*. Ezzel jelentős részben visszaigazolták a film alkotóinak szándé-

* A „probléma” szóval jelöljük az elvégzett tartalomelemzés szövegalapegységeit. A 40 vitán a hozzászólók összesen 1818 „problémát” vetettek fel. †

kát, melyet azok (a film stúdiófűzetének mottójában) így fogalmaztak meg: „... van gondolkodásmód, amelyet meg kell változtatnunk: azt a gondolkodásmódot, amely a vesztest teszi felelőssé a vereségért.”

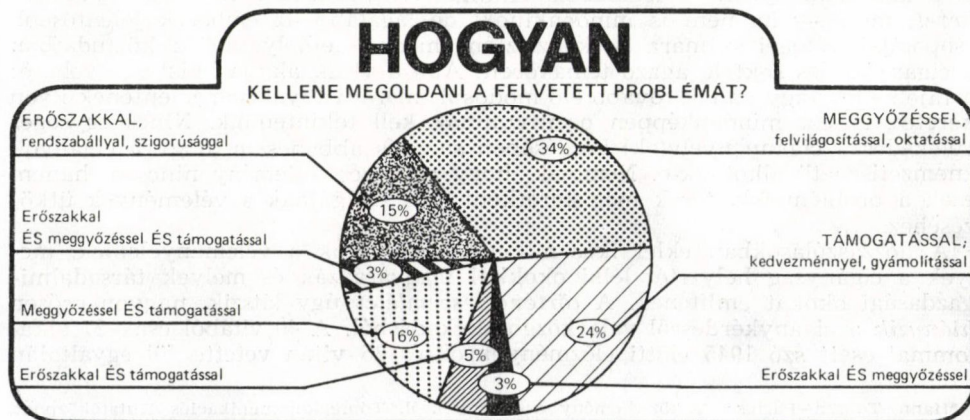
Válasszuk először külön a „kinek” és a „hogyan” kérdését, és tekintsük át, hogy a hozzászólók véleménye szerint kinek kellene megoldani az általunk felvetett problémát. Ábránk azt az 559 problémát tekinti át, ahol a felszólaló valamilyen formában utalt erre.



Az adatokból azt emelnénk ki, hogy viszonylag igen kevés az olyan javaslat, ahol a megoldást nem *csak* a cigányok, *csak* a magyarok vagy *csak* a hatóság stb. feladatának, hanem *együttes* feladatnak tartják (10%).

Azok közül, akik nem jelezték, *kinek* kellene a problémát megoldani, szinte senki sem szolt a megoldás *módjáról* sem. Akik viszont (N=559) jelezték, hogy szerintük kinek kellene megoldani a problémát, 37%-ban nem utaltak a *hogyanra*.

Ahol a hozzászóló jelezte véleményét arról is, hogy kinek, és arról is, hogy hogyan kellene a problémát megoldani, az alábbi módszereket javasolták a megoldásra.



A Tömegkommunikációs Kutatóközpont reprezentatív felmérése* szerint a lakosság jóval nagyobb hányada (38%-a) tartja általában a rendszabályt, kényszerítést a cigányproblémák megoldására legalkalmasabb eszköznek, mint ezt az ankétjainkon tapasztaltuk. Az eltéréseket magyarázhatja ankétjaink összetétele (feltehetőleg az átlagosnál kevesebb erősen előítéletes résztvevő), a vita-indító film pozitív vagy legalábbis mérséklő hatása, a vitavezetés kölcsönös megértésre törekvő és ösztönző módja, valamint az a tény is, hogy ankétjainkon a felvetett problémák megoszlottak konkrétságuk foka szerint.

Számadatainkat összesítve három *jellegzetes típusvéleményt* fogalmazhatunk meg a problémák okát és a megoldási javaslatot illetően:

„A cigányok okozták, oldják és meg ők. Hogy hogyan, azt nemigen tudom, talán meggyőzéssel, aki már beilleszkedett közülük, segítsen a többin.”

„A cigányok okozták, de »magyaroknak« kell megoldani. Tudom is hogyan: általában meggyőzéssel, de gyakran kényszerrel is. Támogatni azért nem nagyon kellene őket.”

„A cigányok okozták, oldja meg az állam vagy a gyár. Azoknak van módjuk kényszeríteni. Rábeszélni, támogatni fölösleges is.”

A beszélgetések szemléleti keretei

A fentiekben csak néhány témát emelhetünk ki ankétjaink több száz oldalas, igen gazdag, bár természetesen egyes színvonalú anyagából — azokat, amelyek a leggyakrabban és a leghangsúlyosabban fordultak elő. A számtalan egyedi eset (nem ritkán személyes panasz) mellett megemlítendő még röviden, hogy a filmhez is kapcsolódva többször felvetődött a cigányértelmisség helyzete (vö. cigányklubjelenet a filmben), az egészségügyi helyzet, mely a tanulatlansággal együtt alkot ördögi kört: az iskolázatlan cigány csak nehéz fizikai munkát kap, ezt viszont szervezetének leromlott állapota miatt nem bírja — tehát visszatér a putriéletbe. Szóba kerül az is, hogy mit ad a magyar társadalom közösségi érzésben azoknak a cigányoknak, akik kilépnek szoros és meleg, összetartó nemzetségi jellegű cigányközösségükből és integrálódnak? Vannak-e olyan közösségeink, melyek vonzhatnák őket? (Szinte egyöntetű volt a válasz, hogy „nincsenek, magunknak sincsenek”).

Az anyagi felemelkedést tehát — így értékelték a vitázók — egy súlyos veszteség kíséri: az éltető közösség elvesztése.

Úgy véljük, hogy a cigánykérdés jelenleg *tagolatlan és differenciálatlan módon* éli a közvéleményben — legalábbis vitáink erre mutatnak. *Nincsen olyan elvi keret*, mely — ha nem is mindenkinek, de legalább az emberek jelentősebb csoportjai, rétegei számára — konzisztens módon „elhelyezné” a köztudatban a cigánykérdés sokfelé ágazó témaköreit. Ami a viták alapján biztosra vehető: a fajelmélet vagy annak tovább élő módosult maradványai sem jelentenek ilyen keretet, és ezt mindenképpen pozitívumnak kell tekintenünk. Nincs egységes vélekedés a cigány nyelv(ek) kérdésében sem, és abban sem, hogy a cigányok „nemzetiséget” alkotnak-e. Nemcsak, hogy egységes vélemény nincsen, hanem ezek a problémafelvetések még keretként sem szolgálnak a vélemények ütközéséhez.

A hozzászólásokban eklektikusan keverednek azok a véleményelemek, melyek a cigányság helyzetét lelki okokkal magyarázzák és melyek társadalmi-gazdasági okokat említenek. A *történeti szemlélet* úgy látszik, nagyon erősen *hiányzik* a cigánykérdésről való közgondolkodásból. A 40 vitából csak 27 alkalommal esett szó 1945 előtti előzményekről, és 25 vitán vetette föl egyáltalán

*Hann—Tomka—Pártos: A közvélemény a cigányokról. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 1979. 48. o.

valaki, hogy valamely cigányprobléma oka a történeti örökség lehet. Félreértések elkerülése végett: nem azt hiányoljuk, hogy a problémákat a hozzászóló „kenje a múlt rendszerre”. Éppen ellenkezőleg: mint korábban jeleztük, a pozitív felelősségvállalás jegyeként értékelhetjük azokat a hozzászólásokat, melyek szerint a cigányság mai helyzetét már nem lehet csak a múlt örökségével magyarázni.

Kevesebbet hivatkoztak a külföldiekre általában, mint a külföldi kisebbségekre. Ez és a (más) hazai kisebbségek említései jeleznek bizonyos orientációs pontokat vagy ilyenek keresését a közvélemény egyes rétegeiben. Összefoglalóan azt jegyezhetjük meg: talán nem is csoda, hogy amikor a magyar nemzeti tudat kérdései annyira tisztázatlanok, annyi vitára adnak alkalmat, mint napjainkban, akkor a magyarságon belül a cigányság helyzete kognitív tisztázatlan a közvéleményben és inkább emocionális síkon jelentkezik.

Félúton vagy útelágazásnál?

„A cigányság ma félúton van” — hangzott egyik vitánkon egy hozzászóló tömör véleménye. Talán nem belemagyarázás, ha ebben a megállapításban egy meghatározott véleményirány kifejeződését fedezzük fel: a cigányságnak van egy útja, egy útja van: a magyarságba való beolvadás, a hasonulás, az *asszimiláció*. A beszélgetések túlnyomó többségét ez a szemlélet hatotta át — *mind a nem cigány, mind a cigány résztvevők oldalán*. A cigányokat a vitázók aszerint ítélték meg, hogy mennyiben tudnak (hajlandók) hasonulni a „magyarok” — vagy ahogy a falusi cigányok fogalmazták: „a parasztok” — normarendszeréhez. Sőt, maguk a cigány hozzászólók is többségükben ezzel a mércével mérték saját magukat, értékeiket ezzel bizonyították, hibáikat ehhez mérve cáfolták.

Létezik ugyan egy másik út is, az *integrációé*, melynek során a cigányság sajátosságait, karakter- és kultúrabeli értékeit megőrizve találna meg helyét az országban. Vitánkon ezt az elképzelést kevesen képviselték. Az egyszerű cigányemberek számára ugyanis jelenleg az integrációs modellnek csak a hátrányai érzékelhetők. Ott, ahol nem asszimiláció történik, gettósodási jelenségek tapasztalhatók, és a cigányközösségek többé-kevésbé kiesnek a támogatások és javak állami felosztásának előnyeiből. Ezekből azok, akkor és annyian részesülnek, akik a „magyar” társadalomban feloldódtak és helyet kerestek. Ugyanakkor a beszélgetésekben világosan kirajzolódott az a *gyakorlati ambivalencia*, mely az asszimilációs álláspontot áthatja: még azok is, akik a magyarságba való beolvadást kívánják elérni, ezt a gyakorlatban kirekesztő módon valósítják meg; például a cigánylakás-építést a faluszéli Cs-házakkal. Nem feladatunk, hogy az asszimilációs és integrációs álláspontok vitájában* itt állást foglaljunk, a viták tapasztalatai alapján azonban egy zárókövetkeztetést meg lehet fogalmazni. Lehet, hogy ma a cigányság „félúton van”, de ez az út az asszimiláció felé vezet. Minden jel arra mutat: „rögös” és „gírbegurba” út ez, helyenként keserves „kényszerpályákkal”. Előfordul, hogy egyes emberek vagy közösségek megkísérlelnék „elágazó utat” keresni, erre azonban csekély a lehetőség.

E cikk szerzője szerint az lenne a megoldás, ha a jövőben a cigánykérdés megoldásának sokféle, a helyi igényeknek és lehetőségeknek megfelelő modellje alakulna ki, köztük egyaránt szükség lenne „asszimilációs” és „integrációs” típusúakra is. Csak így válhatna lehetővé, hogy a cigányság (bár a nem cigányok támogatásával — ez nélkülözhetetlen!) végül is saját sorsának alakító-jává váljon. Mint például a németfalusi fiatalember, CSÉPLŐ GYÖRGY.

* L. erről Csalog Zsolt — jelen gondolatmenetünket is részben inspiráló — kiváló cikkét a Kritika 1979/10. számában.

S. NAGY KATALIN

Kulturális kereskedelem és kommunikáció a köztereken

Egy felmérés tanulságaiból

A Tömegkommunikációs Kutatóközpont megbízásából vizsgálatot végeztünk* nyolc budapesti köztéren (Vörösmarty tér, Felszabadulás tér, Szentháromság tér, a Déli pályaudvar előtti tér, Móricz Zsigmond körtér, Újpalota, Moszkva tér, Boráros tér). Arra kerestünk feleletet: betöltik-e a közterek alapfunkciójukat, azaz mint közterek megfelelnek-e a kommunikációs funkciónak? Továbbá: milyen a közterek vizuális kommunikációs tárgyakkal való ellátottsága?

A kutatásról készült zárótanulmány megjelenik a Tömegkommunikációs Kutatóközpont kiadásában. Ebben a cikkben ebből csak két témával foglalkozom: a tereken található újság- és könyvadásokkal, valamint a személyes kommunikáció lehetőségeivel.

Újság- és könyvesboltok

Az újság- és könyvadások száma a nyolc vizsgált köztéren nagyon kevés. Egyáltalán nincs könyvadás Újpalotán, a Felszabadulás téren és a Móricz Zsigmond körtéren, újságadás pedig Újpalotán, a Szentháromság téren és a Felszabadulás téren.

A Moszkva téren, a Boráros téren és a Szentháromság téren egy-egy pavilonban, a Déli pályaudvarhoz vezető téren és a Vörösmarty téren könyvesboltban árúsítják a könyveket. A Vörösmarty téri „szabályos” (Kossuth) könyvesbolt gazdag választékkal, még idegen nyelvű kiadványokkal is rendelkezik. A Délihez vezető téren a könyvesbolt választéka a Vörösmarty téri bolthoz képest szegényes: főként ifjúsági könyvek, krimik és bestsellernek számító kiadványok találhatók, viszont van képzőművészeti és filozófiai könyvekből is kínálat. A Vörösmarty térnek két nagy kirakata van, mindkét kirakatban cég-tábla és mindkét kirakat fölött feltűnő méretű és a többi üzletétől eltérő típusú színes neonreklám. A kirakatban könyvek, plakátok; figyelemfelkeltő erejük van. Ezt a két kirakatot szakember tervezte meg, szinte biztosra vehető, hogy kirakatredező munkája. Ez azonban nyolc tér közül csak erre az egyetlenre

* A vizsgálat időpontja: 1978–79. A cikk az 1978-as állapotokat rögzíti.



1.

áll! A Déli pályaudvarhoz vezető téren a könyvesboltnak, akárcsak a többi üzletnek, egyik fala csupa üveg, így az üzlet egésze kívülről is látható. Az üvegfal két egységből áll: egyik az ajtó, a másik mögött polcok állnak, s azokon — főként — ifjúsági könyvek és útleírások. Az üvegen több helyütt kopott matrica „könyvesbolt” felirattal. A bolt beolvad a többi közé, sőt: a dohánybolt, a virágbolt és az édességbolt is hangsúlyosabb, feltűnőbb (több rajtuk a cégtábla, reklámszöveg, és a bejáratuk elé is helyeztek egy-egy információs táblát: a térről ezek jobban látszanak, mint az üvegen levő feliratok).

A Szentháromság téri pavilon alig észrevehető, pedig nemcsak könyveket árusít, hanem levelezőlapokat, diákat és néhány meglehetősen giccses műtárgyat is. A könyvanyag — akárcsak a pavilon külseje — szegényes: néhány, az idegenforgalomnak szánt, nem éppen dicsekedni való utikalauz, művészeti album. Ez a bolt a hazai könyvkiadást sem reprezentálja és a funkcióhoz, a vásárlóközönséghez sem megfelelően alkalmazkodik az anyag. Maga a pavilon nem éppen tetszetős: állaga rossz, inkább ideiglenes felállításra volna alkalmas valami távol eső helyen, mintsem a Várban, műemléki környezetben, az idegenforgalom kiszolgálására szántan.

A Moszkva téri pavilon jellegzetesen „gebines” pavilon. A célnak megfelelő, választéka is viszonylag változatos, a szűk helyből minden darabka célszerűen ki van használva, könyv könyv hátán zsúfolódva. Magából az eladóból semmi sem látszik: a kis nyíláson — amelyhez az átlagos magasságú vevőnek alaposan le kell hajolni, ha kérdezni akar valamit — legfeljebb az eladó keze és a könyv, illetve a pénz fér ki. Az effajta könyvespavilonoknál — és a hasonló újságosbódéknál — hiányzik a személyes kommunikáció lehetősége: a vevő nem látja az eladót, az eladó a vevőt, nézegetésre, böngészésre, véleménycserére nincs lehetőség. Ha két ember egyszerre akar vásárolni, ez sorbanállás nélkül már nem megy, mindenki gyors, türelmetlen áruvásárlásra kényszerül. A Moszkva téri eladó a beszélgetés és reklám hiányát zenezolgáltatással kompenzálja, figyelemfelkeltésül magnóról beatzenét szolgáltat. Maga a „kirkat” még esetlegesebb, mint a Délinél levő bolté. (A véletlenszerűségből következik, hogy pl. két egyforma könyv is kikerül.)

S ezek — a Délihez vezető téren és a Moszkva téren levő is — még jók a Boráros térihez viszonyítva! Az olyan elhanyagolt, hogy még zöldségárusításra is

méltatlan, nemhogy könyvárusításra. Az elárusító szinte hősiessé küzdelmet folytat, hogy a poros, leromlott környezetben tisztán tudja tartani a könyveket. A hely parányi, ráadásul annyira eldugott, hogy szinte alig észrevehető. Viszont „kipipálható”, hogy a munkáskerületekkel összekötöttség biztosító téren van (?) könyvárusítás. Állapota, állaga leginkább a két világháború közötti munkáskörnyezetben játszódó filmek hangulatát idézi, és a háború utáni éveket (egyébként akkor telepítették ide, s láthatóan meg is felejtkeztek róla azóta).

Az újságárusok bódéival sem sokkal kedvezőbb a helyzet. Vagy nincs, vagy kevés van belőlük. A „hírlap” feliratú bódék mindenütt egyformák, standardizáltak. Az elárusító láthatatlanul ül a szűk kuckóban, sokat nem lát a vásárlóból, de még az árukínálatból sem (nem is tudja figyelemmel kísélni, mi fogott el). A vevő önkiszolgáló módon lehajol vagy megkeresi azt, ami kell neki, vagy hosszasan mutogat, mire az elárusító a kiakasztottak közül elő tudja venni azt, amit igényelnek tőle. Válogatásra-lapozgatásra nincs mód, így vagy zsákbamacskát vásárol az ember, vagy marad a megszokott lapja mellett.

„Egy Esti”, „Nők Lapja, Magyar Nemzet, Autó-motor” — „egy húsz, „tizenkettő ötven” — így hangzanak a vevő és eladó közötti párbeszéddek. Merev, cellaszerű a bódé (rácsok az üveges részekben és drótok, spárgák, vasfogantyúk az újságokon); merev és személytelen az eladási mechanizmus is. Mindegyik újságosnál megkíséreltem, hogy vásárlás előtt belenéznek néhányba (20—40 Ft-ért kapható folyóiratokba!), és úgy döntsek, kell-e, vagy nem. Kézbe venni, lapozgatni azonban tilos ezeket. (Bizalmatlanság? Érdektelenség? Rossz üzleti szellem? A demokratikus közgondolkodás hiánya?) (1. sz. fotó.)

Nemcsak maga a pavilon, nemcsak a tálalás módja, de a választék is meglehetősen egyforma. A kívülről is látható újságok, folyóiratok, napilapok száma 20—35 között mozog. Legkisebb a kínálat a Móríc Zsigmond körtéren, legnagyobb a Boráros téren. Valamiféle tartalmi „hierarchia” figyelhető meg: a Vörösmarty téren főleg művészeti folyóiratokból és képes hetilapokból áll a kí-





3.

nálat, a Moszkva téren és a Móricz Zsigmond körtéren inkább napilapokból. A Boráros tériben a napilapok mellett a sportújságok a dominánsak, de külföldi napilapok és hetilapok is kaphatók (Pravda, Utunk stb.).

A tálalási mód nem elég informatív, a vizuális összkép nem elég megnyerő. A zsúfoltság tovább nehezíti a választást, az egy-egy folyóirat iránti érdeklődés ébredését. Az újságok takarják egymást: vagy csak a fejléc látszik, vagy csak a címlapkép, vagy ezeknek csak fele, harmada (2. sz. fotó).

Szürke, fekete, fehér

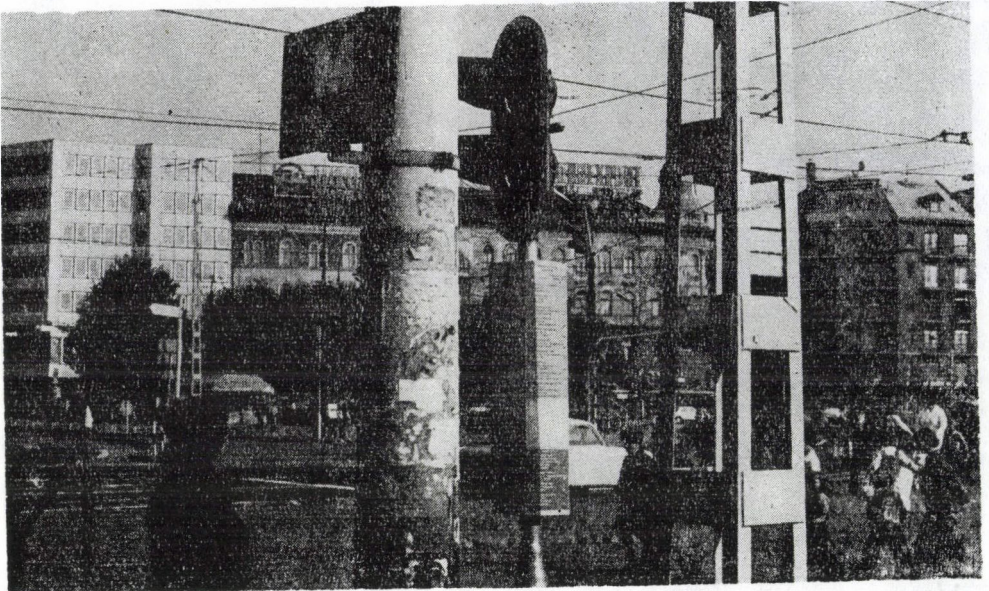
Jobbára reklámfogások nélkül, ötletlenül van az áru kirakva, a standok sem elég színesek, a szürke-fekete-fehér a domináns színösszeállítás, akárcsak a tereken általában (3. sz. fotó).

Mindenekelőtt érdemes megvizsgálni, vannak-e a tereken padok, ahol pihenni és beszélgetni lehet, vagy nyitott presszók asztalokkal, székekkel, ahol ehhez még fogyasztani is lehet (4. sz. fotó).

Olyan, ahol szinte a térre lehet kiülni, van a Vörösmarty téren, a Felszabadulás téren, a Szentháromság téren, a Délihez vezető téren és a Moszkva téren (itt tetőterasz formájában), nincs a Boráros téren; a Móricz Zsigmond körtéren pedig kocsmák, illetve kocsmá jellegűvé süllyedt presszók előtt figyelhetők meg kisebb-nagyobb csoportosulások, a bejárat körül zajlanak a beszélgetések.

A két új téren, Újpalotán és a Délihez vezető téren tudatosan, tervezetten meg van oldva a pihenés; a beszélgetések tárgyi feltételei is e két téren a legjobbak.

Újpalotán több változat is van: félkör alakú beton ülősor, melynek mindkét oldalára le lehet ülni, így az emberek akár egymással szembe fordulva is párbeszédet folytathatnak, ha az egyik fél a félkör külső, a másik a belső felén foglal helyet. A megoldás tetszetős, hatásos, a járószint körülöleli a mintegy 60 személynek helyet adó beton padsort. Az öntött háttámlák úgy csatlakoznak



4.



5.

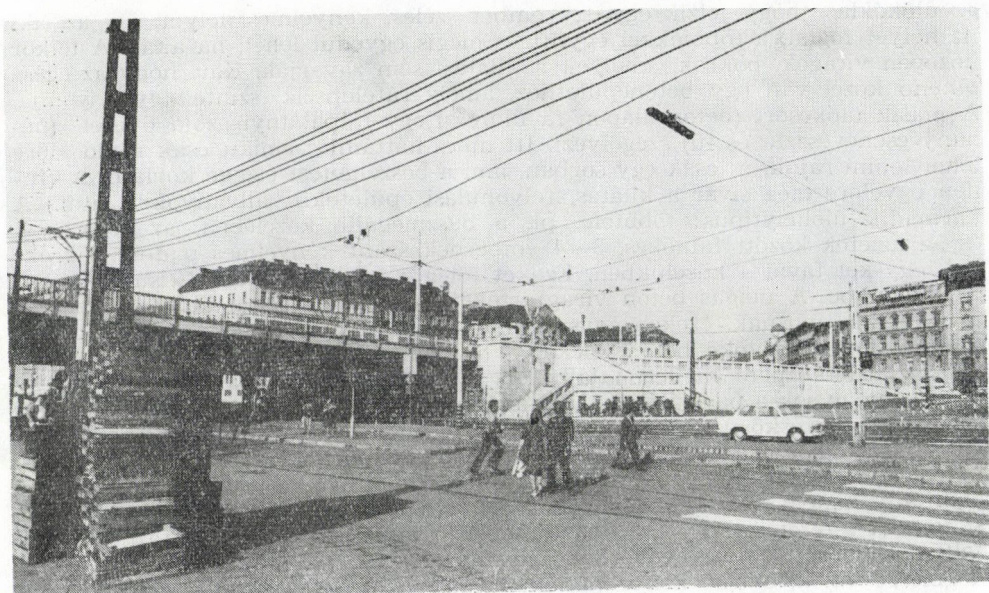
az ülőkékhez, hogy jelzik egy-egy ember széles, kényelmes helyét, így az, aki itt helyet foglal, a többiekkel együtt és mégis egyedül lehet, ha akar. A félkör közepén virágok, bokrok, amelyek a kilátást sem zavarják. Kár, hogy az egész pihenő közel van egy betonépülethez, amely rátelepszik, szinte agyonnyomja. A másik ülőkesort (beton alapon fa ülőrész) egy talpalatnyi „zöld övezet” (néhány csenevész fa és fű) szegélyezi. Itt nincs háttámla: emiatt csak rövid időre lehet leülni rájuk, és csak egy sorban, ami a beszélgetést eléggé korlátozza. (Innen egyelőre még sivár a kilátás, felvonulási épületekre, állványokra látni.) A harmadik ülőhelytípus: többféle, pl. a buszmegálló közelében, az eszpresszó és az üzletek között faülőkés, 3—4 embernek szánt kényelmes padok, bokrokkal, egy-két fával a közelükben. Ezeket főleg a babakocsit őrző kismamák veszik igénybe. A magas beton virágtartók közé beékelt beton ülőke tekinthető a negyedik típusnak, ezeken egyszerre 10—12 ember pihenhet ugyancsak egymás mellett. Az ülőke beton kocka, a háttámla beton lap. Ezek egyebek között az üzletközpont mellett található, túlzottan is annak aljában.

Viszonylag sok a pad, ülőhely Újpalotán, annak megfelelően, hogy a tér bevásárló-szolgáltató központ, és nagy, sok lakást magukba foglaló házak veszik körül: látszik, hogy a tervezők gondoltak e problémára. Az amúgy is rideg betonrengetegben azonban talán nem betonból kellett volna a pihenőhelyeket kialakítani, hanem más anyagokból, és élénk színekkel, hogy valamelyest ellensúlyozzák a teret övező szürke háztömegek hatását. Amellett az effajta lineáris felfűzésű ülősorok nem kedveznek a beszélgetésnek, inkább csak magányos üldögélésre valók, eléggé kényelmetlen még a közvetlen szomszéd felé fordulni is.

A Déli pályaudvarhoz vezető tér az egyetlen, ahol formatervezett ülőkék vannak. Élénk színű, jó formájú, deréktámlás ülőkéket rögzítettek félköríves beton-alapokra, mögöttük virágok, bokrok. Erős műanyagból vannak (a beton rideg, a fa hamar tönkremegy), esztétikusak és a gyerekek is fel tudnak mászni rájuk. Kellő távolságra vannak egymástól, magányos ücsörgésre, de a szomszédokkal való beszélgetésre is alkalmasak.

Ugyancsak jók itt a presszó előtti műanyag székek, amelyek az időjárás viszonyosságainak is ellenállnak és könnyen mozgathatók is. Mivel a téren viszonylag nagy a szabad átjáró felület (az aluljárók, tömegközlekedési eszközök, üzletek közötti gyalogosforgalom számára) és számottevő az emberek áramlása, igencsak elkelne még jó néhány mozgatható pad, ülőke stb. Ezek hiányában a lépcsőkre telepednek a fiatalok, nem ritkán a felnőtt férfiak is. A tér tagadhatatlanul jól vezeti a gyalogosforgalmat, a mobil ülőkékkel jól szolgálhatná a pihenést is.

Mozgatható padok egyelőre a nyolc tér közül csak a Vörösmarty téren vannak (bár ott is kevés és kezdik rögzíteni őket), holott a Vörösmarty térnek egyrészt a szobor körüli belső része (amelyet eredetileg is pihenésre szántak és korláttal választottak el), másrészt az átrendezéskor a Vörösmarty cukrászdáig és a Váci utcáig meghosszabbított, kifejezetten rekreációs funkciót szolgáló része kifejezetten igényelné a mobil ülőhelyeket. Ugyancsak mozgatható ülőhelyekre volna szükség a Szentháromság téren (a tér jellegéből, funkcióiból következően). Mind a két tér sétáló-, pihenőtér, kevés a pad, az ülőhely. Egy-egy presszó kiüléssel kiszolgálást is nyújt (mindkét téren), fogyasztás nélkül azonban nem lehet pihenni. Asztalaik, székeik viszont hangulatilag jól alkalmazkodnak a műemléki környezethez. A Vörösmarty-szobor körüli és a Szentháromság téren, a Mátyás-templom oldalbejáratával szembeni parkosított részen elhelyezett padok azonban erősen felújításra szorulnak. Sem a Vörösmarty téren, sem a Szentháromság téren nincs meg az igazi pihenés, a beszélgetés, az ülve, beszélgetve nézelődés lehetősége.



6.



7.

A Felszabadulás téren három presszó létesített — az utóbbi egy-két évben — teraszt nagyon szerencsés módon. Ezek üvegfallal vannak védve, így az időjárástól függetlenül működtethetők. Színesek, jól reklámozzák őket, a székek korszerűek, változatosak. Padok vannak errefelé a Kígyó utcában, a Petőfi utca és vele szemben a Károlyi utca torkolatánál is, alacsony beton virágtartók mögött, s mindkét oldalon, a buszmegállókhöz és az aluljáró kijáratához közel is. A padok, ülökék újak, színesek, illeszkednek a Felszabadulás tér többfajta funkciójához és az összképhez is. A nyolc tér közül a Felszabadulás tér vizuális összképe a legegységesebb, leginkább hat megtervezettnek és ebbe a látványba, vizuális kompozícióba a padok is jól illeszkednek. Úgy tűnik, hogy — a presszók ülőhelyeivel együtt — számuk is elegendő.

Elmondható, hogy az új vagy felújított tereken a tervezők figyeltek arra, hogy az embereknek legyen hol leülniük, megpihenniük, beszélgetésbe kezdeniük. Kivétel talán a Moszkva tér. Ez ugyancsak felújított — megtervezett tér. Itt a Gomba presszó tetőterasa az egyetlen hely, ahova kiülhet valaki (ezenkívül összesen két szűk kis presszó és egy állóbüfé található csupán a nagy kiterjedésű téren, és ezek is ápolatlanok). Pad mindössze néhány: a metróbejárat mellett, a 6-os villamos indulóhelyénél és a metrókijárat mögött, a villamos-végállomásnál. Nincs semmiféle ülőhely a parknak szánt zöldterületen, sem az 59-es, 61-es villamos végállomásánál húzódó hosszú gyalogjárdán (e mögött bokros, füves, dombos rész emelkedik), sem a felüljárók környékén, sem a pavilonoknál. Pedig a Moszkva téren állandóan, de hétvégeken különösen sok az egyedül vagy csoportban ácsorgó, várakozó ember; szinte érthetetlen, hogy a kihasználatlan szabad területekre miért nem telepítenek padokat. E téren a Moszkva tér a legellátatlanabb, talán még a Boráros térnél is hiányosabb az ülőhelykínálata.

A Móricz Zsigmond körtéren a Szent Imre-szobor körüli füves-virágos rész jól gondozott, a szobor felé fordulnak a pihenésre szánt padok. Ezeket legalább újságot olvasni, bóbiskolni lehet, ha beszélgetni nem is. A körtéren emellett másutt is található padok — még hozzá nem mereven elrendezve, hanem barátságosan elszórva, a villamos-, illetve buszmegállók közelében. Egy-egy padon 3—4 ember is elfér kényelmesen. Kár, hogy nem jutott belőlük a kihasználatlan járóterületekre, mint például a BKV-pavilon köré. Sokan itt is a villanyoszlopok beton aljzatát használják ülőhelynek, ami nem éppen veszélytelen.

A Boráros téren terelőláncok, és még ezen belül is egy alacsony drótkerítés és élősvény veszi körül a pihenőparkot, ahol a padokat elhelyezték. A fák, bokrok is kedveznek a pihenésnek. Kár, hogy ez a belső terület — a Boráros tér legjava! — is eléggé elhanyagolt, piszkos. Ülőhelyet másutt nem találni. A csepeli HÉV-re jórészt csak állva lehet várakozni (5. sz. fotó). A bérletpénztárral egybekötött váróterem állapota elképesztő, akárcsak a kocsmaké, az önkiszolgáló étteremé. Egyikben sem tanácsos hosszabb időre helyet foglalni.

Háttérbe szorított személyes igények

Úgy tűnik, hogy a terek különféle funkciói közül mindaz, ami az emberek személyes igényeihez van kötve — a pihenés, beszélgetés, várakozás, újságot olvasás, találkozás stb. —, eléggé hátrányos módon van megoldva. E mellett — tárgyi ellátottságukhoz hasonlóan — valamifajta szociális hierarchiát tükröznek. All ez a látványra, a vizuális összképre, hatásra is. A Vörösmarty téren ülök vagy a szobrot vagy a kirakatokat látják. A Déli pályaudvarhoz vezető téren ugyancsak kirakatok és a pályaudvar épülete keretezi a látóteret. A Szentháromság téren ülök a Halászbástyát és a Mátyás-templomot nézik akarva-akaratlanul.

A Felszabadulás téren a buszok, autók, a forgalom látványát a századfordulás épületek sokfajta épületdíszítő plasztikája keretezi, tarkítja. Újpalotán betonházsorok, a lakótelep látszik mindenfelé. A MórícZ Zsigmond körtéren a Szent Imre-szobor és a villamosok, buszok, autók forgalma. Ez a kizárólagos látvány-élmény a Moszkva téren és a Boráros téren is. Ráadásul sem itt, sem Újpalotán nem tartkítják, vidítják a látványt színes plakátok, változatos cégtáblák, fényreklámok. A pihenő-beszélgető ember a nyolc tér közül kevésen juthat olyan vizuális élményhez, amely elősegítené felfrissülését, és értékes, érdemleges vizuális közlések befogadásával gazdagítaná (6. és 7. sz. fotó).

GRÓSZ E. ANDRÁS

Rádiótörténeti dokumentumok

Az „igazi” rádió születése

Az „igazi” rádiózás első kísérletei Magyarországon 1909-ben kezdődnek, s ez a kísérleti szakasz 1925 őszig, a Magyar Telefonhírmondó és Rádió Részvénytársaság megalakulásáig tart.*

Az első, Csepel és Újpest között működő állomás azonnal felkelti a katonai körök érdeklődését. Kezdetől fogva jelen vannak a katonai szakértők, akik figyelemmel kísérik az eredményeket, és azokról napi jelentésekben számolnak be.

A kísérleti munka igazi helyszíne az Adria. Az „Előre” hajó árbocát meghosszabbítják, és így mintegy 30 méter magas antennatartókkal dolgozhatnak. A tengerparti állomás antennáját a fiumei vegyészeti gyár kéményéhez és egy magas oszlophoz erősítik, majd összeköttetést teremtenek Fiume és Ankona között. Itt kezdik el először az *elektromos detektor* használatát. A magyar adóberendezést Hollós műszaki tanácsos, valamint segítőitársai, Szvetics Emil és Tolnai Henrik postatisztviselők újra és újra átalakítják, továbbfejlesztik.

A csepeli adó történelmi pillanatai

Az első világháború kitorérésekor a magyar kormány két adót vásárol, hogy biztosítani tudja az összeköttetést Bulgáriával és Törökországgal. Ekkor kezdik meg a *csepeli adóállomás* építését is, amely nagy szolgálatot tesz a központi hatalmaknak.

Történelmi pillanat: 1917. november 30. reggel 9 óra 45 perc. Az állomás továbbítja — felsőbb utasításra — a központi hatalmak *külön békeajánlatát* Oroszországnak. A csepeli adó a Tanácsköztársaság idején 1919-ben vitt szerepe pedig már maga a történelem...

A mai rádióhallgatónak, aki félóránként hallgathat híreket, tetszése szerint vált hullámhosszat, ha kedve tartja, bekapcsolja hozzá a televíziót, s utána még

* Az 1893-ban alakult Telefonhírmondó RT. működésének kezdetétől fogva arra törekedett, hogy műsorait ne csak Budapesten, hanem — a postai telefonhálózat felhasználásával — a nagyobb vidéki városokban is lehessen venni. A sikeres kísérletek ellenére, anyagi eszközök híján csak Pest környéke volt hosszabb ideig bekapcsolva a hálózatba. A vállalat 1900. szept. 28-án külön hangversenyt rendezett a perzsa sah tiszteletére. A „Párisi Nagyrúház” égésekor pedig helyszíni közvetítést adott a tűzvészről.

átolvashatja napilapjának híreit is, nehéz elképzelni, hogy 1919-ben a Tanácsköztársaságnak csak egyetlen eszköze volt, hogy a világgal érintkezzen: a csepeli rádióállomás, közismert nevén: a szikratáviró. Az állomás nemzetközi jelentőségét jól érzékelteti Az Est című lapban 1919. december 23-án megjelent cikk:

„A magyar tanácskormány idején Leninnek 5 rádióállomás állt a rendelkezésére... Ezek közül csak a moszkvai volt a nemzetközi forgalomban használható. Moszkvából indult ki minden utasítás, mellyel Lenin az egész európai mozgalmat irányította. A Budapest melletti Csepel volt a legjobb magyar állomás, amelyen át Lenin tanácsai eljutottak az egész világba.”

A tulajdonképpeni rádiós munkát a Tanácsköztársaság alatt vörös távirásztisztek végezték. Budapestről minden távirat betűjeles Hughes-gépen jutott ki Csepelre, s a Csepelre érkezett szikratáviratokat szintén ezen a gépen továbbították a szovjet-házba (a Hungária-szállóba). Csepel mellett Moszkva a következő városok rádióállomásaival állt kapcsolatban: Berlin, Kiel, Namen, Friedrichshafen, Baden bei Wien, Deutsch Altenberg, Párizs, Lyon.

A moszkvai szikratáviratokat Budapest vette a legjobban, július 12-én egy párizsi hírt is csak Moszkván át kapott meg a budapesti tanácskormány:

amerikai szikratávirat jelentette Lyonból:

„A párizsi konferencia Csehszlovákország, Románia és Jugoszlávia képviselőivel a Magyarország elleni katonai akciókról tárgyal. Megpróbálunk egy hét múlva pontos információkkal jelentkezni.” (Távirat vége.)

Csepelen tudták, hogy Moszkvával este 11 órakor beszélhetnek, s ilyenkor Csepelen is, Moszkvában is a készüléknél kellett lennie valakinek, hogy továbbítsa vagy fogja a táviratokat. Lenin és Kun chiffre-táviratokat váltott, s ha csak egy betű is elveszett a táviratok szövegéből, az üzenet rejtély maradt. A légköri zavarokból sok baj, félreértés, kellemetlenség is adódott. Egy eset a sok közül:

Rudnyánszky, a magyar tanácskormány moszkvai követe megvádolta a csepeli rádióállomást: hanyag a személyzet, szabotálnak. Szamuely vezette a vizsgálatot. Az állomás naplójában a kérdéses időben gyakran ott állt (egyszer 10 napon át!) három betű: Q R N=légköri zavarok. Kun meg is táviratozta a követnek: „A rádióállomás ellen felhozott vádjai alaptalanok.”

Lenin számára nagy jelentősége volt annak, hogy a csepeli állomáson át jelentéseket kaphatott a Spartacus-Bundról, értekezhetett a cseh mozgalom irányítóival s az Avanti bécsi tudósítójával, aki összekötő volt az olasz és a szovjet kommunisták között, továbbá a franciákkal való csekély érintkezés is Budapesten áramlott keresztül. Ugyancsak a csepeli rádió közvetítette az Oroszországban járt angol és amerikai újságírók tudósításait is — melyek annál könnyebben és gyorsabban tették meg ezt az utat, minél kedvezőbbek voltak a Szovjetunióra nézve. A szovjet távirati iroda, a Rosta közleményei a csepeli rádióállomás révén úgyszólván naponta megtalálták az utat az európai és amerikai sajtóhoz.

A csepeli rádió 1919. augusztus 4-én, délután 18 óráig szolgálhatott híradással a nemzetközi munkásmozgalomnak, ekkor tette rá kezét a Budapestre bevonuló román királyi hadsereg nevében Nicolae R. Stefan alezredes. Az első szikratávirat, amelyet a románok továbbítottak, így hangzott:

„A nagy vezérkarnak, az erdélyi csapatok parancsnoksága útján. BUKAREST. Kérem jelenteni PREZAN tábornok úrnak, hogy Budapestet elfoglaltuk. MARDERESCU tábornok.”

Néhány év múltán, 1921 őszén Csepelen 5 kW-os táviróadót állítottak fel. Az adó egy évtizeden át napi 18—20 órát üzemelt. 1923-ban Paskay Bernát műszaki igazgató javaslatára a kereskedelemügyi minisztérium németországi tanulmányútra küldte Erdöss Gyulát és Jurcsek Viktort, a Postakísérleti Állomás két mérnökét. (Itt, ha zárójelben is, de meg kell említeni a Postakísérleti Állomás áldozatos munkáját, amit a magyar rádiózás megteremtésében tett, és tesz ma is.)

A közönség műsort kér

Ugyanebben az évben a Postakísérleti Állomás igazgatója a berlini HUTA cégnél 2 db 250 W-os *táviró telefonadót* rendelt. Az egyiket Csepelen állították fel — ez a mai nagyadó öse —, s az MTI közgazdasági hírszolgálatát látta el. Először a mikrofon is Csepelen volt, majd — erősítő berendezés beiktatása után — az MTI Városház u. 10. alatti helyiségében állították fel. Ezen az adón közvetítette 1924. III. 15-én a Postakísérleti Állomás (Paskay műszaki igazgató vezetése mellett) az első kísérleti műsort, a nemzeti ünnep alkalmából.

Levelek, kérések özöne árasztotta el a kísérleti állomás vezetőjét: *a közönség sürgette a rendszeres műsort*. Új adóra volt szükség. A Gyáli úti Postakísérleti Állomás udvarán egy bútorszállító kocsiban helyezték el a mai stúdió őseit. Itt kezdték el a próbaműsorokat: minden kedden, csütörtökön és szombaton este 20 órakor az 565 méteres hullámhosszon, 2 kW-os energiával. Az adások idején Magyar Endre mérnök személyében volt bemondó és rendező. Nem kis gondot okozott a vezetőségnek, hogy nehéz volt szereplőket találni. Az alábbi levél egy évvel később kelt ugyan, de jól érzékelteti az akkori viszonyokat:

„Igazgató Úr!

A színészekkel való tárgyalásaim során olyan szokatlan nehézségekbe ütköztem, hogy jó lenne ezzel a kérdéssel bővebben is foglalkoznunk.

A művészek java, akikkel a múlt héten voltam bátor tárgyalni, sajnos nem vállalja a szereplést, mondván, hogy ők csak úgy tudnak játszani, ha közönségük is van. Ezt én méltányolva hallgattam, és meggyőzőleg próbáltam megmagyarázni, hogy egy új szórakoztató műfaj született, megértetvén velük, hogy minden művész bábája lehetne ennek az új művészetnek.

Hozzátettem azt is, hogy ez ideig egyáltalán nem volt olyan szórakoztató intézménye Magyarországnak, amely nap nap után, s a nap jelentős részén át, úgyszólván szakadatlanul szórakoztató műsort adott volna. Javaslatom: A Rádió Vezetősége lépjen kapcsolatba a művészekkel, talán a személyes barátság meggyőzi őket igazunkról!

1925. dec. 9.

Kern Aurél
Művészeti Tanácsadó”

Az 1930-ban megjelent „Rádió Élet” statisztikát közöl az eltelt 5 év munkájáról. Többek között arról is, hogy 1925-ben, a rádió első évében, heti 150 levél érkezett a hallgatóktól. És a levelekre akkor is válaszolni kellett. 1925—1926-ban a levelezéssel összesen egy adminisztrátornó foglalkozott. Arra is volt ideje, hogy értékelje a leveleket, mint ez feljegyzéséből kiderül:

„Az ismeretlenek és teljesen kezdők elképzelhetetlen rohamot indítottak ellenünk. Sokan küldenek be színdarabokat, szerepelni akarnak, és még olyan paksamétát is találtam, amelyben valaki a másnapra várható híreket előre leírja.”

A rádió mérnökei járják a világot, feljegyzéseket, jelentéseket készítenek a legújabb berendezésekről. Ezt követően érkeznek meg az első REISS-mikrofonok, melyek „hangszínezete” meglepően jó. Kikérik a közönség véleményét is. A hallgatók a legkisebb eredménynek is örültek. Százzámra érkeztek a hálás és elégedett hangú levelek. Amikor elterjedt a híre, hogy hetente háromszor van próbaadás, valóságos népvándorlás indult meg a laboratórium felé. Az állomás vezetője hangszórót szereltetett fel az udvaron, ahol „a tömeg, mintha templomban lenne, csendben hallgatta az előadást. Egy pissenést sem lehetett hallani”. Egy hónap után beszüntették a próbaüzemet, amit a szaksajtó is és a közönség is fájó szívvel vett tudomásul.

Az átmeneti időben a műegyetemi rádióklub rendezett néhány hangversenyt, amihez a telefonhírmondó ajánlotta fel helyiségét. Amikor 1924 augusztus közepén a budapesti adó a postások jóléti intézményei javára rendezett hangversenyét közvetítette, nagy öröm éri a rádiósokat: távirat érkezik Angliából, egy amatőr Londontól 200 kilométerre az adást végig kifogástalanul vette és hálásan köszöni.

Aláírják a hírszórás engedélyt

Éz idő tájt lázas tempóban épül a Rákóczi úti stúdió. Szeptember elejére kész az új stúdió: egy 6×6 méter terjedelmű, 4×5 méter magas terem. Falait karakül függöny borítja, padlóját filcszőnyeg fedi. Külön vezeték köti össze a 2 kW-os csepeli postai adóállomással. A stúdióban egy Bänchen és egy Reiss mikrofont állítanak fel. (Az építkezéseket és a műszaki munkálatokat Paskay Bernát postai műszaki főigazgató és Szvetics Emil mérnök vezette — az akkori legkorábbi követelményeknek megfelelően.)

Az új, modern berendezési tárgyakat a Postakísérleti Állomáson tervezték és készítették el. Itt készült az úgynevezett „szünet alatti” adó is. Szünet idején az adó bekapcsolt egy önműködő szerkezetet, mely rövid időközönként a „Nagybercsényi Miklós” motívumot adta. Az első próbaadásokat még a Postakísérleti Állomás rendezte az 572 méteres hullámhosszon. Szeptember 27-én, a Városi Színházból már a Tosca előadását közvetítették. A Magyar Rádió Újságban ez áll az adásról:

„A városi színházból közvetített Tosca előadásról az elragadtatás hangján kell megemlékeznünk, s a beérkezett értesítések, levelek is egyöntetűleg csak dicsérőleg emlékeznek meg az előadásról.”

Akad még gond is:

„A zenekari számok még sok próbát igényelnek, különösen az egyes hangszereknek a mikrofon előtt való elhelyezése tekintetében.”

Genfben, 1925. április 4-én a rádióállomások tulajdonosai nemzetközi szervezetet hoztak létre, melynek első feladata a hullámhosszak egységes rendezése volt. A genfi értekezleten a budapesti adó az 572 méteres hullámhosszat kapta meg.

Éz idő tájt még tisztázatlan volt a rádiókészülékek kötelező bejelentésének rendje. Meglehetősen nagy feltűnést keltett, amikor a budapesti Járásbíróság pénzbüntetésre ítélte egy amatőrt, aki rádióvevő-készüléket szerelt fel, és azt üzemben tartotta. Ugyanekkor ugyanis megközelítőleg 10 ezer készülék működött, s ezek tulajdonosai valamennyien büntetést kaphattak volna. A posta az adott helyzetben nem kutatta, hogy ki tart üzemben rádiót, s így a 10 ezer ve-

vökészülék tulajdonosa ingyen szórakozott. Végre 1924. nov. 10-én a kereskedelmi miniszter 32 250 sz. rendelete értelmében a „rádiós kérdések elrendezést nyertek”, majd aláírták a „rádiós hírszórás engedélyét”, mely szerint a rádió koncesszióját Magyarország területére a Telefonhírmondó Rt. kapta meg. A koncessziót elnyerő részvénytársaság megtette a szükséges intézkedéseket, hogy 1925. december 1-én megkezdhesse a rendszeres műsorszórását.

Az új *Telefonhírmondó és Rádió Rt.* igazgatója Szóts Ernő lett, a művészeti tanácsadó Kern Aurél. A rendezői munkakört Gyarmathy Sándor töltötte be. A stúdió állandó zongorakísérője ekkor már Polgár Tibor. A beszélő tisztelet a telefonhírmondó kedvelt bemondói: Scherz Ede és Radó Árpád látták el. A rádió műszaki feladatainak nagy része Tomcsányi István főmérnökre és Magyar Endre mérnökre hárult.

Megkönnyítette az indulást, hogy az új intézmény átvehette elődjének, a telefonhírmondónak jól bevált gyakorlatát, tapasztalatait, mindenekelőtt pedig felhasználhatta a telefonhírmondó meglévő vezetőkeit.

Beindul a rendszeres műsorszolgáltatás

Az ünnepélyes megnyitó 1925. december 1-én „nagyszámú előkelő közönség részvételével” 20 órakor vette kezdetét. Demény Károly államtitkár, a Magyar Királyi Posta vezérigazgatója magyar, francia, és angol nyelvű beszédében így jelentette be az „igazi” magyar rádió beindulását:

„A Magyar Rádióhírmondó budapesti alállomása, mint a magyar találmányú fémfővezetékes telefonhírmondó utóda, nagyszerű elődjének modern stúdióvá átalakított helyiségeiből most kezdi meg hivatalosan működését és rendszeres programját, amelyet a Magyar Posta technikai eszközeivel, a csepeli állomás útján, az 546 m-es hullámhosszal szór szét az éterben.

Ezzel bevonult a magyar művelődés rendszerébe egy új, jelentős tényező, amely nagy feladatokra hivatott, egyrészt népünk oktatása és kulturális emelkedése terén, másrészt a magyar műveltségnek, kivált a magyar zenének és általában a magyar névnek a külföldön való megismertetése terén.”

Az ünnepi beszédek elhangzása után a jelenlevők felvették a termekben elhelyezett fülhallgatókat és „átszellemült arccal” hallgatták a megnyitó hangversenyt. A műsor:

1. Nagyária Donizetti Linda c. operájából, éneklő Sándor Erzs. 2. Hubay Jenő: Csárdajelenet. 3. Kálmán diák dala a Farsangi lakodalomból, éneklő Székelyhídi Ferenc dr. 4. Régi magyar dalok a XVII—XVIII. századból: Kern Aurél feldolgozásában. 5. Bartók: „Allegro Barbaro”.

S a rendszeres műsorszolgáltatással kezdetét vette a mindennapi kemény munka. A Magyar Rádióhírmondó első életévének főbb eseményei:

December 18-án színházi közvetítés az Operaházból. Itt már három mikrofont használtak. Még ebben a hónapban felszerelik az első kórházi rádiót a Vöröskereszt Kórházban: fejhallgatókat helyeznek el a betegágyaknál, s úgy találják, hogy „ez a találmány igen kedvezően hat a betegek kedélyére”.

Március 4-én a hullámhossz 560 méterre változik.

Március 13. Az első gramofonadás a stúdióból, „hangosan játszott lemezeiről”.

Március 26. Technikai probléma. Budapest a bécsi adó közelsége miatt kénytelen az 566 méteres hullámhosszon adni.

Április. A Postakísérleti Állomás saját készítésű 6 lámpás Ultradyn készülékkel fogja az egyes külföldi állomásokat. S az adásokat — kísérletképpen —

a budapesti rádión át közvetíti. Bécset telefonon, közvetlen áramkörön veszik és adják a budapesti adón. *Ez a kísérlet volt a külföldi közvetítés őse.*

Ugyanebben a hónapban szerepel a mikrofon előtt *Babits Mihály, Mórícz Zsigmond, Kosztolányi Dezső, Bartók Béla.* A stúdió esténként már „Grafonóla” tanczenét is ad. Összeállítója és karmestere Klein Ottó, aki a hírlapi tudósítás szerint: „az egyes számokat angolul is konferálja”. Kísérletek folynak a pontos idő adására is, rendszeresítése azonban még várat magára.

Április 30. Az első hírszóró relézés: Tárnokról, a Posta nagy rádióvevő-állomásáról jut el a hang a kísérleti állomásra, majd az erősítés után tovább, Csepelre.

Május 3. Először szólal meg a „Mit üzen a Rádió?”

Május 16. Az első operettközvetítés a stúdióból. *A János vitézt* 34 tagú együttes adta elő, rendezte: Gyarmathy Sándor.

Május 19. Az első viharszünet!

Május 25. Kísérletképpen előadják a stúdióban Mozart: „Színházigazgató” c. egyfelvonásos operáját Szikla Adolf vezényletével. Szereplők: Dessewffy Izabella, Kőszeghy Teréz, Závodzky Zoltán.

Május 25. Németh Antal előadást tart „A modern színpadművészet fejlődése” címmel.

Júniusban felolvasást tart Schöpflin Aladár, Zilahy Lajos, Karinthy Frigyes. Szerepel: Dénes Oszkár, Alpár Gitta, Medgyasszay Vilma.

Június 20. Az első helyszíni közvetítés a Margitszigetről (vitézavatás).

A hétfő esti „Mit üzen” mellé csatlakozik a keddi „Rádió amatőr posta”, ebben Magyar Endre műszaki kérdésekről közérdekű előadásokat tart. Folynak a jogi, sportelméleti, egészségügyi előadássorozatok s az új műsor, az „Asszonyok tanácsadója”.

Június 22-én először — színműelőadás a stúdióból. (Megindulnak a viták: hogyan hat a rádió a színházak látogatottságára. Bárdossy Artur véleménye: a rádió nem konkurrens, hanem támogatója a színháznak.)

Kezdetét veszi a gyermekeknek szánt adás: Szalai Oszkár („Oszkár bácsi”) és Zsombók Zoltán („Bergengóc bácsi”) működik közre.

Az 1925-ös év nyara igen esősnek bizonyult, sok a vihar, zivatar. Országosan terjedt a babona, hogy a rádió befolyásolja az időjárást. Cikkek, előadások igyekeznek eloszlatni e tévhitet.

Július végén rendeletet hoztak a hatóságok az orvhallgatók ellen. (Egy ideig a hírek után rendszeresen közölték azoknak a névsorát, akiket orvhallgatás miatt megbüntettek.) Az előfizetők száma az 1925. december végi 17 072-ről 1926. novemberére 56 383-ra emelkedik. Az előfizetők több, mint fele budapesti. Különösen a falusi hallgatók aránya alacsony.

Az első évet záró közgyűlésen a Telefonhírmondó és Rádió Rt. igazgatósága sajnálattal állapítja meg, hogy az előfizetők száma nem gyarapodott olyan arányban, mint ahogy a vállalat remélte. Leszögezték: a rádió az egész országban csak akkor terjedhet el, ha ehhez országszerte megteremtik a kedvező vélteli lehetőségeket.

Vélemények a lakáshoz jutásról, a lakáskérdés megoldásának távlatairól

Néhány éve (a Tömegkommunikációs Kutatóközpont 1977-ben végzett közvélemény-kutatása szerint) a városi lakosság általában úgy vélekedett, hogy inkább az anyagi vagy társadalmi előnyök (magas beosztás, összeköttetések, családi támogatás stb.) teremtenek jobb alapot a lakáshoz jutáshoz, mint a lakáspolitikában megfogalmazott kívánalmak (pl. fiatal házások előnyben részesítése, szociális körülmények, gyermekszám figyelembevétele).

Az elmúlt évben (a budapesti bérlakásigénylők és magánérőből építkezők körében végzett véleményfelmérések alapján) megállapítható volt, hogy szinte valamennyi megkérdezett azt tartotta: *vannak* olyan emberek, akik az átlagosnál könnyebben, és vannak olyanok, akik az átlagosnál nehezebben jutnak lakáshoz. Arról azonban már kevésbé voltak tájékozottak a kérdezettek, hogy vannak-e olyan *rétegek*, amelyeket az állam előnyben részesít. (A bérlakásigénylőknek — akik pedig igénylésük elfogadásakor maguk is tapasztalhatták, melyek a jogosultság elbírálásának szempontjai — 15%-a például úgy választott: nem tudja, egyáltalán részesít-e valakit előnyben az állam, 7%-uk pedig kifejezetten úgy tudta: az állam nem részesít senkit előnyben.)

Igen jellegzetes, hogy a protekció, a jó összeköttetések, az ügyeskedés, a csúszópénz milyen nagy súllyal jelentkezik a bérlakásigénylők vélekedésében: számukra ugyanis a lakáshoz jutásnak ezek az útjai — társadalmi helyzetükből, anyagi körülményeikből következően — járhatatlanok. A magánérőből építkezők ellenben a rossz szociális helyzetet (amelynek ők nem részesei) előnynek gondolják — saját helyzetükhöz képest — a lakáshoz jutásban. Ezzel egybevág, hogy a — túlnyomórészt szellemi foglalkozású — magánérőből építkezők szinte kizárólag a munkásokat említették a lakáshoz könnyebben jutó foglalkozási csoportként. Ugyanakkor viszont a bérlakásigénylők között (akik többségükben maguk is munkások) alig akadt olyan, aki e tekintetben előnyösnek tartja a munkásfoglalkozást. Ők sokkal inkább azt tartják, hogy főként a divatos foglalkozásúak (sportolók, színészek, művészek, orvosok, ügyvédek) jutnak könnyen lakáshoz. Mindkét csoportban általános az a vélemény: nehezíti a lakáshoz jutást, ha valaki egyedülálló, nincs gyermeke, fiatal házaspár vagy egygyermekes.

Hogy miként alakul a lakáshelyzet a jövőben, illetve mikor oldódik meg az országban a lakáskérdés, arról a megkérdezettek véleménye határozottabb, egyben pesszimistább is, mint 1977-ben a városi lakosságé volt: akkor ugyanis a városiak 32%-a adott olyan választ: nem tudja, mikor oldódik meg a lakáskérdés, 20%-uk azonban ezt 10 éven, további 9%-uk pedig 15 éven belülre várta. A múlt évre a határozatlan véleményűek aránya erősen csökkent, viszont jelentősen megnőtt azoké, akik szerint a lakáshelyzet soha nem oldódik meg.



(A bérlakásigénylők 23⁰/₀-a, a magánérből építkezők 14⁰/₀-a válaszolt így. Az általános városi mintának csak 9⁰/₀-a volt ennyire pesszimista.)

Azok többsége, akik a megoldásra vonatkozóan időpontot jelöltek meg, általában 20 évnél, illetve 25 évnél hosszabb időre számít. E vélemény a magánérből építkezőket inkább jellemzi: 21⁰/₀-uk 20—24 év közöttre, 32⁰/₀-uk pedig 25 évre vagy még későbbre teszi a lakáshelyzet megoldását. A bérlakásigénylők-nél ezek az arányok alacsonyabbak: 16—16⁰/₀. A bérlakásigénylők között több optimista van (14⁰/₀), mint a másik csoportban (6⁰/₀) — ők azt gondolják, hogy a lakásproblémák 10 éven belül megoldódnak —, de mindkét csoportban kevesebb az optimista, mint általában a városi lakosság körében, akiknek — mint említettük — 20⁰/₀-a reméli, hogy a lakáshelyzet 10 évnél rövidebb idő alatt rendeződik.

Azok, akik szerint a lakáshelyzet megoldásához 10 esztendőnél is hosszabb idő szükséges, ennek okát is megjelölték. A városiak (1977-ben) ezt elsősorban ún. társadalmi okokkal hozták összefüggésbe (pl. igények újratermelődésével, a népesség növekedésével). Az 1979-ben megkérdezettek inkább a lakásépítések elmaradottságára, lassú ütemére, nem eléggé előrelátó tervezésére gondolnak. (A bérlakásigénylők 62⁰/₀-a, a magánérből építkezőkének 72⁰/₀-a jelölte meg ezeket az okokat.)

A pesszimista időbecsléseket társadalmi okokkal is kapcsolatba hozták a megkérdezettek; a bérlakásigénylők sűrűbben (31⁰/₀), a magánérből építkezők ritkábban (18⁰/₀). Ezen belül elsősorban a lakásgazdálkodást, lakáselosztást tartják a gyors, kedvező megoldás fő akadályának.

P. J.—S. M. E.

Munkaerőhelyzet, munkafegyelem, munkabér

A munkaerőhelyzet, a munkafegyelem és a bérezés egymással szorosan összefüggő kérdései — amelyek a szakértők szűkebb rétegén túl a munkavállaló népség egészét foglalkoztatják — az utóbbi időben különleges hangsúlyt kaptak a közgondolkodásban. Az idevágó nézetekről a budapesti lakosság és az üzemekben dolgozó mérnökök és közgazdászok körében 1979 decemberében végzett felmérés alapján adunk képet.

Van-e munkaerőhiány?

A megkérdezettek — szinte egyöntetűen — azt tartják, hogy a jelenlegi gazdasági helyzetben az egyik legfontosabb feladat a munkaerőgondok megoldása. A munkaerőhelyzet megítélésében azonban lényegesek a különbségek; a budapestiek között kétszer annyian beszéltek *valóságos* munkaerőhiányról, mint a mérnökök és közgazdászok körében. Ez utóbbiak szerint nincs valóságos munkaerőhiány, csak különböző okokra visszavezethető kapun belüli munkanélküliség.

A véleményeket elsősorban és közvetlenül a munkahelyen tapasztaltak befolyásolják. A budapesti aktív keresők 68⁰/₀-a szerint *munkahelyén vannak olyan szakmák, munkakörök, ahol hiány van, viszont 50⁰/₀-uk azt tapasztalja, hogy olyan területek is vannak, ahol a szükségesnél több a foglalkoztatott.*

A munkaerő-átcsoportosításra és az új bérezési feltételekre vonatkozó intézkedések erősen befolyásolják a közhangulatot. A nem saját akaraton alapuló munkahely-változtatásról (áthelyezésről) a budapestiek csaknem fele nyilatkozott úgy, hogy nem tekinti elfogadhatónak a gazdasági problémák egyéni érdekeket sértő adminisztratív megoldását. *Egyharmaduk bizonyos feltételek mellett egyetért ilyen intézkedéssel* (mely a vizsgálat időpontjában hivatalosan még nem került nyilvánosságra). Feltételeik sorrendje: magasabb jövedelem; szakmán belül maradás; jobb munkakörülmények.

Hogyan dolgozunk?

A megkérdezett budapestiek 42⁰/₀-ának az a véleménye, hogy saját munkahelyén *az emberek munkával töltik el a teljes munkaidőt*, 47⁰/₀-uk szerint *kevesebbet dolgoznak annál, s 11⁰/₀-uk szerint gyakran túlóráznak, többet dolgoznak, mint a törvényes munkaidejük*. Az üzemi értelmiség ennél lényegesen kedvezőtlenebbnek ítélte a helyzetet: 72⁰/₀-uk szerint az emberek munkaidejüknel *kevesebbet dolgoznak*. Az okok között mindkét csoport elsősorban szervezési és anyagellátási gondokat, másodsorban a munkafegyelem hiányát említette.

A budapesti aktív keresők 46⁰/₀-a, az üzemi értelmiség 43⁰/₀-a szerint ma Magyarországon *az emberek többsége hanyagul, lelkiismeretlenül végzi a munkáját*. 51⁰/₀, illetve 57⁰/₀-uk viszont úgy véli, hogy a *hanyag, lelkiismeretlen munkavégzés — a dolgozóknak csak egy töredékére jellemző*.

A hanyagság, lelkiismeretlenség okaként leggyakrabban *gazdasági tényezőket* említettek (az érdekeltség, felelősség hiányát, a bérezést, a differenciálás hiányát), valamint a *vezetőket, felsőbb szerveket tették felelőssé*. („A vezetők nem törődnek eléggé a dolgozók munkavégzésével, nem állítanak követelményeket, és saját munkájukkal sem mutatnak követendő példát.”) Gyakran hoz-

ták fel okként továbbá azt, hogy az emberek túlságosan biztonságban érzik magukat, mert munkanélküliség nincs, és a rossz munka sem von maga után elbocsátást.

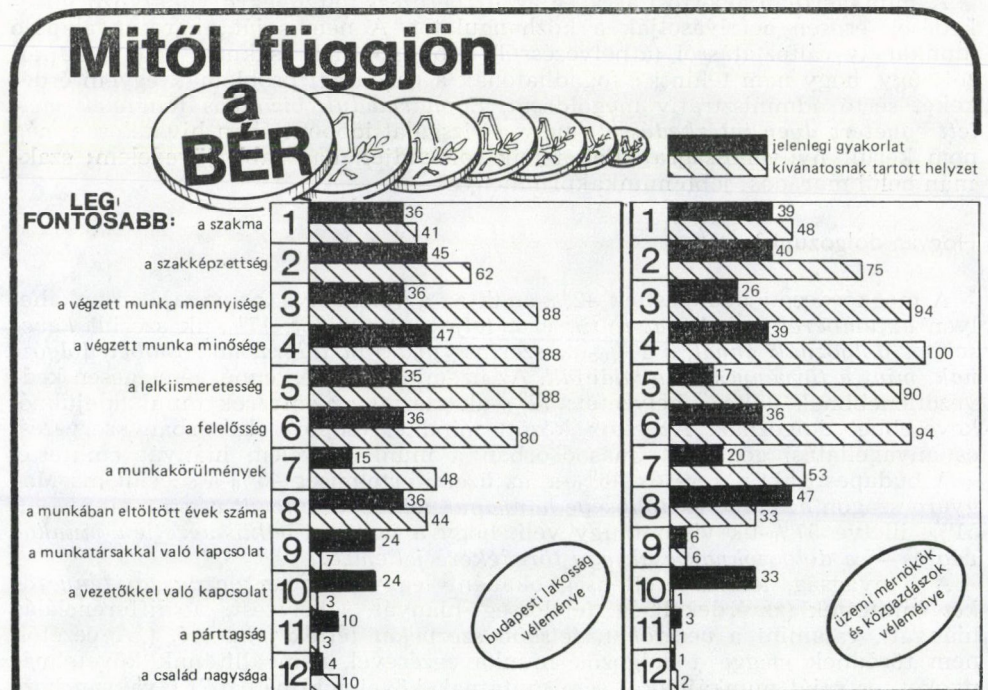
Mitől függjön a bér?

A megkérdezettek véleményt nyilvánítottak arról is, hogy munkahelyükön mely szempontok játszanak szerepet a bérek kialakításában és egyúttal arról is, hogy mit tartanak kívánatosnak a gyakorlatban.

Lényeges véleményezőráadás mutatkozik az egyes tényezők jelenlegi és kívánatos szerepének megítélésében.

A budapesti aktív keresők és az üzemi mérnökök, közgazdászok a legnagyobb jelentőséget négy tényezőnek tulajdonítják: az elvégzett munka minőségének; az elvégzett munka mennyiségének; a lelkiismeretességnek és a munkával járó felelősségnek. A közvéleményben — a népgazdaság érdekeivel összhangban — az tükröződik, hogy a jó, lelkiismeretes munka anyagi elismerése eddig nem volt kielégítő, de szükséges és kívánatos a jövőben. A budapesti aktív keresők 16%-a helyesnek, 84%-a pedig helytelennek tartotta, hogy a *dolgozók munkabére a vállalat eredményességétől is függjön*. Az utóbbiak két dologra hivatkoznak a leggyakrabban. Egyrészt arra, hogyha a dolgozóknak nincs rá lehetőségük, hogy aktívan részt vegyenek a vállalati döntésekben vagy befolyásolják a vállalat tevékenységét, ne is viseljék ennek következményeit, másrészt arra, hogy ez az új bér differenciáló tényező szerintük nehezen egyeztethető össze „az egyenlő munkáért egyenlő bért” elvével.

Az üzemi értelmiség a gazdasági élet követelményeinek nagyobb fontossá-



got tulajdonított. 42%-uk kívánatosnak tartja, hogy a vállalati eredmények és a munkabér között közvetlen kapcsolat álljon fenn. Azt tartják, hogy ezzel a munkaerő-áramlás is jó irányba ösztönözhető, és ez az egész népgazdaságra egészséges hatással lesz.

F. K.

Magyarország külpolitikájáról, nemzetközi kapcsolatairól

A külpolitika olyan témakör, amelyben csak úgy alkotható reális kép az emberek véleményéről, ha figyelembe vesszük külpolitikai érdeklődésüket. A budapestiek többsége (összevonva egy csoportba a nagyon és a közepesen érdek-



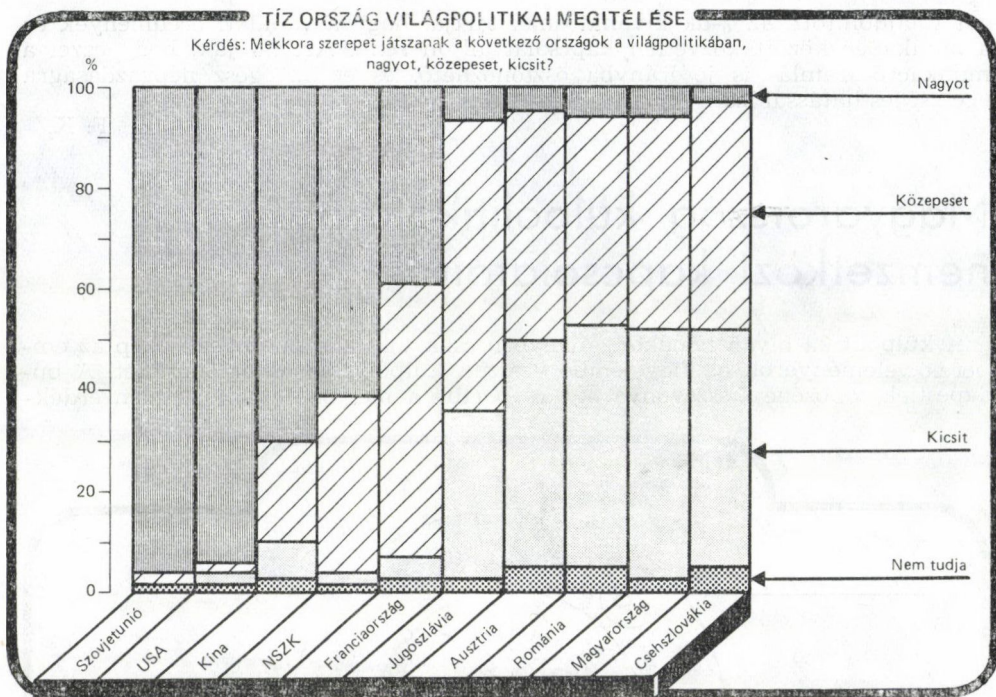
lődő embereket: 71%) mondta azt, hogy érdeklődik a külpolitikai kérdések iránt.

A külpolitikai kérdések iránt érdeklődő budapesti lakosok többsége (72%) úgy látta, hogy az utóbbi években növekedett Magyarország külpolitikai aktivitása. (20%-uk ítélte ezt változatatlannak, 2% csökkenésről számolt be, 6% nem tudott a kérdésre válaszolni.)

Akik úgy látták, hogy Magyarország külpolitikai aktivitása növekedett, a legtöbbször a nyugati országokkal való kapcsolatok rendezésével, javításával indokolták véleményüket, különös tekintettel a külkereskedelmi vagy általában gazdasági kapcsolatokra. Gyakran hivatkoztak továbbá a vezető magyar politikusok külföldi utazásaira, tárgyalásaira.

Magyarország más országok között vitt szerepéről a következőképpen vélekedtek a budapestiek:

* Az egyes ország szerepét a kérdezettek 1-től 5-ig terjedő skálán értékelték (1 — kis szerep, 3 — közepes szerep, 5 — nagy szerep).



Hazánk a világpolitikában betöltött szerepe szerint az utolsó előtti helyre, olyan kis országok közé került, mint Románia, Csehszlovákia. (A megítélését nagy mértékben befolyásolta az, hogy a kérdésben Magyarország milyen országokkal együtt került említésre: feltételezhető, hogy más országok környezetében a jelenlegitől eltérő helyet foglalna el.)

Abban a kérdésben, hogy milyen viszonyt kell kialakítaniuk a „kis” országoknak a nagyhatalmakkal, a vélemények polárisan eltértek egymástól. A válaszolók 41%-a egyetértett és 59%-a nem értett egyet azzal, hogy azok a kis országok járnak a legjobban, amelyek semlegesek maradnak a nagyhatalmak versengésében. 52%-uk viszont úgy vélte, hogy a kis országok csak akkor maradhatnak fenn, ha valamelyik nagyhatalomhoz csatlakoznak.

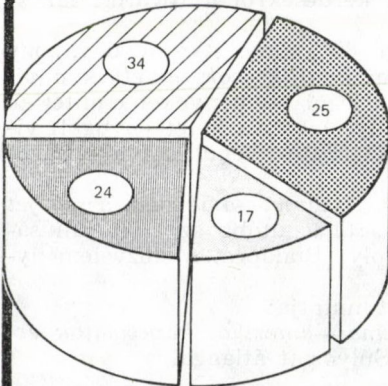
A jövőben követendő külpolitikai irányvonal meghatározásában is megoszlottak a vélemények. A véleményt nyilvánító budapesti lakosok 39%-a szerint a jövőben külpolitikánknak inkább magyar érdekeket kell képviselnie; ezzel az állítással 61%-uk nem értett egyet. A válaszadók többsége (76%) szerint a magyar külpolitikának fokozott mértékben kell a szocialista tábor közös érdekeit támogatnia.

A megkérdezettek 32%-a mondta azt, hogy a jövőben elsősorban a szocialista országokkal kellene fejlesztenünk gazdasági kapcsolatainkat; 18%-uk vélekedett úgy, hogy a nyugati országokkal és 37%-uk úgy, hogy mindkettővel. (13% nem tudott a kérdésre válaszolni.)

A szocialista országokkal való együttműködést választók a leggyakrabban azzal indokolták nézetüket (11%), hogy itt vannak a legnagyobb lehetőségei az együttműködésnek, a hosszabb távú tervezésnek. A nyugati országokkal való kapcsolatok fejlesztését szorgalmazók leggyakrabban érve az volt, hogy azok fej-

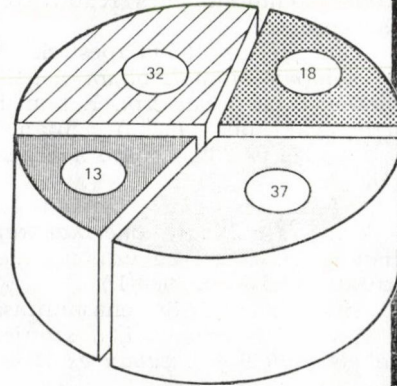
VÉLEMÉNYEK
MAGYARORSZAG GAZDASÁGI
KAPCSOLATAIRÓL

Kérdés:
Hogy látja, az elmúlt években a
szocialista országokkal vagy a nyugati
országokkal való gazdasági kapcsolataink
fejlődtek jobban?



A GAZDASÁGI KAPCSOLATOK
ALAKULÁSA
AZ ELMÚLT ÉVEKBEN

Kérdés:
Véleménye szerint a jövőben elsősorban
a szocialista országokkal vagy
elsősorban a nyugati országokkal
kellene fejleszteni gazdasági
kapcsolatainkat?



A GAZDASÁGI KAPCSOLATOK
VÁRHATÓ ALAKULÁSA

lettebbek, így segítséget nyújthatnak a gazdaság fejlesztéséhez, illetve van mit tanulni tőlük (pl. technológiát).

A budapestiek túlnyomó többsége (92%) szerint a nyugati országokkal való gazdasági kapcsolatok növelése nem veszélyezteti társadalmi rendszerünket. Többségük (85%) szerint gazdasági céljainkat akkor érhetjük el, ha a jövőben is fokozzuk a nyugati országokkal a gazdasági együttműködést. Figyelemre méltó, hogy a többség (82%) véleménye szerint ez csak abban az esetben áll, ha növeljük a gazdasági együttműködést a Szovjetunióval.

A véleményt alkotók többsége (84%) szerint vannak különbségek a szocialista országok külpolitikájában. Példaként leggyakrabban (47%) Románia eltérő viszonylatait említették, illetve azt, hogy Romániának a nyugati országokkal szorosabbak a kapcsolatai, mint a többi szocialista országnak. Viszonylag sokan hivatkoztak arra is (13%), hogy a szocialista országok külpolitikája különbözik Kína megítélésében, illetve a Kínához való viszonyban.

Azt a tényt, hogy az egyes szocialista országok külpolitikájában különbségek vannak, a válaszadók többsége (77%) nem tartotta jó dolognak, mivel ez csökkenti a szocialista tábor egységét, a közös fellépés erejét, s nehezíti az együttműködést. Azok, akik helyeselték a különbségeket (23%), azzal indokolták véleményüket, hogy az egyes szocialista országokban eltérőek a nemzeti adottságok, és ezek a tényezők meghatározzák az adott ország külpolitikáját.

D. I.

A kelet—nyugati kapcsolatokról

Az afganisztáni események után kibontakozott nemzetközi válság aggodalmakat váltott ki a budapesti közvéleményből, de nem rendítette meg az enyhülésbe vetett hitét — ebben foglalhatók össze annak a gyors közvélemény-kutatásnak az eredményei, amelyet 1980. január 21. és 28. között végzett a Tömegkommunikációs Kutatóközpont ezekről a kérdésekről a fővárosi lakosság körében.

A megkérdezett budapestiek túlnyomó többsége, 80%-a nyilatkozott úgy, hogy *a világban vannak olyan politikai vagy katonai konfliktusok, amelyek a világbékét veszélyeztetik*. E konfliktusok közül az iráni eseményeket említették a leggyakrabban (42%), azután a távol-keleti helyzetet és a kelet—nyugati viszonyt (26 és 23%), majd a közel-keleti helyzetet (15%) és végül az olajválságot (16%).

A felmérés során az interjúalanyok értékelték *a szovjet—amerikai, a szovjet—kínai és a kínai—amerikai kapcsolatokat is*. Erről legutóbb az 1979. júliusában, a II. SALT-egyezmény megkötése után folyt Budapesten közvélemény-kutatás (Jel-Kép, 1980/1.).

Az eredmények összehasonlítása a következőket mutatja:

*A szovjet—amerikai, a szovjet—kínai és a kínai—amerikai kapcsolatok értékelése 1979 júliusában és 1980 januárjában. (Súlyozott átlaggal.)**

	Szovjet— amerikai	Szovjet— kínai	Kínai— amerikai
	kapcsolatok		
1979 július	3,21	1,93	3,04
1980 január	2,48	2,19	3,43
Értékek különbsége	0,73	0,22	0,39

E kapcsolattípusok közül 1979 júliusában a budapestiek a *szovjet—amerikai* kapcsolatot tartották a legjobbaknak (bár akkor is, egészében véve közepeseknek minősítették azokat); valamivel rosszabbaknak tartották a *kínai—amerikai* kapcsolatokat, és sokkal rosszabbaknak a *szovjet—kínai* kapcsolatokat. Idén januárban továbbra is a *szovjet—kínai* kapcsolatok szerepeltek a harmadik helyen, de most a *kínai—amerikai* kapcsolatok kerültek az első helyre. Az értékek különbségéből (a táblázat harmadik sora) látható az egyes kapcsolatok megítélésében végbement változás. A megkérdezettek szerint a szovjet—amerikai kapcsolatok nagyobb mértékben romlottak, mint amennyire a kínai—amerikai kapcsolatok javultak.

A válaszadók jelentős része szerint *a kínaiak és az amerikaiak a Szovjetunió rovására továbbra is közeledni fognak egymáshoz, a jövőben ez a tendencia erősödni fog*.

Ugyanakkor a budapestiek jelentős része arra számít, hogy *a szovjet—ame-*

* Az interjúalanyoknak arra a kérdésre kellett válaszolniuk, hogy a szóbanforgó kapcsolatok nagyon jók, elég jók, közepesek, elég rosszak, vagy nagyon rosszak. Az első válaszalternatívához 5-ös, a másodikhoz 4-es, a harmadikhoz 3-as, a negyedikhez 2-es, az ötödikhez pedig 1-es értéket soroltunk, és ezzel szoroztuk be az adott válaszalternatívát választók számát, hogy az így kapott összeget azután elosszuk az összes (érdemi választ adó) kérdezett számával. Az így kapott négyfokú skálán az 5.00-es érték jelenti a lehető legjobb és az 1.00-es érték a lehető legrosszabb kapcsolatokat.

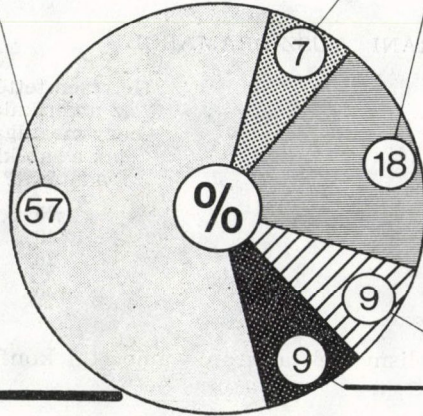
**AZ AMERIKAIAK
KÜLPOLITIKAI TÖREKVÉSEIRŐL**

Az amerikaiak
inkább a kínaiakkal
akarnak jó viszonyban lenni



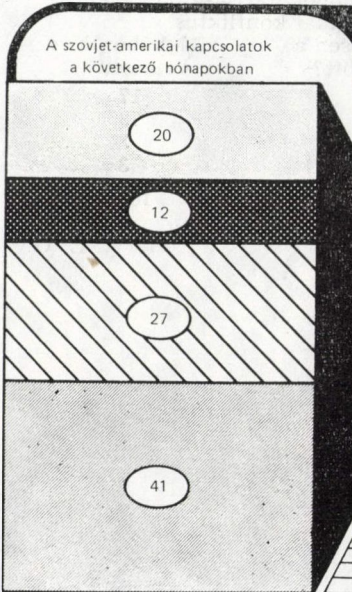
Mindkettővel egyformán
jó viszonyban akarnak lenni

Az amerikaiak
inkább a szovjetekkel
akarnak jó viszonyban lenni



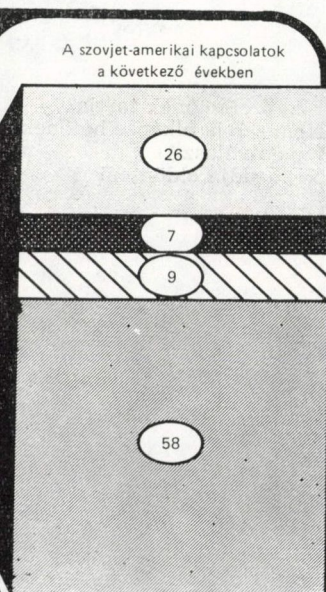
Egyéb válasz

Nem tudja eldönteni



**VÉLEMÉNYEK
A SZOVJET-AMERIKAI
KAPCSOLATOK
JÖVŐJÉRŐL
(%-BAN)**

- javulni fognak
- változatlanok maradnak
- romlani fognak
- Nem tudja eldönteni



rikai kapcsolatokban bekövetkezett megtorpanást — éppúgy, mint korábban — újabb fellendülés követi majd.

A világbékét veszélyeztető konfliktusok között a budapestiek, mint már említettük, nagy súllyal említették az *iráni eseményeket*. Az iráni eseményekről a kérdezettek 87⁰/₀-a hallott. Arra a kérdésre, hogy *mi történt Iránban*, 84⁰/₀-uk tudott érdemi választ adni. A *teheráni amerikai nagykövetség megszállásáról* 83⁰/₀-uk értesült; arra a kérdésre, hogy *miért szállták meg a diákok a nagykövetséget*, 70⁰/₀-uk tudott válaszolni. A válaszadók többsége egyaránt elítélte azt, hogy az amerikaiak megtagadták a sah kiadatását és azt, hogy a diákok megszállták a követséget. Ez utóbbiról az elítélő válaszok aránya magasabb.

VÉLEMÉNYEK A TEHERÁNI „TÚSZ-DRÁMÁRÓL” (⁰/₀-ban)

	Helyesen tették-e az amerikaiak hogy megtagadták a sah kiadatását?	Helyesen tették-e a diákok, hogy megszállták a nagykövetséget?
Helyesen tették	25	24
Nem tették helyesen	49	63
Nem tudja eldönteni	26	13
Összesen	100	100

A budapestiek, bár felismerték az iráni—amerikai konfliktus veszélyességét, azt nem túlozták el:

VÉLEMÉNYEK AZ AMERIKAI—IRÁNI KONFLIKTUS VESZÉLYESSÉGÉRŐL (⁰/₀-ban)

	Elképzelhetőnek tartja-e, hogy az iráni—amerikai konfliktus háborúhoz vezessen a két ország között?	világháborúhoz vezessen?
Elképzelhetőnek tartja	31	17
Nem tartja elképzelhetőnek	62	78
Egyéb válasz	2	?
Nem tudja eldönteni	5	3
Összesen	100	100

L. G.

KÖNYVEKRŐL

A mindenkinek szóló, érthető művészet



Kepes György: A látás nyelve. Gondolat Kiadó, Bp. 1979. Ford. Horváth Katalin

Furcsa ellentmondás: itthon alacsony a vizuális kultúra színvonala, baj van a rajztanítással, a képzőművészeti közízléssel és a művészeti kritika, művészettörténet sem áll a helyzet magaslatán — a nemzetközi vizuális kultúra kutatói, nagy pedagógusaink sorában pedig az élvonalban csupa magyar, hazánkfiai, akik vagy a Tanácsköztársaság bukása, vagy a Horthy-rendszer miatt kénytelenek voltak itthonról elmenekülni szellemi energiájukat Európa és Amerika különböző tájain gyümölcsöztetni. S most a Gondolat Kiadó és a Corvina Kiadó egymás után jelenteti meg Hauser Arnold, Moholy-Nagy László, Vásárhelyi (Vasarely) Viktor, Kepes György munkáit (s remélhetőleg sor kerül Antal Frigyesére és másokéra is).

„A látás nyelve” 1944-ben jelent meg angolul (Language of Vision) Chicagóban. Kepes a látás nyelvét mint optikai kommunikációt vizsgálja: „A vizuális nyelv minden más kommunikációs eszköznél hatékonyabban képes a tudást terjeszteni” — állapítja meg, és előnyben részesíti a vizuális kommunikációt a többivel szemben, mert véleménye szerint egyetemes, nemzetközi és egyaránt megérthetők írástudatlanok és művelt emberek.

Könyvét a vizuális nyelv alapelemeinek (képfelület, térbeli erők, ritmus, színfoltok, egyensúly stb.) megismertetésével indítja, annak érdekében, hogy a vizuális kifejezőkészségre neveljen és hozzásegítsen a vizuális közlések dekódolásához. A vizuális rend törvényeit tárja fel közérthető nyelven és sok-sok bizonyító illusztráció segítségével.

A XX. században a technika új vizuális környezetet eredményezett, szűkszerű az új vizuális ábrázolás megteremtődése is. „A vizuális ábrázolást egy olyan jelrendszer teszi lehetővé, amely az érzéki ingerek és a külvilág látható struktúrája közötti megegyezésen alapul.” Az új vizuális ábrázolás átalakította az építészetet, a bútortervezést, a gépek formáit, a tipográfiát, a reklámgrafikát. „A vizuális kommunikáció csak akkor lehet hatékony, ha alkalmazkodik az új tájhoz és a mai ember új lélektanához” — vonja le a következtetést Kepes.

Az új művészetnek Kepes szerint újra szétválaszthatatlanul egyesülnie kell a hétköznapi élettel. „A látható külvilág

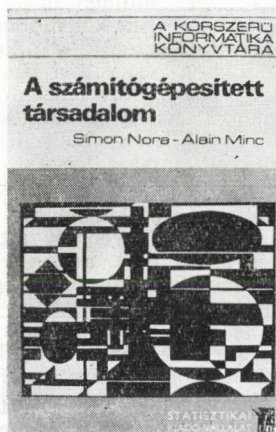
nagy része ma modern, ember alkotta környezet. Az utcai plakátok, az illusztrált folyóiratok, képeskönyvek, árucímkek, kirakatok és a vizuális reklám számtalan más, már meglévő vagy lehetséges formája így kettős célt szolgálhatna. Terjeszthetnének társadalmilag hasznos információkat, és olyan látásmódra nevelhetnék a szemet és ezzel a szellemet is, amely képes a látható dolgok kulisszája mögé pillantva felismerni és elismerni a teljes élet előfeltételeit hordozó értékeket... a reklám művészete hatékonyan előkészíthetné a valóban népszerű, mindenkinek szóló és mindenki számára érthető művészet útját” — zárja könyvét Kepes György. Empirikus kutatásaink őt igazolják: az emberek sokasága szereti,

gyűjti a modern, korszerű, formatervezett plakátokat, reklámgrafikákat, szórócdulákat stb., miközben akadémikus, konzervatív, konvencionális vizuális sémákból álló festményeket választ és akár közvetlen környezetében is egyszerre együtt él velük, de tapasztalható, hogy a plakát, reklámgrafika és a többi hasonló vizuális tömegkommunikációs eszköz hogyan szorítja ki a fiatalok lakásaiból pl. a giccsestményeket.

Kepes könyve tankönyv, kézikönyv, mely külsejében, belső kivitelezésében is korszerű vizuális szemléletet terjeszt. Annak meg külön örülhetünk, hogy a kiadó merete vállalni a 14 000-es példányszámot.

S. Nagy Katalin

Egy bestsellerré vált jelentés



Simon Nora—Alain Minc: A számítógépesített társadalom. (Jelentés a francia köztársasági elnök számára.) Statisztikai Kiadó Vállalat 1979.

Ritka eset, hogy egy hivatalos dokumentum bármely könyvpiacon bestsellerré válik; Franciaországban (1978-ban) mégis megtörtént. Amikor a „L'information de la société” megjelent, pillanatok alatt lábba hozta először az információk kezelésével, feldolgozásával foglalkozó szűkebb szakmai közöniséget, majd — a tömegkommunikációs

eszközök némi kampánya révén — a széles közvéleményt is.

A mű előzménye az, hogy Valéry Giscard d'Estaing, a Francia Köztársaság elnöke 1976 végén felkérte Simon Nora pénzügyi főtanácsost: vizsgálja meg egy bizottsággal a társadalom informatizálásával, számítógépesítésével kapcsolatos problémákat. A felkérő levél megállapítja: „Az informatika alkalmazásának fejlődése a gazdasági és társadalmi szervezet, valamint az életmód átalakulásának egyik fontos tényezője; legfőbb ideje tehát, hogy társadalmunk megfelelő rangra emelje, de ugyanakkor szabályozza is az informatika fejlődését, annak érdekében, hogy a demokrácia és az emberi fejlődés szolgálatába állíthassa.”

A bizottság 1978. januárjára készítette el jelentését. Utóbb ennek teljes anyagát nyilvánosságra hozták. A teljes jelentés a most magyarul is megjelent összefoglalóból, négy további kötetbe foglalt tizenkét mellékletből és kilenc háttérdokumentumból áll. Az összefoglaló jelentés sikerének egyik titka kitűnő, szellemes stílusa. Heteken belül többször újra kiadták. Ma világszerte már csak mint „Nora-jelentést” idézik.

Az informatika fogalmáról a szakemberek mindenütt éles vitákat folytatnak. Van olyan nézet, hogy az informatika az információval foglalkozó matematikai diszciplína, s a szó is ezt su-

gallja. Más felfogás szerint az informatika az információk rendszerezésének, tehát gyűjtésének, feldolgozásának, tárolásának, közlésének, leírásának és azonosításának tudománya. A francia felfogás szerint mindehhez még hozzátartoznak az információkkal végzett műveletek eszközeit is, tehát a számítógépeket és azok programtechnikáját. Ez utóbbiakat mi külön szóval számítástechnikának nevezzük.

A 70-es évek második felében az informatikában új fejlődési szakasz kezdődött, melyben a számítástechnika egyre inkább egy rendszerbe fonódik össze a távközléssel. Ezt az irányzatot (franciául: télématique) a könyv fordítója táv-informatikának nevezi.

A számítástechnikára ma általában az elektronikus kapcsolóelemek korábban elképzelhetetlen tömöritése jellemző: integrált áramkörök ezreit helyezik el néhány köbmilliméternyi térben. Az ilyen áramkörök tömeggyártása tette lehetővé, hogy alapjában véve azonos áramköri technológiát alkalmazzanak a számítógépekben, a szórakoztató elektronikában, az ipari automatákban és a távközlési eszközökben. Az úrtávközlés nagyon gyorsan fejlődik ezen a műszaki alapon. Az egymással és földi közvetítőállomásokkal távközlési kapcsolatban álló műholdak jórészt mentesek a földi vezetékes hírártvitel, illetve a földi rádiózás szűk fizikai korlátaitól, alacsony zajszinten nagyságrendekkel nagyobb átviteli kapacitású csatornákat alkotnak.

Az elektronikus számítógépekkel vezérelt földi telefonközpontok, kiegészítve a nagy távolságokat áthidaló úrtávközléssel, lehetővé teszik a nagy teljesítményű számítógépek hálózatokká szervezését. A „csomagkapcsolt” formában működő hálózatok a felhasználó szempontjából úgy funkcionálnak, mint ha a számítási, feldolgozási kapacitás közüzemi szolgáltatás lenne. Megkezdődött a ma még analóg jelábrázoláson alapuló és beszédhang átvitelére tervezett távközlési hálózatok átalakítása digitális jelábrázolású hálózattá, amelyben azonos rendszerben történhet a hang és a kép felbontásából származó bináris jelsorozatok átvitele és a hagyományos adatfeldolgozás nyersanyagát képező adatok átvitele. Így a telefon, a televízió és az adattovábbítás fokozatosan egységes világméretű távközlési rendszerben egyesül.

A különböző távközlési technikák integrálásával párhuzamosan a számítógépek által kezelhető információk tömege is megnövekszik. Az USA kutatóintézetei a politikai, tudományos és műszaki információk óriási tömegét halmozták fel. A világ minden arra érdemes politikai híret, szakcikkét, szabaddalmi és más leírását — lényeges részeit tekintve teljes szöveggel — tárolják, rendezik, feldolgozzák. Tájékoztató szolgáltatásaik díjfizetés ellenében akár mágnesszalagos kivonatok, akár terminálról közvetlen lekérdezés formájában hozzáférhetőek, lassanként a világ minden pontjáról.

A telefon, a rádió és a televízió egyéges távközlési rendszerbe foglalása, a nagyszámú gépekre támaszkodó és a sajátos alkalmazási célokat is segítő intelligens terminálokról hozzáférhető adatbázisok elterjedése révén az informatika bevonul a mindennapi életbe. Az informatika a társadalom és gazdaság idegrendszerének funkcióját fogja betölteni. Mint minden jelentős technikai megújulás, a számítógépesítés is kihat a társadalmi és gazdasági élet minden szférájára és jelenségére.

Ez a felismerés áll a fejlett tőkés országokban az elmúlt években kibontakozott közéleti és tudományos viták háttérében. Az informatika várható társadalmi hatásai, a kormányzatok szűkségessé vált lépései ma már a választási hadjáratok központi témái közé léptek. Ennek az általánosan tapasztalt odafigyelésnek része ez a francia kezdeményezés is; mögötte a fejlődés tudatos állami befolyásolásának törekvése rejlik.

A mű újszerűsége abban van, hogy a gépekben, eszközökben gondolkodó, ezen a tudományterületen mindeddig domináló technokrata megközelítéstől eltérően és azon felülemelkedve a politikai és szociológiai szempontokat helyezi előtérbe.

A mű bevezetése bemutatja a „tényállást”. Jellemzi az „informatikai robbanást”, tehát az elektronikai elemek tömeggyártásának hatását, aminek révén a tegnapi „kiválasztottak informatikája” nagy hatósugarú „mindenki informatikájává” válik. Meghökkenítő képet fest az új, egységes távközlési rendszer lehetőségeiről, amely a műholdak révén máris „globális informatikát” teremtett; bemutatja, hogyan válik ez a táv-informatika nemzetközivé és a tő-

kés világban a multinacionális vállalatok nemzetek feletti hatalmi eszközevé.

A francia gondolkodást mindig is jellemezte a nemzeti keretek közötti fejlődés igénye, az önálló „kultúrkör” fenntartásának törekvése. Az angolszász szupremációtól való félelem most együtt jár a nemzetgazdaságot fenyegető veszélyek tudatosulásával. Az informatikában rejlő „kihívások” közül éppen ezért a műben is azokat a foglalkoztatottságot, a francia exportképességet veszélyeztető hatásokat teszik az első helyre, amelyeket az iparba és a szolgáltatásokba bevonuló távinformatika hordoz. Keresik azt a növekedési modellt, amely mellett a francia gazdaság átveszélheti ezt a nehéz korszakot.

A távinformatika „hatalmi eszközzé” válik, amely bevonul az állampolgárok mindennapi életébe, pl. az egészségügybe és az oktatásba, és mindenütt régi tekintélyeket kérdőjelez meg. A szaktudás értékét devalválja, és az információ „birtokosait”, „őrzőit” teszi meg valódi „hatalmi tényezővé” — így látják a szerzők — az államhatárokon átáramló információk tömege, a külföldön, főként a tengerentúlon vezetett adatbankok pedig még a nemzeti függetlenséget is kérdésessé teszik.

A nagy kérdés az, vajon képes-e a francia állam és társadalom úgy alkalmazkodni a változásokhoz, hogy eközben nem veszíti el arculatát, jó hagyományait. Ezzel a gondolatkörrel foglalkozik a mű második része. Elemzi az állami döntési mechanizmust az informatikai és távközlési fejlesztések terén, rámutat a szétforgácsolt felügyelet és az összekuszált végrehajtás jelenségeire. Kimutatja, hogy a távközlési politika egységesítése nélkül súlyos zavarok jelentkezhetnek, a kezdeményezés kicsúszhat az állam kezéből, még olyan hagyományos szolgáltatások terén is, mint a posta.

A mű harmadik része társadalomfilozófiai síkon tárgyalja az informatika várható következményeit. Felveti a kér-

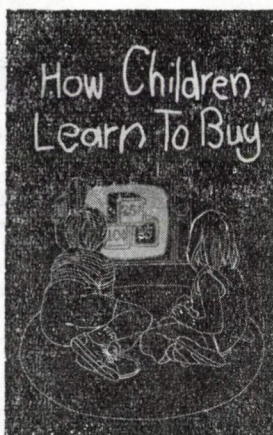
dést: a számítógépesített társadalom (Franciaországban) a harmonikus kapcsolatok vagy a fokozódó összeütközések társadalmá lesz-e? Milyenek lesznek az emberek közötti kapcsolatok ott, ahol a formalizált és kódolt jelekkel történő kommunikáció lép a mai, az emberi egyéniséget is kifejező nyelv helyébe?

A könyv magyarországi kiadása azért is szerencsés volt, mert — a Számítástechnikai Központi Fejlesztési Program nyomán és a szocialista országok együttműködésével fejlesztett, gyártott Egységes Számítástechnikai Rendszer műszaki bázisán — a számítástechnika és annak szélesebb környezete, az informatika hazánkban éppen ezekben az években lép „felnőttkorba”. Az alapvetően kísérleti, betanulási időszak véget ért, a technika iránti túlzott lelkesedés és csodavárás helyébe egyre inkább a racionális megítélés lép. A kedvező irányú fejlődés biztató jele, hogy a fő hangsúly a számítástechnika alkalmazására és az ésszerűen szervezett információrendszerek megteremtésére helyeződött át. A számítástechnika belép mindennapjainkba, hiszen pl. a közüzemi díjak kiszámítása, a népszégnyilvántartás mindnyájunkat érinti. A fejlődés más alkalmazási területeken is felgyorsul, s ezzel együtt elkerülhetetlenül jelentkező társadalmi hatásai: a termelékenységre, a kereskedelemre, a szolgáltatások színvonalára, a társadalmi kommunikáció formáira gyakorolt hatásokon kívül a közvetett szociológiai, kulturális és belpolitikai hatások is.

A jelentés természetesen Franciaország gondjait veszi számba, aggályai és kérdései a francia társadalom jövőjével kapcsolatosak. Tanulmányozása mégis nálunk is hasznos lehet az informatika és a tömegkommunikáció szakemberei, a társadalomtudományok művelői és a széles olvasótábor számára.

Aranyi Attila

Miből, kitől tanulnak a gyerekek vásárolni?



Scott Ward, Daniel B. Wackman, Ellen Wartella: *How Children Learn to Buy. The Development of Consumer-processing Skills.* — Sage Publications, Beverly Hills, London 1978.

Mc Neal 1964-es becslése szerint az amerikai gyerekek évente 20 milliárd dollárt költenek el, illetve ennyinek az elköltését befolyásolják. De hogyan tanulnak a gyerekek vásárolni? Amikor a három ismert amerikai kutató közös könyvének megírásakor ezt a kérdést tette fel, a vásárlást a gyerekek *jogos és elkerülhetetlen* tevékenységének tekintették. E felfogásukból az következik, hogy a gyerekeket nem megóvni kell a piaci hatásoktól, hanem éppen

ellenkezőleg: a lehető legjobban *fel kell őket készíteni* a hatékony piaci fellépésre.

Olyan kutatásra volt tehát szükség, amely biztosította a különböző csatornákon (reklám, család, iskola stb.) átérkező üzenetek a gyerekek által való értelmezésének vizsgálatát, hogy ezek a lehető legjobban elősegíthessék a gyerekek hatékony vásárlóvá válását.

E kutatás — a szerzők véleménye szerint — alap kutatás, mely a szocializációkutatások egy viszonylag új területét, a *vásárlási szocializáció* folyamatát vizsgálja. Azt a folyamatot, melynek során a gyerekekben kifejlődik a vásárlási attitűd, ismeret és gyakorlat (például a reklámok céljának ismerete).

A vizsgálat megközelítési módját a Piaget nevéhez fűződő *genetikus ismeretelmélet* adta, mely a lelki élet kibontakozásának folyamatát szakaszokra tagolja, s ezeket a megismerésben elért új eredményekkel jellemzi. Ez az elmélet feltételezésük szerint lehetővé teszi a vásárláshoz szükséges információknak a gyerekek által történő feldolgozásában bekövetkező minőségi változások felismerését és előrejelzését. S mivel a vásárlási szocializáció a vásárlásra vonatkozó információkat szelektáló, értékelő és felhasználó képesség fejlődésével érthető meg a gyerekek-nél, ezért a szerzők a kutatás első fázisában egy olyan racionális vásárlási döntéshez szükséges *információfeldolgozási* modellt állítottak fel, amelynek segítségével e képesség fejlődése nyomon követhető. Ennek felépítése a következő:

Környezet

- család
- tv-reklám

Kezdeti feldolgozás

- információk keresése
- figyelem
- információk szelektálása

Központi feldolgozás

- információk értelmezése
 - információk
rendszerzése
 - információk értékelése
 - információk használata
- vásárlási
döntés

A fenti modell vásárlásakor a gyerekek fejében „*kívánatosan*” végbemenő racionális döntési folyamatot ábrázolja. Ha a különböző vásárlási szituációkban a gyerekek gondolatban hasonló utat járnának be, a döntéshozatal meg-

felelne a gyerekek, a szülők s az eladók és reklámozók érdekének.

A vizsgálat eredményei szerint a genetikus ismeretelmélet valóban alapot nyújt a vásárlási szocializáció tanulmányozásához. Magyarazatot ad arra:

miért reagálnak a kisebbek elsősorban a közvetlenül észlelhető ingerekre (például a reklámozott tárgy méreteire és nem funkciójára), miért merevebbek idősebb társaiknál az információk mennyiségének és fajtáinak kiválasztásakor. Érthetővé válik tehát a folyamat, ahogyan a gyerekek (általános iskolás korukban) az érzékelhető és korlátozott számú információk feldolgozójából átalakulnak a konkrét és absztrakt üzenetek széles körét rugalmasan dekódoló vásárlókká.

Hetente 400 reklám

A gyerekek, amikor egy bizonyos termék megvételéről döntenek vagy éppen azt latolgatják, hogy rábeszéljék-e szüleiket valaminek a megvételére, nagyon sokféle információs forrást használhatnak és használnak is fel. Mivel különösen sokat néznek (FABER 1972-es kutatása szerint az 5–12 éves amerikai gyerekek átlagosan 400 reklámot látnak egy héten), a kutatás egyik alapkérdése éppen az volt, vajon képesek-e a gyerekek a *reklámüzeneteket megfelelően értelmezni*.

Kiderült, hogy már a hároméves gyerekek is meg tudják különböztetni a reklámokat a tévé többi műsorától. Az elkülönítés azonban nem tartalmi, hanem külsődleges, formai jegyek alapján történik. (Ez is indokolja azt a nálunk is már régóta folytatott gyakorlatot, hogy a reklámokat szignál előzi meg, mely vizuálisan is könnyen megjegyezhető.)

Az, hogy az információk *kezdeti* feldolgozását a külsődleges vonások dominanciája jellemzi, kitűnt abból, ahogyan a gyerekek kedvenc reklámjukat elmesélték. A kisebbek egy-egy találmásra kiválasztott részletet meséltek el a reklámból (például „egy férfi ült egy lovon”); az idősebbek már felelevenítették a reklámbeli „sztorit” és sokan közülük megjegyzéseket is tettek a reklámozott árura, jelezve a reklám rábeszélő szándékának felismerését.

A különböző korosztályok között nagy az eltérés az információk *központi* feldolgozásában. A reklámok felelevenítése mellett megmutatkozott ez a *márkanamevekkel* kapcsolatban is. A vizsgálat során ugyanis kiderült, hogy az egyes márkák összehasonlításánál használt jellemzők fajtái életkor szerint is

eltérnek. Az érzékelhető tulajdonságokat mindhárom korosztály említette, az idősebbek azonban inkább funkcióra, összetételre vonatkozó jellemzőket mondtak.

Alátámasztja ezt az is, hogy az egyes márkák preferálásának erőssége is csökken az életkorral. Így az óvodásoknak a fele állította azt a vizsgálatban, hogy az általa választott márka „sokkal jobb”, mint más márkák, míg az idősebbeknél ez az arány csak egyharmad volt. Ez abból adódik, hogy a nagyobb gyerekek több dimenzióban érzékelik a márkákat, vagyis ha szerintük az egyik márka több szempontból jobb, mint a másik, de más tulajdonságok tekintetében viszont nem, akkor úgy érzik, hogy ez a márka épp csak „kicsit jobb” amannál.

A család hatása

A gyerekek vásárlását befolyásoló külső tényezők közül a *család* hatása a legjelentősebb.

A szerzők a gyerekek vásárlási szocializációjának családi befolyásolásában *három* alapvető *utat* különböztetnek meg. Egyrészt a gyerekek igen sokat el lehetnek szüleik viselkedésének *megfigyelésével*, például, amikor elkísérik őket vásárolni, vagy kihallgatják egymás közti beszélgetéseiket. Másfajta lehetőséget nyújtanak a tanulásra a mindkét fél által kezdeményezhető gyerek—szülő *beszélgetések*. Ilyen alkalom például, amikor a gyerek szeretne valamit megvetetni a szüleivel, tanácsot kér pénze elköltetéséhez vagy ajándék vásárlásához, illetve ha a szülők a reklámok nézése közben megjegyzéseket tesznek. Végül a harmadik lehetőség a tanulásra, ha a gyerekek *maguk* lépnek fel *vásárlóként*.

A szülők *modellként* való viselkedését vizsgálva a szerzők azt tapasztalták, hogy a befolyásolásnak ez a módja a gyerekek számára arra is lehetőséget nyújt, hogy megfigyeljék a vásárláshoz szükséges információk gyűjtésének folyamatát. Megfigyelhetik, hogyan hasonlítják össze szüleik az egyes termékek árait, mit hol vásárolnak, milyen kérdéseket tesznek fel az eladónak stb. A szülőkkel folytatott beszélgetésekből kiderült: ők is észrevették, hogy az általuk nyújtott minta elősegítheti gyermekeik hatékony vásárlóvá vá-

lását, azonban a megkérdezett mamáknak csak 25 százaléka említette, hogy alkalmazza a vásárlási ismeretek megtanításának e „passzív” módját.

A mamák 38 százaléka állította, hogy beszélgetések sorozatán keresztül tanítja meg gyermekének a vásárláshoz szükséges ismereteket, például hogy hogyan bánjon a pénzzel, hol vásároljon, hogyan válasszon az egyes márkák között. E céltudatos vásárlási tréning alkalmazása — a vizsgálat adatai szerint — mind az idősebb gyerekek, mind pedig a magasabb társadalmi státusú családok esetében gyakoribb volt.

A szerzők megvizsgálták, hogy a gyerekek által kezdeményezett olyan beszélgetések során, amikor valaminek a megvételére próbálják rávenni szüleiket, a különböző korú gyerekek kérdéseire szülei milyen típusú válaszokat adnak. Azt találták, hogy míg az óvodások vásárlási kéréseit a szülők magyarázattal bár, de általában visszautasították, addig az idősebbek szülei már inkább hajlottak az „egyezkedésre”. Természetesen igen sok mama alkalmazta a kérések magyarázat nélküli megtagadását, illetve a „megveszem, amit csak akar” stratégiát, de a gyerekek életkorának növekedésével ez a tendencia egyértelműen érvényesült. Az egyezkedésre való nagyobb hajlandóság a szerzők véleménye szerint tükrözi az idősebb gyerekek nagyobb jövedelmét, jobb képességét a kommunikációra, nagyobb jártasságát a szülők rábeszélésében, s nem utolsósorban a szülők bizalmát gyermekük nagyobb hozzáértésében.

Képet ad a könyv arról is, hogy milyen önálló vásárlásra nyílik lehetőségük a gyerekeknek. A várakozásnak megfelelően az adatok azt mutatják, hogy az idősebb gyerekeknek erre nagyobb lehetőségük nyílik, mint kisebb társaiknak, továbbá — ami már kevésbé volt előre látható —, hogy az alacsonyabb társadalmi helyzetű családokban nagyobb lehetőségük van a gyerekeknek saját vásárlásra, mint a társadalmi ranglétrán feljebb levő azonos korúaknak.

A vizsgálat szerint az átlagos zsebpénz (amit még egyéb, nem rendszeres bevételek is kiegészítenek) az óvodásoknál körülbelül 50 cent, a hatodikosoknál körülbelül egy dollár, a hatodikosoknál két dollár hetente. Társadalmi státus szerint vizsgálva a gye-

rekek pénzeszközeit, szintén megfigyelhető, hogy az első két korcsoportban az alacsonyabb társadalmi helyzetű családok gyerekei több pénz felett rendelkeznek, mint a magasabb státusúbeliek, míg a hatodikosoknál ez a különbség eltűnik.

Az első két korcsoportban az alacsonyabb státusú családok gyerekeinél a nagyobb anyagi függetlenség és a kevesebb kommunikáció a gyerekek vásárlásai feletti kisebb felügyeletet jelez. A hatodikosoknál tapasztalható kiegyenlítődés részben a magasabb státusú szülőknél tapasztalható visszafojtás csökkenésével, részben pedig a gyerekek saját munkával szerzett keresetük növekedésével függ össze.

A szerzők regressziós analízissel igyekeztek kitapintani, milyen mértékben érvényesül az egyes korosztályoknál a család hatása a gyerekek vásárlási szocializációjára. Arra a felismerésre jutottak, hogy az óvodások a vásárlási jártasságot inkább a szülőkkal történő közvetlen beszélgetés és nem viselkedésük megfigyelése útján szerzik meg, az idősebbeknél viszont ennek épp ellenkezője a helyzet. Ez jelentős változásokra utal az életkor növekedésével.

A megértési szűrő

A kutatás során kitűnt, hogy minden korcsoportban a gyerekek 40 százaléka speciális márkájú terméket kért szüleitől. Ez a jelenség különösen érdekes, ha figyelembe vesszük, hogy az óvodások még nem tudnak olvasni. A reklámkészítők tehát — úgy tűnik — elériék céljukat.

Ezzel összefüggésben a szerzők felteszik a kérdést: vajon kialakul-e, illetve kialakítható-e a gyerekekben az úgynevezett „megértési szűrő”, amely csökkenti a reklámok rábeszélő hatását?

Az ilyen szűrő sok szempontból hasznos lehet: segíthet felismerni a reklám rábeszélő szándékát, s bizonyos fokú kételkedést ébreszthet a reklám igaz voltát illetően. (Az interjúk során kiderült, hogy a két legfiatalabb korosztály 3/5 részének az a véleménye, hogy a reklám csak „egyszer-egyszer” hazudik.) Ez a „szűrő” egyben alkalmas arra is, hogy a gyerekek figyelmét a termékek reklámozott tulajdonságairól a tényleges használhatóságra vonatkozó jellemzőkre is ráterelje. Végül e „szűrő” meg-

felelő funkcionálása esetén csökkenhet a „vegyél!” kérés gyakorisága.

A szerzők ezért a megkérdozett gyerekeket két nagy csoportba sorolták, aszerint, mit válaszoltak arra a kérdésre, hogy mi a reklám. Akik ilyen vagy hasonló választ adtak: „megpróbálja eladni a termékeket”, azok a „szűrősök” táborába kerültek, feltételezve, hogy megértették a reklámozók eladási szándékát. Ily módon az óvodások 18 százaléka, a harmadikosok 73 százaléka, és a hatodikosok 90 százaléka ebbe a csoportba került. A szűrő megszerzése azt jelenti, hogy a gyerek elér az értelmi fejlődés olyan szintjére, amikor már képes a kapott információkat mérlegelni s a vásárlási döntéseknél több szempontot figyelembe venni.

Mindebből a szerzők arra a követ-

keztetésre jutnak, hogy még az óvodás korú gyerekeknek is segíthetnek szüleik abban, hogy megértsék és felismerjék a reklám eladási szándékát, s így mielőbb felvérteződjenek a vásárláshoz szükséges alapvető ismeretekkel. Ez a képesség tehát *tanítható*, mégpedig elsősorban a reklámokról s a kért árukról való beszélgetések útján. (A vizsgálat szerint épp az óvodás korúak szüleinek csak körülbelül a fele folytatott ilyen beszélgetéseket gyermekével.)

A könyv befejező részében a kutatók néhány javaslatot tesznek a feltárak *gyakorlati hasznosítására* (például oktatási programok keretében). Sajnos azonban éppen ez a könyv legkidolgozatlanabb része.

Karsai Judit

„Messziről jött ember...”

MINORITIES in TEXTBOOKS

A Study
of Their Treatment
in
Social Studies
Texts

by
MICHAEL B. KANE
Professor of Theater Colby

Published in cooperation with the United States Office of
Public Affairs by Quadrangle Books
Chicago

Minorities in Textbooks, A Study of Their Treatment in Social Studies Texts by Michael B. Kane, Quadrangle Books, Chicago,

Amerika a korlátlan lehetőségek házája (lásd: Hernádi M.: Közhelyszótár, Amerika). Gyakran halljuk ezt a kijelentést, napjainkban általában már olyan gesztusoktól kísérve, melyek idézőjelbe teszik, megmosolyogják ezt az állítást.

A korlátlan lehetőségek kihasználásának ugyanis nemcsak személyes, hanem társadalmi feltételei is vannak, és ezek

a feltételek nem mindenki számára adóttak, s nem is mindenki képes megteremteni azokat a maga számára: mindenekelőtt azok nem, akik valamely nemzetiségi, faji, kisebbségi csoporthoz tartoznak.

Kane könyve arra keres választ, hogy az Egyesült Államok iskoláiban használatos történelmi olvasókönyvek milyen képet festenek a kisebbségi csoportokról. Amerikában — köztudottan — a Föld legkülönbözőbb országaiból származó emberek élnek, akik — mivel manapság ez újra divat —, foglalkoznak is saját „őshazájukkal”. Közülük néhány csoport ábrázolásával foglalkozik a tanulmány, mégpedig a zsidókkal, a négerekkel, a spanyol anyanyelvűekkel és a kínai, illetve japán származásúakkal. Világos — bár Kane ezt nem mondja ki nyíltan — hogy a kiválasztás szempontja az előítéletek feltárása. Az iskola és az előítéletek kialakulása közti kapcsolat fontossága pedig aligha igényel magyarázatot.

Kane vizsgálatának tárgyát az 1960-as évek végén forgalomban levő Amerikai-történelmi, világtörténelmi és társadalmi problémákat, illetve állampolgári ismereteket tartalmazó történelmi olvasókönyvek képezték. Igen egyszerű, minimális apparátust és költséget igénylő tartalomelemzési módszerrel dolgozott. Kiválasztotta a különböző iskolák által leggyakrabban használt 45 tanköny-

vet, és ezek megfelelő szövegrészeit vizsgálta. (Az első ilyen vizsgálat időpontja 1949, a következőé 1960.) Az 1970-es Kane-tanulmány a korábbiakban kidolgozott értékelő kritériumokra és eredményekre támaszkodik. Az *értékelő kritériumok*, amelyek tulajdonképpen a szövegek adekvátságát mérlegetik, a következők:

1. Információtartalom.
2. Érvényesség — az állítások igazodjanak a felhasznált információkhoz, ne legyenek félrevezetőek vagy kétértelműek.
3. Egyensúly — a tárgyalás szempontjai legyenek egyensúlyban, a bemutatott csoportról ne adjanak egyoldalú, eltúlzott képet.
4. Teljesség — az ábrázolt kisebbség emberi jellemzőinek leírása a sztereotíp vélemények kialakulásának elkerülése érdekében legyen teljes.
5. Tényszerűség — a szöveg kerülje az általánosítást és a közhelyeket.
6. Egyöntetűség — az egyes csoportokról közölt tények, állítások álljanak összhangban egymással, keltsenek egységes benyomást.
7. Realitás — a szövegek inkább tártják fel őszintén a megoldatlan problémákat, mintsem bagatellizálják vagy elhagyják őket.

Az egyes kisebbségi csoportok olvasókönyvbéli tárgyalásának jellegzetességei — a fenti kritériumok alapján — Kane gyűjtésében az alábbiak:

A *zsidókat* a legtöbb könyv — korábbi vizsgálatok eredményeihez hasonlóan — egy ősi civilizáció maradványaként kezeli. Jézus keresztire feszítésének történetével kapcsolatban sok könyv ködösen tárgyalja a zsidók szerepét, mások egyáltalán nem említik, az így kialakult zavaros kép erősítheti az előítéletek kialakulását. A zsidók szerepét a középs- és újkori Európában a könyvek többsége egyoldalúan tárgyalja, az üldöztetést és száműzetést írják le, s mellőzik a zsidók gazdasági, kulturális, vallási befolyását a korra. Nevezetes egykori vagy mai zsidó személyeket csak véletlenül mutatnak be, és bár a korábbi vizsgálatokban tapasztalt egyoldalú, negatív, indirekt ábrázolások eltűntek, ritka a pozitív, sokoldalú leírás. A ma Amerikában élő zsidókról a tankönyvek alapján csak nagyon homályos elképzelései lehetnek az olvasónak, ami nem túlzottan segíti az antiszemitizmus csökkenését. A ná-

cizmus tetteit leíró szövegrészeket külön fejezetben tárgyalja Kane. Ebből a szempontból a 45 könyvből csupán négy fogadható el maradéktalanul, a többi vagy megféleldezik a téma tárgyalásáról vagy a vizsgálati kritériumoknak nem tesz eleget. A legtöbb olvasókönyv nem ad pontos információkat a fajlemélet lényegéről, az áldozatok számáról és kilétéről. Legpontosabban a nürnbergi perről számolnak be a szövegek. Az 1960-as vizsgálatban tapasztaltakhoz képest a mostani tankönyvek szövegei sem ébresztenek több felelősséget: a horogkereszt a tankönyvek olvasói számára csak egy a tananyagban szereplő szimbólumok, jelképek között.

Az *amerikai néger*ek ábrázolása változott leginkább a korábbiakhoz képest. A szövegek azonban még mindig inkább a néger~~ek~~ másokéval egyenlő törvényes jogait és lehetőségeit hangsúlyozzák, mintsem valóságos helyzetük jellegzetességeit. Kevés szövegből derül ki világosan, hogy honnan és mi módon kerültek Amerikába, és a század első felében lejátszódó, négerekkel kapcsolatos eseményekről szinte egyáltalán nem esik szó. Az emberfajták egyenlőségének tudományos bizonyítékai hiányoznak a tankönyvekből. Az 1960-ban vizsgált tankönyvekhez képest haladást jelent, hogy míg akkor egyetlen fotót sem közöltek, amelyeken fehérek és néger~~ek~~ együtt lettek volna, az újabb könyvekben már találni ilyeneket.

Egyéb csoportok. Az amerikai őslakosság, az *indiánok* bemutatása sokat javult a korábbiakhoz képest, de most is inkább „kuriózum” jellegű szokásaikra térnek ki, mint helyzetükre a mai Amerikában.

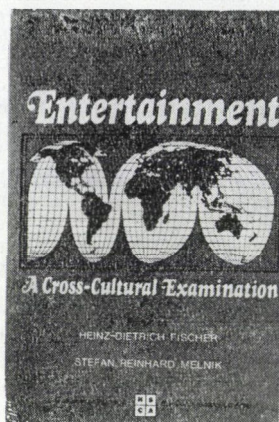
A *japán és kínai* származású amerikaiakról főleg a történelmi események kapcsán esik szó. Ősi kultúrájuk és a mai Japán, illetve Kína még mellékesen sem szerepel a szövegekben.

Az Amerikában jelentős számban élő *spanyol* anyanyelvű lakosság ábrázolása szinte teljesen hiányzik a tankönyvekből.

Kane könyvét összességében nemcsak az teszi érdekessé, amit közvetlenül megtudhatunk belőle. Ennél sokkal fontosabb, hogy bepillanthatunk abba az iskolába, ahol az elkövetkező évtized Amerikájának felnőtt nemzedékét nevelik, és megtudhatunk valamit arról a szellemről, amelyben formálódik.

D. Hoffmann Márta

A szórakozás egyenjogúsításáért



Entertainment. Szerkesztette: H. D. Fischer és S. R. Melnik, New York: Hastings House, 1979.

A szórakoztatás; egyfelől egyre növekvő tömegek szinte tapintható eleven-ségű, nap mint nap tetten érhető igénye, amelynek kielégítésére már évtizedek óta iparszerűen üzött és busásan jövedelmező üzletág rendezkedett be — másfelől (jobb esetben) magasztos eszmék nevében fanyalogva, értetlenül látott „még” szükséges rossz, (ha nem) erkölcsi, társadalmi, kulturális és politikai értékekre veszélyes és kiküszöbölendő.

Történelmi távolságokat ível át az az időszak, amelyben a szórakozás eme szociológiai paradoxona kimutatható. De mert a társadalomkutatás sem korának gyakorlatától, sem a korát jellemző intellektuális közszellemtől nem tudja magát függetleníteni, csak elvétve tett kísérletet arra, hogy a szórakozás önnön természetének sajátzerűségét alaposan szemrevételezze, és az emberi és a társadalmi élet más területeivel való kölcsönhatásában értelmezze. Leírta ugyan a tömegkultúra és a tömeg-szabadidő tömegszórakoztatást teremtő és ez utóbbi kielégítését jelző statisztikai tényeit, de adós az e jelenségeket előidéző társadalmi változások és környezet értékelő elemzésével.

Ezt az értékelő elemzést a kultúrkritika sem sorolta elsőrendű feladatai

közé, így aligha haladta meg Rousseau álláspontját, miszerint „a szórakozás csak annyiban megengedett, amennyiben nélkülözhetetlen, és minden felesleges multság kárt tesz az olyan lényben, akinek az élete igen rövid és az ideje igen drága”. Természetesen adódtak kivételek, de a társadalomkutatás valójában csak a legutóbbi időkben kezdi a szórakozást a többi, egyenrangúan fontos, kutatásra érdemes területi közé sorolni.

Azt a huszonhat tanulmányt, amelyet nyugat-németországi és angliai szerkesztője egy, az Egyesült Államokban kiadott kötetbe foglalt, a szórakoztatás egyenjogúsításának programjával válogatták. Az írások a szórakoztató kommunikációt boncolgatják, annak is mindenekelőtt a tömegkommunikációs formáit. Szórakozásnak tekintik az elsődlegesen a közönség szórakoztatására szánt közlemények, kiadványok, mellett mindazt, amit — lett légyen annak bármiféle tartalma — a befogadó szórakozási célzattal néz, lát, olvas, azaz „használ”.

Kiindulópontjuk szerint minden tömegkommunikációs eszköz minden közleményének lehetnek szórakoztató vonásai az emberek kisebb vagy nagyobb része számára. A szórakozás funkcióit szerteágazóan értelmezve beleértik az összes olyan hagyományos kategóriát, mint a valóságtól való menekülés, társ-helyettesítés, játék stb. A gyűjtemény válogatói megállapítják, hogy a szórakozásnak — az ember nézőpontjából tekintve — számos funkciója van, és együttvéve legalább annyira fontosak, mint mondjuk az információ funkciói. Más vonatkozásban azt hangsúlyozzák, hogy az emberi létezés regeneráció nélkül ugyanúgy elképzelhetetlen, mint oktatás nélkül. Hozzáteszik, hogy véleményük szerint nincs „tisztá szórakoztatás”: mindenfajta szórakoztatás üzeneteket és értékeket tartalmaz, akár szándékoltak ezek, akár nem. Majd e gondolatot továbbfejtvé hangsúlyozzák: tudatosan használva a szórakoztatás ugyanolyan hatásos lehet politikai, társadalmi és gazdasági célok elérésében, mint a meggyőzés hagyományos eszközei.

A tanulmánykötet arra vállalkozik,

hogy kijelölje mindazokat a részterületeket, amelyek vizsgálatára az elméleti és empirikus kutatómunkának irányulnia kell. Nem célja tehát a kutatási hiányokat pótló írások egybegyűjtése, a tanulmányok inkább az eddig háttérbe szorult témakörök első ízben történő körüljárásának funkcióját töltik be.

Az elsősorban amerikai olvasóközönségnek szánt gyűjtemény újdonságra törekvő jellegzetessége abban is megmutatkozik, hogy a tanulmányok szerzői egyetlen kivétellel nem amerikaiak. A közreadott tanulmányok közül tizenegy e kötet számára készült, vagy ebben jelent meg először. Ezek angliai vagy nyugatnémetországi kutatók munkái. A kötet nemzetközgyűjtemény-jellegét meghatározó kilenc más országból származó írás egy kivételével másodközlés.

*

A kötet első tanulmánya Fischer értelmező írása. Hogy megválaszolja a „Mi is a szórakozás?” kérdését, sorra veszi a sajtó-, film-, rádió- és televíziótörténet és kutatástörténet vonatkozó megállapításait, majd arra a következtetésre jut, hogy a szórakoztatás a kommunikátor szemében arra irányuló kísérlet, hogy a kommunikáció különféle formái segítségével szabadítsa meg közönségét a mindennapi munka és környezet megszorításaitól. Úgy látja, félrevezető a szórakoztatás hagyományos felfogása, amely szerint azt, hogy mi a szórakoztatás elem egy műsorban, cikkben, filmben, elsődlegesen vagy kizárólag a *közlő* fél szabja meg. A közönség szerepét sokkalta nagyobbban tartva írja: a szórakozás mindenekelőtt a közönség válogatásának és sajátos értelmezésének mechanizmusában születik. A szubjektív értékelés szerepe erős: a befogadó pszichikai készenléte, fizikai-testi állapota, képzettségi szintje, csoportovatartozása és számos, épp az adott helyzetből fakadó tényező (pl. kártyázás és tévézés együtt) *együtt* teszi játssza azt a kulcsszerepet, ami eldönti, mi lesz végül is számára szórakoztató. Ezért nem lehetséges előzetes formális tartalmi kategóriákkal kielégítő módon meghatározni a szórakozást. Szórakoztató az, amit a közönség saját szórakoztatására „használ”, és a néző bármit szórakoztatónak tud minősíteni.

Ez tehát az alapállás, amelynek fényében a tanulmányokat egybegyűjtötték, és négy tematikus részbe sorolták. Az első A szórakozás folytonossága címet viseli, és a benne foglalt tanulmányok szerzői a hagyományos — nem tömeg- — kommunikációs, sőt: népi, esetenként az írásbeliség előtti szórakoztató műfajok egyes meghatározó vagy jellegzetes sajátosságainak továbbélését elemzik a tömegkommunikációs szórakoztatás területén. (Arról is olvashatunk itt, hogy az újabb keletű tömegkommunikációs szórakoztatásformák miként vették át és módosították a korábbi kikapcsolódási, felüdülési tevékenységek szerepkörét.)

A Szórakozás és elmélet című második részben a szerkesztők jelzik, hogy csupán felvillantanak néhány, egy majdani elméleti leírásban haszonnal kecsegtető közelítésmódot. Prakke a média „társasági”, társalkodó, társhíányt pótló funkcióját taglalja, Stephenson írása pedig a szerző nagy hatású elképzelését vázolja arról, hogy az emberi kultúra játékelméletéből hogyan növeszthető kommunikációs elmélet. A fantáziajátékokból származó kommunikatív örömök elgondolása vissza-visszatérő motívum a tanulmányokban.

Figyelemre érdemes David és Judith Chaney írása, amely a viszonylag sok szabad idővel rendelkező közönség tömegkommunikációhoz való lehetséges viszonyának módozatait elemzi, s amelyben e viszony megragadására alkalmas fogalmi keretet javasolnak. Használóképpen Nyikolaj Manszurov tanulmánya. Ez egyfelől a szovjetunióbeli tömegkommunikációs és kultúrakutatások néhány eredményét foglalja össze, másfelől a gazdag empirikus adatokból végül is leszűri a kommunikációs intézmények társadalmi funkcióit; információnyújtás, nevelés, ideológiai oktatás, társadalmi nézeteket egységesítő funkció, személyiségformálás, mobilizálás, társadalmilag kívánatos közhangulat keltése, szórakoztatás, szabad idő kitöltése, hagyományok megőrzése és új szokások meggyökereztetése, oktatás.

A szórakoztatás társadalmi-politikai vonatkozásai című harmadik rész írásai a szórakoztató irodalom, televíziósorozatok, egyedi tévéműsorok valóságképét elemzik kritikailag. Bemutatják, hogy a bennük rejlő ideológiai töltés

hathatósan hozzájárul a nemzetek közötti és országokon belüli társadalmi, etnikai egyenlőtlenségek, privilegizált helyzetek fenntartásához. A könnyű szórakoztató műfajok nyílt vagy rejtett tartalmuk folytán korántsem „semlegek”: mindig valakikért és valakik ellen szólnak. E tény rögzítésén túl azonban sajnos alig tudunk meg valamit arról a folyamatról, amelynek következményeit immár oly sok kutató konstatálni volt kénytelen.

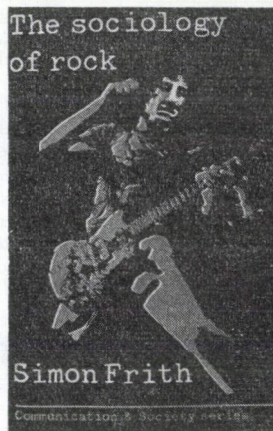
A befejező rész („A szórakoztatás gazdasága és termelőfolyamata”) az üzlet és kultúra vagy profánabbul a pénzteremtő kultúracsinálás konfliktusairól szól. A nyugatnémet hanglezepart külső és belső riválisaitól féltő tanulmány megállapítja: az NSZK lemezcégei versengve a külföldi világcégekkel pontosan ugyanazt a fajta árucikket kínálják, s ennek a (tovább homogenizálódó) kultúra és a zsebük egyaránt kárát látja. A kereskedelmi televízió tévésorozatokat termelő tevékenységében egyaránt jelen levő művészi kreatív és gazdálkodási piacorientált tényezőinek bonyolult viszonylatrendszerét írja le Graham Murdock és James Halloran. Írásuk a problémafel-

vetésig jut el, jelzik, mit is kellene tovább kutatni. Említésre érdemes Gerhard Schmidchennek a rádióbeli könynyüzene műsorpolitikai és közönségszolgálatáról felfogott szerepét — összefoglaló jelleggel — értékelő tanulmánya.

A kötetet Petur István A szórakoztatáselmélet és gyakorlat néhány szempontja című tanulmánya zárja le, jól summázva a benne foglaltakat. Ez az írás először a Rádió és Televízió Szemlében (a Jel-Kép elődjében) jelent meg, és egy 1971—72-ben folytatott vita zárótanulmánya volt. Akárcsak a kötet többi, a hatvanas évtizedben megjelent tanulmánya, ez sem vált időszerütlenné (talán inkább néhány, épp a kötet számára írt munka tűnik semmitmondónak). Peturnak az elméleti hiányokat sorra vevő, a szórakoztatást vizsgáló társadalomkutatás hátrányainak behozására sürgető, a műsorkészítés és programszerkesztés gyakorlati dilemmáit és korlátait érzékeltető írása is hozzájárul ahhoz, hogy az olvasó ismeretséget kössön a tömegkommunikációs szórakoztatószórakoztatás kapcsán felvetődő kérdésekkel.

Várad László

Három évtized rocktörténelme



Frith, Simon: The Sociology of Rock. Constable and Comp. London, 1979.

Simon Frith az angliai, amerikai viszonyokat elemző Rock-szociológia c. monográfiája három évtized szereteágazó rocktörténelmét választotta tárgyául. A témát három csomópont köré rendezte a szerző. Először a rock termelésének szervezeti és tágabb társadalmi feltételeit vizsgálja, részletesen kitérve a hallgatóság vélt vagy tényleges igényeinek való megfelelés irányába tett gyakran görcsös erőfeszítéseket. Ezt követően a rockmuzsika által szállított rejtett üzenetet igyekszik elemezni, figyelmeztelve a nemzetközi lemez- és show-business gondosan palástolt manipulációs törekvéseinek. Majd az ifjúság rétegződésének részletes leírását adja abból a célból, hogy rámutasson az egyes rétegek eltérő viszonyára a zenéhez s megállapítja, hogy a rockzene ma már belopódzott az idősebb korosztályok mindennapjaiba is, mivel manapság egyre nehezebb, s hosszabban

tartó folyamat „igazán” felnötte válni, mint évtizedekkel ezelőtt volt. E három szorosan összefüggő gondolatkör tárgyalásával a szerzőnek sikerült megtartani az elemzés egységét, s az ebből jelentkező átfedések az elméleti építkezést szolgálják anélkül, hogy tautológiához vezetnének.

Bálványok, menedzserek, impresszáriók . . .

A rockzene egyes irányzatainak kommercializálódása szorosan összefügg „termelésének” intézményülésével, mely rögtön megkezdődik, mielőtt valamely menedzser, vagy impresszárió kedvező üzleti lehetőséget lát abban. Nem kerülhette el ezt a folyamatot sem az 50-es évek rock'n'rollja, sem a 70-es évek punkja. Régen elmúlt az az idő, amikor az amatőr rockzenekarok az ifjúság (kezdetben kizárólag a dolgozó munkásifjúság) soraiból emelkedtek ki, s amikor még az élő hangversenyeken nem választotta el egymástól a „túlságosan magas dobogó” a zenekart és közönségét. Akkor a dal az egyszerű hétköznapiokról szólt, egyszerű hangvételrel, egyszerű melódiával, minden mesterséges hatáskeltéstől mentesen. A 60-as évek végén azonban a lemezgyártás fellendülése, az otthoni lemezhallgatás széles körű elterjedése hatalmas kihívást jelentett a zenekarok, énekesek számára:

Az élő koncerteken fel kellett venni a versenyt a tökéletesített stúdiótechnikákkal, és az otthoni zenehallgatás kényelméből a zsúfolt koncerttermekbe, szabadtéri előadásokra kellett csalogatni a közönséget — s ezt a látvánnyal, a show-val sikerült elérniük. Ezek a fejlemények mind a kommercializálódás irányába terelték a rockipart. A különleges hang- és fényeffektusok, a kiszolgáló személyzet létszámának növekedése rendkívüli mértékben megnövelték az élő adások költségeit (a Rolling Stones 1976-os európai turnéja pl. mintegy hétmillió fontot emésztett fel).

A fokozott minőségi követelmények arra ösztökélték a rockzene „haladóbb” irányzatainak képviselőit, hogy minél elvontabb, minél bonyolultabb zenét komponáljanak. Az élő előadásokon a közönség már nem táncolt, mint eleinte, sőt erre a gyakran klasszikus zenéből és jazzelemekből építkező igen

magas zenei igényeket is kielégítő muzsikára nem is lehetett táncolni. Mindez ahhoz vezetett, hogy a zenehallgatás és a tánc eltávolodott egymástól. A zenehallgatás közege az otthon, a hangversenyterem, a szabadtéri koncert, a tánc pedig a diszkó.

A 60-as évek végére kialakultak a sláger- és sztárkészítés biztos receptjei: végy egy dalt, mely a tizenévesek álmairól szól, és énekeltesd el egy 18 évnél lehetőleg nem idősebb munkásosztályból származó fiúval, aki hosszú és dús sörénnyel, valamint minél kevesebb zenei képzettséggel rendelkezik, és ráadásul mindezt úgy prezentálja, mint ha hinne is abban, amit csinál. A menedzserek először a rockzene legsikeresebb előadóit, énekeseit szipkázták el a slágeripar számára. Később, a diszkók tömeges elterjedésével a diszkóközönség már „métrészabott” diszkóstárokat kapott: az Abba, a Boney M., Amanda Lear, John Travolta stb. sikeréhez talán egyetlen rockstár népszerűsége sem mérhető. A diszkó és zenéje már nemcsak a tizenéveseké, hanem minden korosztályé. A siker üzlet, az üzlet pedig sok-sok pénzt jelent, ami a közönség zsebéből vándorol át a diszkó-business soha meg nem telő óriási perselyébe. (A könyv a diszkó-business legújabb fejleményeit sajnos már nem taglalja, pedig a rockzene története és szociológiája enélkül aligha teljes.)

A maximális problémamentességre és harmóniára törekvő dallamok elterjedését hatalmas apparátus segíti: az USA-ban a rádióállomások már a 40-es években disc-jockey-t alkalmaztak, a lemeztársaságok már akkor rendszeresen megkörnyékeztek őket az általuk forgalmazott lemezek rendszeres bejuttatásáért. Hasonló célt szolgáltak a Top 40 és Top 20 slágerlisták, majd a 60-as évek közepétől a kalózkodók.

A forrásvidék

A rock ideológiai sokszínűsége abból fakad, hogy igen gazdag forrásvidéken ered, és még mielőtt egységesen homöpolgő folyamattá alakulna, szerteágazódik. A szerző szerint ez az eszmei kaleidoszkóp a blues realizmusából, a folk tisztességéből, a soul érzékiségéből és a reggae politikizálásából áll össze. Igen szoros a rock közössége az amerikai népzenevel, mind a néger *rhythm and*

blues-zal, mind a country-zenével, melyet egyik méltatója „fehér” blues-nak nevezett. Közös a kettőben a nyers, érdes énekhang, az olyan instrumentális technikák használata, melyek énekhangként hatnak. Mindkét zenei irányzat a dolgozók és az elnyomottak problémáival foglalkozik, mindennapi életüket ábrázolja, Hozzáállásuk azonban alapvetően különbözik: a country-zene minden realizmusa, az igazságtalanságok és a kizsákmányolás iránti érzékenysége ellenére konzervatív üzenetet közvetít: a hallgatóság társadalomban elfoglalt helyét tragikusnak, de megváltoztathatatlanak mutatja. A felemelkedés lehetőségeit az egyénben, a szerencsében, a kemény munkában, az isteni kegyben látja. A szexualitás kevésbé hangsúlyos, mint a rhythm and blues dalszövegeiben, mivel a country eredetileg a családi szórakoztatás egyik formája volt, és a két világháború közötti népszerűsége is a családi médiumnak, a rádiónak köszönhető. A 70-es évek Amerikájának nosztalgiahullámában a country reneszánszát éli. A szerző szerint ez kizárólag konzervatívizmusként tudható be: a múltat szimbolizálja és a városi tömegekhez olyan életmódmodellt közvetít, melyre ugyan sóvárgó szemekkel tekintenek, de nagyon is tisztában vannak azzal, hogy soha nem tudnának olyan körülmények között, olyan környezetben élni.

A rock azonban nemcsak dalszövegeivel, zenéjével közvetít ideológiai tartalmakat. Az előadók, a rockzenészek megjelenésükkel, nyilatkozataikkal, egész életükkel *magatartásmintákat közvetítenek* a fiatalok számára. A zenészek akkor dolgoznak, amikor mindenki más a szabad idejét élvez; a lazítás, feszültségcsökkentés számos mesterséges eszközzel, stimulálószerekkel élnek, s így a hedonista, szabadidőcentrikus életmód szimbólumai. Életük legapróbb részleteit a kimondottan e célból alapított könnyűzenei sajtó közvetíti a „hivők” felé, s ahelyett, hogy a rockzene megítélésében segítene eligazodni, a sztárok magánéletét, szexuális kapcsolathálózatát szellőzteti.

A rockmozgalom társadalomhoz való viszonyában jelentős változások történtek a 60-as évek végére. A legelső rockzenészek (Tommy Steele, Cliff Richard maguk is közönségükkel azonos társadalmi háttérrel rendelkeztek) számára művészet és üzlet, önkifejezési lehetősé-

ség és kommersz sláger nem vált külön. Sajátos társadalmon kívüliségükkel nem a fennálló rendszer, hanem a *felőtt generáció ellen* lázadtak, előkészítve a talajt az addig alig-alig létező generációs probléma heves vitáinak. A 60-as évek végére élesen elváltak egymástól a rockzene önkifejezést nyújtó irányzatai és a piac igényeinek teljes kiszolgálására törekvő slágeripar. A zenészek szemében éppen ezért felértékelődött a művészi szabadság, az önkifejezés lehetősége, s ez beágyazódott az ifjúságnak egy olyan általános ideológiájába, mely a szabadságot és az önkifejezési lehetőséget mindennél fontosabbnak tartotta.

S akiknek szól a dal: teenagerek, fiatalok

A hazai szakirodalom nem tesz különbséget e két kategória között, sőt előbbit mint idegen eredetűt és idegen hangzásút nem szívesen használja. Mi e különbségtétel tartalma? A *teenager-kategóriát* nem szociológiailag értelmezték, hanem sokkal inkább fogyasztási kategóriaként: főleg fiatal munkásokat jelöltek vele, amíg meg nem házasodtak, de max. 25 éves korukig. A „fiatalok” elnevezés a 60-as években váltotta fel elődjét (lényegében azzal a céllal, hogy valamiféleképpen kifejezze az osztályok közötti különbségtétel irrelevanciáját ebben az életkorban) mégis többségében középosztálybeli fiatalokat értettek rajta. A teenager-attitűd legfőbb jellegzetességét az értéknélküliségben jelölték meg, mondván: ez a fogyasztói réteg minden piaci manipulációnak könnyen eltalálható céltáblája. Egyes nézetek szerint egyetlen vezérlő érték mégiscsak elő-előbukkan fogyasztásukban, életvitelükben, s ez a pillanatnyi örömök-gyönyörök minél fokozottabb és teljesebb kielégítése. Sokan a teenagerek szexualitás és erőszak iránti fokozott fogékonysága miatt aggodalmaskodtak, s gyakran egyes deviáns csoportosulások (a láncosok, a kopaszok és a punkok stb.) alapján az egész korosztályra általánosítottak. E rétegek számára a zene a gyökértelenség, a közösségtől való elidegenedtettség, a beilleszkedési képtelenség, a szándékos „kivülmaradás” kifejezése. A *fiatalság* a szerző interpretációjában a középosztályok és az alsóbb osztályok kö-

zeledését kifejező ideológiai kategória. E közeledés szerinte olyan nivellálódási folyamat, melynek során a középosztályból származó fiatalok átveszik a munkásifjúság értékeit (az izgalom, az élvezet, az ellenállás, a kockázatvállalás, az autonómia stb. eszméinek hirdetését), megtagadva ezzel szüleik életvitelét. A 60-as évek végének ifjúsági mozgalmi, a nagy lázadások a 70-es évek közepére hedonista apátiává devalválódtak.

Az ifjúság rétegzésének másik lehetséges szempontja a termeléshez fűződő viszony. Eltérő minőségű, és különböző nagyságú keresletet támaszt a piacon az a tanuló, akit ugyan egész napra leköt a tanulás, de munkaideje és szabad ideje nem válik el élesen, mint a munkásfiatalé. E minőségi különbségek látszólag a tanulók nagyobb lehetőségeit eredményezik, de mivel önálló keresettel nem rendelkeznek, tényleges kiadásaink korlátozottak. Jóval intenzívebb közösségi életet élnek, és függetlenségük is nagyobb, mint a munkásfiataloké, mivel nem köti őket a munka és a család. Magasabb iskolázottságuk nemcsak nagyobb tudásanyagot biztosít számukra, hanem abba is beavatja őket, hogy miképpen töltsék el szabad idejüket változatosan, személyiségük gazdagodását elősegítve. Ezért az olyan komolyabb, elvontabb rockmuzsikát kedvelik, amelyben értékekre lehetnek, mely hozzásegíti őket önmaguk kifejezéséhez.

A fiatalságon belül sajátos a lányok helyzete, egyrészt mivel a szülői ellenőrzésnek jobban alávetettek, mint a fiúk, másrészt mivel az otthoni munkából is jobban kivészik részüket. Töb-

bet tartózkodnak otthon, s egy sajátos „rózsaszínű bakfis” kultúrát, álomvilágot alakítanak ki maguk köré barátjaikkal, akikkel zenét hallgatnak, tanítják egymást sminkelni, pletykálnak stb. Az egész millió szexuális feszültséggel telített. E leánykultúra koncentrációja a 10–13 éves kislányok popszár-középpontú tini-kultúrája, a kedvenc bálvány poszttereivel körülbástyázva, a kimondottan ilyen irányú igények kielégítésére szerkesztett tini-lapokkal kibélelve, amelyekből a kedvenceikről terjedő legújabb pletykákról értesülhetnek, s amelyekben csupa olyan romantikus szerelmi történetet olvashatnak, amelyek természetesen jól sikerült, boldog házasságban végződnek. E sajátos kultúrában a rockzene az implicit szexuális és érzelmi feszültségek kifejezése, felszabadítója. A lányok akkor nőnek ki ebből a rózsaszínű álomvilágból, amikor randevúzni, szórakozni kezdenek. Ezzel valamelyest kiszakadnak az otthoni kötelekekből, s szabad idejük eltöltésében radikális változás áll be.

A könyvnek természetesen csupán a legáltalánosabb érdeklődésre számot tartó részeit emeltük ki ezúttal. A témakör iránt érdeklődőkön, a popzene és a szórakoztatóipar termelőin-forgalmazóin-fogyasztóin kívül azok számára is figyelmet érdemlő információforrás, akik az előbbieket működési feltételeit meghatározó kultúrpolitikai, ifjúságpolitikai, döntéseket hozzák. A könyvben található részletes hivatkozási irodalom kiindulópontként szolgálhat a témakörben elmélyedni szándékozók számára is.

Lendvay Judit

LAPOKBÓL

la pensée

Nyelv és társadalom

A „La Pensée”, a modern racionalizmus folyóirata, 1980. januári számát a nyelvészetnek szentelte. Láthatóan alap-

vető szempont volt, hogy olyan kérdéseket tegyenek vizsgálat tárgyává, amelyek nemcsak a nyelvész, hanem a politikai érdeklődésére is számot tarthatnak.

A közreadott anyag kollektív munka eredménye: a szerzők valamennyi művet együttesen olvasták el és vitatták meg. A szerzői-szerkesztői team-munka nagyban hozzájárult a tanulmányok tematikus folyóiratszámmá — valójá-

ban: kötettség — szerveződéséhez. A tanulmányok egymást erősítik, egymást értelmezik; szemléleti kérdésekben a szerzők között nincs ellentét.

J. B. Marcellesi, valamint J. Legrand átfogóan tárgyalja a nyelv és társadalom témát. Marcellesi írását, továbbá D. Baggioninak a nemzeti nyelvről írott gondolatait alább részletesen ismertetjük. Két munka — D. Baggioni és J. P. Kaminker közös tanulmánya — foglalkozik a nyelvi norma kérdéskörével. A Winther bibliográfiája, a kisebbségi nyelvek problémakörét L.-F. Prudent boncolja, a nyelv és a társadalmi kapcsolatok témájáról. R. Legrand-Gelbert és C. Marcellesi anyagát olvashatjuk. A nyelv és a hatalom, illetve a nyelv és a munka témakörében D. Coppalle és B. Gardin, illetve L. Guespin fejt ki nézeteit.

A nyelvészet a válság nyelvészetéig

J. B. Marcellesi azzal magyarázza a szociolingvisztika megjelenését, hogy a formális nyelvészet egyre kevésbé tudott megfelelni azokra a kérdésekre, amelyeket az élet tett fel, elsősorban arra az alapkérdésre, hogy mi a nyelvi jelenségek helye és szerepe a társadalomban. Egyesek szerint már akkor is létezett szociolingvisztika, mikor még nem beszéltek róla, új tudományként beszéltek volna. Így felmerül a kérdés: „vagy az elnevezés nem csupán divatos öltözék, modern címke-e valamin, ami mindig is létezett?” Ez az ellentétés inkább ösztönző, speciális módszertan kidolgozására serkent.

Féltreértések forrása a tudomány elnevezése körüli zűrzavar: a szociolingvisztika mellett az „etnolingvisztika” és a „nyelvszociológia” is előfordul. Gyakran felmerül az a kérdés is, hogy amennyiben a nyelv elsődlegesen társadalmi képződmény, létezhet-e igazi nyelvészet szociolingvisztika nélkül.

Mindezek az ellenvetések részgazságokat tartalmaznak ugyan, de nem képesek megkérdőjelezni a szociolingvisztika művelőinek törekvéseit. A tanulmányok, főként a társadalomtudományok részterületei nem örökérvényűek, s gyakoriak köztük az átfedések.

A szociolingvisztika változatait elemezve a szerző rámutat arra a tényre, hogy Franciaországban a szociolingvisz-

tika szót a „nyelvszociológia” helyett is használták. Az elnevezés körüli bonyodalmak részben innen származnak. A (francia) szociolingvisztikának két meghatározó sajátossága van: beszédelemzésekkel foglalkozik, és kutatásaiban igen nagy szerepet játszik az előzetes általános reflexió.

Végül: a szociolingvisztika kebelén belül kialakultak magát a szociolingvisztikát megkérdőjelező irányzatok is. A szociolingvisztika igyekszik valamennyi olyan nyelv-kutatási területet magához csatolni, amely a politikai-társadalmi harcokhoz kötődik. Így elmondható, hogy „minden országnak megvan a saját valóját vizsgáló szociolingvisztikája”, amely a nyelv birtoklásának problémáival, a beszédelemzéssel, a nyelvi elidegenedés kérdéseivel foglalkozik. Ugyancsak ide sorolható a glottopolitika vagy nyelvpolitika, amely a kisebbségi nyelvekkel kapcsolatos.

Nyelv és politika

Baggioni A nemzeti nyelv c. írásában utal arra, hogy mennyire kényes terület ez a tudományos irodalomnak. A nyelvészet és a szociológia is csak óvatossággal tapogatható körül, politikai irodalma pedig közhelyszinten mozog.

Az egységes nemzeti nyelv kialakulásának szemléltetésére a francia nyelv példáját tárgyalja. A nyelvi egységesezés Franciaországban jóval előbb következett be, mint a legtöbb, nála egységesebb etnikai közösségű országban. Baggioni szerint ennek okai: az erőteljesebb politikai és kulturális centralizációs törekvések, majd a fejlődésben alapvető fordulatot hozó 1789-es forradalom, illetve korábbról az anyanyelv használata a jogi iratokban s az igen intenzív elméleti tevékenység: nyelvtanok, szótárak írása, az Akadémia megalapítása (1635), Malherbe és Vaugelas munkássága.

1789-re a francia az elit nyelvvévé és bizonyos társadalmi funkciók gyakorlása közben alkalmazott nyelvvé vált. A kapitalista termelési mód elterjedése idején alapvetően szükségessé válik az egységes nemzeti nyelv kialakulása. A XIX—XX. században még a Konvent idején megfogalmazott nyelvpolitika szelleme uralkodott: „Ha azt akarjuk, hogy a Nemzet létezzen, minden polgárnak közös nyelvet kell beszélnie.”

Az egységesedés nyomán, a dialektusok eltűntével úr támadt, így pl. a köznap nyelvhasználatban és a spontán érintkezésben, ahol a hivatalos változattól lényegesen eltérő formák jelentek meg. Sok hasonló tendencia is azt bizonyítja, hogy a nyelvi egységesedés folyamata nem zárult le Franciaországban.

Németországban más volt a helyzet. A nyelvközösség kialakítása az egységes nemzeti állam megteremtéséhez szükséges lépés volt. Ehhez nagymértékben hozzájárult a szent szövegek széles körű terjesztése, valamint a német írók, nyelvészek, filozófusok munkássága. A német ideológusok munkáiban a nyelv a nemzet lényege. A germán nyelveket a klasszikus nyelvekkel rokonították, s megtették a klasszikus kultúra örökösének.

Ma a dialektusok a német nyelvben is minden területen visszahúzódóban vannak. Amennyiben ez a folyamat nem áll meg, a német nyelvű államokban a franciaországihoz és az angliaihoz hasonló nyelvi helyzet alakulhat ki.

Olaszországban sokkal több nehézség kísérte a nyelvi egység kialakulását. A nagy író, Manzoni úgy vélte, hogy ha sorsa továbbra is a puristák kezében marad, halott nyelvvé válik. Ő a firenzei olaszban látta a megújulás lehetőségét. Az olasz nyelvpolitikát mindvégig ez az elképzelés uralta, és ez a dialektusok visszaszorítását hirdette, szemben egy józanabb felfogással, amely a firenzei és a többi dialektus együttélését hirdette. A társadalmi-gazdasági körülmények nem tették lehetővé az irodalmi olasz elterjedését. Még egy 1955-ös adat szerint is csak a lakosság 18%-a beszélt. Mára a televízió, az iskolák és az egyre inkább tért hódító városi életforma hatására megváltozott a helyzet. P. Pasolini 1964-ben fogalmazta meg a gondolatot: „bizonyos mámorral és megrendüléssel jelenthetem ki, hogy megszületett az olasz nemzeti nyelv”.

A több nyelvű országokról szólva Baggioni elsősorban a szovjet példát emeli ki. A Szovjetunió különböző népeinek joga van nyelve hivatalos használatához, s ezen túl — teszi hozzá elismerően — központilag segítik e nyelvek fejlődését. Ugyanakkor a sajtóságos helyzetből adódó problematikus kérdésekre is rávilágít, illetve az ezeket tárgyaló szakirodalomhoz irányítja az olvasót.

A nyelvi tervezés mindig előzetes nyelvpolitikai döntés következménye — hangsúlyozza Baggioni. Az újonnan függetlenné vált államok esetében azonban ezt mindig befolyásolják a régi gyarmatosítók imperialista és neokolonizációs törekvései. A nyelvpolitika ezekben az országokban a demokráciáért és az emancipálódásért folytatott harc szerzes részé.

Nemzetek, nemzeti nyelvek és többnyelvűség

A szerző szerint Latin-Amerika nyelvi helyzetét sokan viszonylag homogénnek tekintik, valójában azonban sok a különbség a latin-amerikai nyelvek között.

„Joggal remélhetjük, hogy lehetségesé válhat a különböző társadalmak együttélése olyan dialektikus egységben — valamennyi tagjuk több nyelvű oktatása, valamint a cél elérését segítő megfelelő társadalmi kommunikációs rendszer kialakítása következményeképpen —, amelyben mind az anyanyelvek, mind a legszélesebb kommunikációs lehetőséget biztosító nyelvek egyszerre használatosak” — hangsúlyozza végül a tanulmány.



Az élet nyelvén

A szó, a zaj és a zene — a rádiós palletájának három alapszíne. És ahogyan a művész a három alapszín keverésével

elő tudja varázsolni a világ valamennyi árnyalatát, úgy a rádióadásban a ki-mondott szó, a dokumentális zajeffek-tusok és a zene együttesen idézik fel képzeletünkben a történetek vagy az éppen most folyó történések képét. A film és a televízió konkrét látvány for-májában közvetíti az információkat; a rádióadás is bemutatja a valóságot, csakohogy annak *hangbeli létezésén* ke-resztül.

Manapság nemcsak az újságban ter-jed folyamatosan a dokumentumműfaj, hanem mind több film, színdarab, iro-dalmi alkotás készül dokumentum alap-ján. Ezt a társadalmi és az egyéni tudat igénye alakította ki. A hitelesség sajá-tos kultuszát többek között nyilván a megnövekedett kulturális és tájékozott-sági szint és ennek kapcsán az embe-rek nagyobb döntési és általánosítási ké-pességei és lehetőségei idézték elő.

A dokumentumműsor vagy dokumen-tumjáték kifejezés mindenekelőtt azt je-lenti, hogy hangdokumentumok, akusz-tikus felvételek felhasználásán alapul, valamint azt, hogy maga is hangdoku-mentummá, megismételhetővé és több alkalommal felhasználhatóvá válik. A dokumentumműsor természetesen eredeti tények és események alapján készül, azonban a dokumentalitásnak nem ez az egyedüli kritériuma. Az élő közvetítések is hitelesek és a valóságot tükrözik, de a rögzítetlen valóság nem lesz dokumen-tum.

A rádiós dokumentalizmus a II. világ-háború táján indult viharos fejlődésnek — a magnetofon megjelenésével. Igen fontos, hogy a korábbi hangfelvételek-vel szemben a magnetofonszalagot könnyen lehet vágni, ragasztani, átjátszani. A *montázs* tökéletesítette a hangdoku-mentumot az üresjáratok kiküszöbölé-se, illetve a legjellemzőbb részletek meg-tartása révén, lehetővé tette a hangké-pek átcsoportosítását a kompozíciós el-gondolásnak megfelelően. A különböző szó-, hang- és zenei elemek tetszés szer-inti összeolvasztása útján maximális művészi, illetve propagandahatás érhető el vele. Az asszociatív, az utólagos vagy a párhuzamos felvételek összekapcsolá-sával és a kontrasztok kiemelésével mind racionális, mind emocionális ha-tást gyakorol a hallgatóra.

Mi a funkciója a dokumentumnak a rádió különféle zsurnalisztikai anyagai között? A *latin* documentum szó azt je-lenti: hiteles tárgyi bizonyíték, tanújel.

Azonban a rádiós zsurnalisztika eseté-ben túlságosan leegyszerűsítünk a dol-got, ha csupán ezt a — hogy úgy mond-jam — jogi oldalát vennénk szemügyre. A zsurnalisztikai dokumentalizmus tág és sokrétű fogalom. Gnoszeológiai szem-pontból a való világnak, összeütközési-nek és jellemeinek az újságíró által tör-ténő, sajátos megismerési folyamata. Al-kotói síkon — a valóság tükrözésének és ábrázolásának a formája. Funkcioná-lisan — a közönségre irányuló hatás fo-kozásának eszköze. A dokumentalizmus hatékonyságának nem a bizonyítottság az egyedüli feltétele. Viszont egyenes következménye a hallgatók, illetve olva-sók intellektuális és esztétikai fejlettsége iránti bizalomnak, s erre a közönség igen hálásan reagál.

A rádióadások dokumentumfelvételei a következő célokat szolgálják:

segítséggel az újságíró alátá-maszlja mondanivalója hitelességét, hogy meggyőzze a hallgatót: „mindez így történt”;

konkrét, érzéki információt nyújta-nak olyan formában, amely csak a rá-dióban lehetséges: a hallható valóság közvetlen érzékelése útján, anélkül, hogy az újságíró — a sajtóhoz hason-lóan — beavatkozna;

különböző szó-, zaj- és zeneblokkok-kal ellenpontozzák a műsort, egységes, ritmikus egész hoznak létre, ezáltal felkeltik és aktivizálják a hallgatók figyelmét.

A rádióadásban az akusztikus doku-mentum konkrét, érzéki befogadásra irányuló információt hordoz. Az ilyen információ átadásához a lapokban dol-gozó újságíróknak terjedelmes magyará-zatra van szüksége. A rádiós újságíró viszont arra törekszik, hogy — amennyi-ben ez a megértést nem kockáztatja — *kiküszöbölje a leírást*, elérje, hogy az események önmagukért beszéljenek, a hallgatóság közvetlen élményhez jus-son. Hasonlóan ahhoz, ahogy Sztanyisz-lavszkij szerint „a rendező meghal a színészben”, a rádiós dokumentalista — ideális esetben — eltűnik, beleolvad hő-seibe és a dokumentumfelvételbe. Az újságíró munkájának alkotó jellege a témaválasztásban, a meghatározott né-zőpontban, a ritmikai szerkezetben és a kompozícióban — az adás általános stí-lusában és orientációjában rejlik.

Neue Zürcher Zeitung

A rövidhullámú rádiózás reneszánsza

Amikor valahol elhangzik a „rövidhullám” szó, a legtöbb ember a „vállat vonogatja, mintha azt akarná mondani: „Mire jó ez? Ugyan már, ki hallgat ma rövidhullámot?” A világot behálózó rövidhullámot, a rádió egyetlen olyan hullámsávját, amely valóban világszerte hallgatható, a legtöbben egyetlen kézmozdulattal intézik el. S ez már a kezdetek óta megfigyelhető.

Rövidhullámon a napi rendszeres adások 50 éve (1929-ben) Németországban, a Szovjetunióban és Hollandiában indultak meg, s minden jóslás ellenére a rövidhullám „nagykorú lett”, napjainkra pedig soha nem tapasztalt fellendülés következett be: zavarba hozóan nagy számú rövidhullámú adás és műsor létezik, az adási idők megnöttek; óriási a hallgatók száma.

A kereken 900 millió rádiókészüléknek, amely a szakemberek szerint jelenleg a világon működik, majdnem egyharmada — kereken 300 millió — rövidhullámú vételi lehetőséggel is rendelkezik. Minden harmadik rádióhallgató — Bernben, Sanghajban vagy akár Dallasban — hallgathat RH-rádiót. Mióta a készülékipar könnyen kezelhető, teljesítőképes és jutányos árú rádiókat gyárt rövidhullámú sávval (tehát körülbelül a hatvanas évek közepe óta), az RH-hallgatók száma a világon egészen rendkívüli módon megnövekedett. A rövidhullám felé fordulásnak új lendületet adott, hogy ma már a készülékek egy részének digitális frekvenciajelzője van, vagyis a hallgatónak már nem kell gyármoltalanul keresgélnie a rövidhullámú sávokon a kívánt frekvenciát; egyszerűen beállítja azt és megszólal a kívánt adó.

A kölni Deutsche Welle, amely naponta németül és 33 idegen nyelven sugároz műsort, 1978-ban például nem kevesebb, mint 400 000 levelet kapott a hallgatóktól. S ami ennél is többet mond: a levelek tíz százaléka hausza nyelven íródott, Nyugat-Afrika egyik köznyelvén, amelyen a Deutsche Welle naponta csak 90 percig sugároz műsort (három, egyenként 30 perces adás).

De az RH-szolgálatok közül nemcsak

a „nagyoknak”, mint a moszkvai rádióknak, az Amerika Hangjának, a Deutsche Wellének és a Radio Pekingnek sok a hallgatója. Jóllehet a Radio Finnland például csak finnül, svédül és angolul sugároz, a múlt évben mégis 10 050 levél érkezett címére a világból, s csaknem fele, 4450, három országból: az USA-ból, Nagy-Britanniából és az NSZK-ból. A Radio Finnland amerikai hallgatóinak 93 százaléka szerint a Radio Finnland RH-adása az egyetlen forrás számukra, hogy Finnországról informálódjanak.

A világhalmon ez idő szerint kereken 1500 RH-adó működik. Ezek fele sugároz adásokat külföldi hallgatók számára. (Jó néhány országban az RH-rádió, éghajlati és távolsági okok miatt — óriási földterületek, mint pl. Brazíliában óriási szigetországok, mint Indonézia — főként a belföldet szolgálja.) Ez az 1500 adó a Föld több mint száz országában működik. Amerikai szakértők legújabb becslései szerint az adók naponta kereken 25 000 frekvenciaórát sugároznak. (Ha például egy kétórás műsort három különböző frekvencián sugároznak, terjedelme 6 frekvenciát jelent.) Laikus számára szinte elképzelhetetlen adásmennyiség.

A legnagyobb rövidhullámú műsorajánlata Moszkvának van. Külföldi rádiószolgálat naponta kereken 300 órát sugároz több, mint 60 nyelven. Újabban az angol nyelvű „Radio Moscow World Service” jelentkezik: a világon mindenütt egy helyi adó hangerejével fogható. A moszkvai „World Service” részére egyedül több, mint 40 új, egyenként 500 kW-os RH-adót állítottak üzembe. A BBC (London), amely az ötvenes években még a világ legnagyobb külföldi rádiószolgálat volt, naponta kereken 100 órában sugároz műsort 39 nyelven, az „Amerika Hangja” naponta kereken 110 órát nem egészen 30 nyelven és a Radio Peking a külföld számára naponta több mint 200 órás műsort ad, 42 nyelven.

Hogy e műsorajánlatokhoz a hallgatók is „megvannak”, annak igazolására csupán két számot: a Radio Sri Lanka kommerciális szolgálatának rövidhullámon sugárzott műsorát csupán Dél- és Délkelet-Ázsiában 20 millióan hallgatják. Az „Amerika Hangja” rendszeres hallgatóságát világszerte körülbelül 100 millióra becsüli. Az USA-ba magába naponta a világ 15 országából (többek között a Szovjetunióból, az NSZK-ból, Kí-

nából, Lengyelországból, Izraelből, Hollandiából, Csehszlovákiából stb.) irányítanak RH-rádióműsorokat. Ezek az USA-ban élő RH-hallgatók számára sugárzott adások naponta mintegy 150 műsorórát tesznek ki.

Kézenfekvő, hogy a nemzetközi RH-adásoknak egészen különös jelentőségük van a harmadik világ számára. A nagyarányú analfabetizmus, az újságok és általában a nyomtatott eszközök hiánya a rövidhullámú rádiót az ázsiai, afrikai és latin-amerikai embermilliók szinte egyedüli tájékoztató eszközévé teszi: a földműves Indiában, a marhapásztor Dél-Amerika messzeségein, az ültetvényen dolgozó Afrikában — mindannyian a szó szoros értelmében az egész világot hallgathatják a rövidhullámú rádióban. Ugyanez „megfordítva is” érvényes: az utóbbi években a harmadik világ országai egyre inkább felhasználják a rövidhullámú rádiót, hogy magukra irányítsák a világ figyelmét. Olyan országok, mint Gabon, Líbia, Sierra Leone, India, Banglades, Sri Lanka és mások akkora rövidhullámú adóállomással rendelkezik (egyenként 500 kW-ig terjedő teljesítménnyel), amilyenről némelyik kisebb európai állam legfeljebb csak álmodhat. A nemzetközi rövidhullámú rádió, amely tegnap még az információ-áramlás egyirányú utcája volt, a hetvenes évek végén kétirányú „információs útvonalává” vált. A harmadik világ rövidhullámú adói, amelyeknek vétele európai rádiókészülékeken tegnap még kisebb szenzációt jelentett, ma olyan erőteljes, mind politikai, mind vételtechnikai szempontból hangos jelzéseket adnak, amelyeket lehetetlen meg nem hallani.

Newsweek

A siker hangja

A rádió az Amerikai Egyesült Államokban kiheverte a tévé által rá mért csapást, sőt eddig elképzelhetetlen virágzásnak indult: a rádióreklámból származó bevételek 1978-ban csaknem hárommilliárd dollárra rúgtak, ami 12%-kal több az előző évinél.

A rádió több emberhez jut el, mint bármely más tömegkommunikációs esz-

köz: az átlagos amerikai háztartásban öt készülék van. De a médium talpraállásának legnyilvánvalóbb bizonyítéka a rádióállomások szaporodása: jelenleg 8653 adó szór műsort, ebből 2700 a legutóbbi évtizedben kezdte meg működését.

Ez a robbanásszerű növekedés arra készítette a Szövetségi Kommunikációs Bizottságot (Federal Communications Commission), hogy lépéseket tegyen a rádiós műsorszórás korlátozó előírások megszüntetésére. Szeptemberben az FCC javasolta: töröljék el azokat a régóta fennálló szabályokat, amelyek szórakoztató műsorokon kívül hírek és közönségszolgálati műsorok sugárzására is kötelezik a rádióállomásokat. Javasolta továbbá, hogy szüntessék meg a hirdetésekre fordítható idő korlátozását (jelenleg ez óránként 18 és fél perc). Az FCC szerint kevés rádiótársaság kockáztatná meg, hogy a hírek elhagyásával vagy a túl sok reklámmal elijessze fáradságos munkával megszerzett közönségét.

A rádió azért vonzza a hirdetőköt, mert a tévé csillagászati áraival szinte elüldözi őket. De a legígéretesebb tulajdonsága az, hogy mindig azokhoz a csoportokhoz tud szólni, amelyek egy adott termék megvásárlására elsősorban szóba jöhetnek. „A műsorszórók rájöttek, hogy olyan adásformát tudnak tervezni, amelyek specifikus közönséghez szólnak” — így az NBC Rádió alelnöke, Robert Mounty.

Az eredmény: olyan rádióállomások jöttek létre, amelyek csak a rockzenének, csak a beszélgetéseknek vagy csak a hírműsoroknak kötelezték el magukat. Teljes rádióhálózatok futnak szét az országban, amelyek csak különleges igényeket elégítenek ki. Azok a hirdető példál, akik néger fogyasztóknak akarnak eladni, időt vásárolhatnak a Sheridan Broadcasting Networknél, amely a feketék újságjaihoz mérten alakítja programját. Az arlingtoni (Virginia) SBN 84 amerikai állomásnak nyújt hír- és sportszolgáltatásokat, valamint egészségügyi műsorokat és politikai kommentárt. Az SBN főigazgatója, Skip Finley szerint: „Valamelyik nap a tévé egy sajtókonferenciát közvetített a Fehér Házból, és a mi emberünk volt az egyetlen fekete riporter a képen. Egy kis rádióállomás soha nem küldhetné oda a saját riporterét.”

A legmohóbbak a busás haszonnal ke-

csegető ifjúsági piacra specializálták magukat. Májusban az NBC bejelentette egy új rádiótársaság, a „Forrás” megalkulását, amely a 18—34 év közötti korosztályt próbálja magához édesgetni divatos életstílusokat bemutató műsorokkal, rockhangversenyekkel és minidokumentumműsorokkal (pl. „A gazdasági válság és a lemezipar”). Néhány hónappal később az RKO is elindította saját ifjúsági adóját. Popzenét sugárzó műsorát 90 perces betétekkel tűzdeli meg, melyek egészségről, sportról, pénzkezelésről és a nemek közötti kapcsolatokról szólnak. Hírösszeállításokat is sugároz, amelyeket gondosan a közönség méretére szab — és amelyek nyelvezetén bizonyára elszörnyednek a zsurnalisztika művelői.

A rádióhallgatóknak több, mint fele hallgatja ma rendszeresen az FM-adók tisztább sztereohangjait. Az AM-állomások — hogy versenyben maradjanak — kénytelenek voltak új formákat keresni. Ezért fordultak a rádiójátékokhoz. Két okból is. A hirdetőik örülnek neki, mivel a piackutatás azt mutatja, hogy a közönség szívesebben azonosít egy terméket egy rádiójátékkal, mint hírekkel vagy zenével. Ennél fontosabb azonban, hogy a műfaj friss érdeklődést kelt, amely már túlmutat a nosztalgian. „Olyan fiatalok fedezték fel a rádiójátékot, akik azelőtt egyáltalán nem ismerték — mondja Sam Cook Digges, a CBS Radio elnöke. — Tetszik nekik az, ahogyan működésbe hozza a fantáziájukat.”

A legnépszerűbb sorozat a „CBS Radio Mystery Theatre”, amelyet 250 adó sugároz. Ez a — talán Rejtelmek Színházának fordítható — műsor jelenkori műveket és hagyományos rémregényeket egyaránt feldolgoz. A műsor olyan közkedvelt, hogy elsőrangú előadói 125 dollárnál kisebb napidíjért léptek a mikrofon elé. Rendezője így dicsekedett: „Olyan spontaneitást és izgalmat nyújtunk, amelyet a tévé sohasem tudna.”

Az elmúlt évben két Los Angeles-i sorozat hódította meg Hollywood tehetéseit a rádiójátéknak. A „Sears Rádiószínház” különböző témákat (pl. titokzatoság, kaland, „szerelem és gyűlölet”) és híres házigazdákat mutat be minden hétköznap este. A másik sorozat, az „Idegen Világok” egy műszakilag tökéletes űropera, amelyet egyszerűen 150 adó vesz át. Ez tulajdonképpen a

„Csillagok háborúja” auditív kiadásban; hangszűrők, szintetizátorok és egyéb technikai csodák arzenáljával igyekeznek lefegyverezni a közönséget.

Az intellektuálisan fogékonyabb közönség számára a National Public Radio „Hangjáték” sorozata nyújt eredeti, avantgarde műsorokat; ezek közül néhány a Broadway színpadán éli második életét. A „Hangjáték” mellé a közelmúltban létrehozták a „Mesterművek Rádiószínházát”, egy 52 hetes sorozatot, amelyet a tévés „Mesterművek Színháza” alapján készítettek. A műsor szinte kézzelfoghatóan élethű. (Charlotte Bronte szerepében Julie Harris hosszú, fodros ruhát viselt, amellyel kellőképpen XIX. századi suhogást hallatott, amikor ide-oda járkált. A Moby Dick rádióváltozatának egyes részleteit egy helyreállított cetvadászhajó fedélzetén vették fel.) A műsorszórók olyan programokat terveznek, amelyekhez a rádióhallgatóknak speciális sztereo-fülhallgatót kell majd felvenniük, hogy az összes hangzásbeli különbséget érzékelhessék.

Ennek ellenére még mindig vezet a 40 legnépszerűbb zenei műsorfajta és a „drive-time” hírósszeállítás. A diszkóhóborttal ellentétben azonban, amely olyan gyorsan tűnik el a porondról, amilyen hirtelen felbukkant, úgy látszik, a rádiójáték az egyetlen új auditív műfaj, amely hosszú életnek néz elébe.

Egy olyan korban, amikor a család esti szertartását egy képernyős álommasina irányítja, valahogy vigasztaló, hogy továbbra is izgalmat lelhetünk abban, ha fantáziánk a hangokból építi fel a világot. Mindezt talán egy 8 éves kislány fejezte ki a legtalálékosabban, akik a „Rejtelmek Színháza” közönségének felmérése során kérdeztek meg: „Szeretem nézni a rádiót... jobban látom magam előtt a képet.”

A tévénéző közbeszól

Szombat este van, és az egyik seattle-i (USA) lakásban lehetőségeit tekintve forradalmi televíziós kísérlet folyik. A „60 perc” c. műsor felénél a néző odanyúl egy kenyérpirító nagyságú konzolhoz, és megnyomja a „tanulságos” feliratú gombot. Véleménye telefonvezetéken végigfut egy központi számítógéphez, amely azonnal rögzíti. Változik a kép, most horrorfilm megy, béka for-

májú szörnyetegekről. A néző sóhajt egyet, és megnyomja a „*hihetetlen*” gombot. A számítógép ezt az információt is elraktározza. Egy mosóporreklám következik, a néző ezt is azonnal minősíti, aztán a képernyő szerencsére elsötétül.

Ismerkedjenek meg a VOXBOX-szal, e tévéműsor-értékelő készülékkel, amely egy napon talán lehetővé teszi, hogy a nézők határozottan beleszóljanak abba, amit látnak. A Nielsen-féle készüléktől eltérően, amely csupán azt rögzíti, hogy *hány* tévékészülékben néznek valamely műsort, a VOXBOX azt is fel tudja mérni, hogy mennyire *tetszik* a közönségnek az, amit néz, azért vonzza-e egy sikerműsor a nézőket, mert tényleg élvezik, vagy csak kevésbé rossznak tartják, mint más csatornák egyidejű programját? Ha ez utóbbit statisztikai úton be lehetne bizonyítani, a szellemileg igényesebb programok, amelyek kicsi, de annál lelkesebb közönséget vonzanak, műsoron maradhatnak.

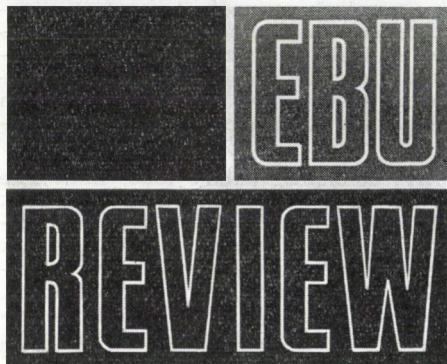
Európában és Kanadában évek óta használnak minőségértékelő készülékeket. A három nagy amerikai tévétársaság azonban húzódozott attól, hogy a Nielsen-féle „fejszámlálás” mellé valamilyen attitűdmutató-rendszert is bevezessen. Hozzáállásuk persze megváltozhat, ha a tévé-hirdetők elkezdik alaposabban elemezni a minőségértékelés módszerét, és emiatt a seattle-i VOXBOX nagy port vert fel. Roger Percy volt reklámügynök szerint a VOXBOX-ot olyan nagygépek is alkalmazzák a nézők reakcióinak felmérésére, mint a Coca-Cola és a United Airlines. Amint elhangzik a reklám, az 562 önkéntes azonnal ítéletet mond felette azzal, hogy megnyomja a készüléken található nyolc gomb valamelyikét (a fokozatok a „*kitűnő*” és az „*unalmas*” között helyezkednek el). Az ügyfelek (a hirdetők) kb. 10 000 dollárt fizetnek havonta a számítógéppel feldolgozott jelentésekért.

A közelmúltban az ABC is bevezette a VOXBOX-ot, hogy néhány új műsorának tetszéséről képet kapjon. De a legbuzgóbban a nem-kereskedelmi televízió kísérletezik. A reklámmentes műsorszórást kezükben tartó emberek azt akarják, hogy a nézők élvezzék a műsort, amelynek költségeihez ők is hozzájárulnak.

Persze kritika is éri a VOXBOX-ot. Egyes kommunikációs szakemberek abban látják a módszer fő fogyatékoságát, hogy önkéntes válaszadásra épít.

Ezért a Markle és a Ford cég közösen finanszíroz egy 140 000 dolláros kutatást a Harvardon a minőség szerinti osztályozás problémájáról.

Egyelőre csak annyi biztos, hogy a Nielsen-féle felmérés mellett egyre nagyobb szerephez jut valamiféle minőségértékelő módszer. Lehet, hogy ez nyugtalanságot ébreszt a tévétársaságokban, de közönségük bizonyára örömmel fogadja a hírt.



Animáció a képernyőn

Az EBU REVIEW idej első száma két, tanulmánynak is beleillő cikket szentel az animációs tévéfilm témájának. Bruno Edera, a francia nyelvű svájci televízió animációs tanácsadója, ismert szakíró, nemzetközi felmérést készített. Eszerint hozzávetőleg 120 országban folyik rendszeres televíziós műsorszolgáltatás, beleértve az animációs filmeket is. Több, mint 70 országban foglalkoznak valamifajta animációs filmkészítéssel; amikor az animáció még csak a mozikból volt ismeretes, legfeljebb 30 országból büszkélkedhetett e műfajjal.

Világkörkép

Az animációval foglalkozó szakkörökben nemrégiben emlékeztek meg a műfaj születésének 100. évfordulójáról. Mozgást idéző, rajzos előadások már Lumière-ék emlékezetes bemutatója előtt is voltak Párizsban, a jelenlegi Grevin Múzeumban. A fejlődést az animáció terén is a mozik hozták meg. A tévé mint új kommunikációs eszköz új szakaszt nyitott. Az elektronikus kor-

szak további vívmányai — a tévékazetta, a kábeles televízió — sokféle gyarapodást válthatnak ki.

Napjaink tévéanimációja rendkívül sokrétű. Nyugat-Európában minden tévé sugároz animációs filmeket. Vannak olyan társaságok, amelyek saját céljaira történő gyártásra rendezkedtek be, mások viszont széles körűen foglalkoztatnak külső, akár más országokbeli stúdiókat is. Edera úgy látja, hogy a nyugat-európai animációs-film-gyártás sokoldalúsága mögött a sokféle nyelv, helyi adottság és jellegzetesség áll, amelyek társulnak egyfajta függetlenségi óhajjal is. (Az animációs produkciók nem korlátozódnak csupán gyermekműsorokra, illetve olyan olcsó filmekre, amelyek legfőbb célja, hogy ne vegyék túlságosan igénybe a televízió költségvetését.)

Amerikában a moziban Disney uralkodott, a televízióban Hanna és Barbera hatalmas gyártási és kereskedelmi szervezetével. A nagy múltú filmgyártó társaságok saját televíziós részlegekkel rendelkeznek, és animációs stúdiójuk is van. Ezek leginkább a régebbi közkeletelt animációs hősök életre keltésén fáradoznak. 1971-ben a korábbi igénytelen gyermekműsorok bírálatából kiindulva megkezdődött a Sesame Street című sorozat készítése. Ebben több animációs filmes kiválóság is részt vett (például John Hubley, akit a műfaj megújításának egyik vezető művészeként tartanak számon).

A televízió a hagyományos — celluloid technikával készülő — rajzfilmekén kívül a különleges (gyurma- és más) anyagokkal kivitelezett animációs műfajokat is megszorította. A popmuzika jókedvű fogyasztója volt az animációnak és az animációval kevert trükkhatásoknak. A szórakoztató műsorokon kívül az oktatás is sokszor igénybe veszi az animációt, a gyerekeken kívül újabb és újabb közönségrétegeknek is készül animációs film.

Latin-Amerikát elárasztják a külföldi, elsősorban Észak-Amerikából, Nyugat-Európából és Japánból származó animációs filmek, de napjainkban már ott is alakult több önálló animációs stúdió. Kubában 1961-ben az állami filmgyártás keretében animációs részlegtek szerveztek, ahol élénk televíziós-filmkészítési munka is folyik.

A Közép-Keleten a tévé serkentette az animációs filmgyártás megindulását. A

legnagyobb fellendülést azonban a Távol-Keleten, Japánban váltotta ki, ami érthető is: Japánban a televíziózás ugyanolyan elterjedt, mint az Egyesült Államokban.

Japán ma a világ legnagyobb animációs-film-gyártó országa. Az évi sok száz órát kitevő animációs műsor túlnyomó része alig féltucat stúdióból kerül ki. Ezek állandó munkatársi gárdája viszonylag alacsony, viszont képesek a saját stílusukhoz hasonlítni a kis stúdiók egész sorát. A japán animáció számunkra szinte hihetetlenül kidolgozott munkamegosztást alakított ki a környező országok rajzolóival is. A téma elég színes, a legendától a science fictionig, a múlttól a jövőig. A fejlett japán elektronikai ipar — többek között az Animation nevű géppel — az animációs munkában is jelentős munkamegtakarítást tesz lehetővé a stúdióknak. Általános megállapítás, hogy a gyártás racionális megállapításában, az animációs tömeggyártásban a japánok érték el a legnagyobb eredményeket.

Visszatérve Európába: a televíziózás meghonosodása Közép- és Kelet-Európában is hozzájárult az animációs művészet egészséges kibontakozásához. Itt az egyik jellegzetesség az, hogy a televíziós- és mozifilmgyártás között nincsenek olyan éles különbségek, mint a világ más részén. Ennek következtében az, amit ezen országok egyikében vagy másikában a mozik részére gyártanak, máshol a televízióban kerül felhasználásra.

Ami Magyarországot illeti, Edera elismeréssel ír a magyar televíziós-filmgyártásról: kiemeli, hogy a termékkála a humoros oktatófilmtől a legkülönbélebb témáig terjed, és az animáció többféle közönségréteg igényeit is megpróbálja kielégíteni. A Gusztáv és a Kockásfülű sorozatot „zseniálisan mulatságos”-nak értékeli. Összefoglalójában két nemzetközi együttműködésben készült sorozatot emel ki: az „Európai népmesék”-et, amely 19 európai ország összefogásával készült és a Nemzetközi Gyermekév alkalmából a gyermekek jogainak tíz pontját feldolgozó, tíz ország animációs művészeinek együttműködésében készült sorozatot. Mindkét vállalkozást az ASIFA, az Animációs Filmkészítők Nemzetközi Szervezete segítette elő, és mindkét vállalkozásban magyar művészek is részt vettek. Hadd tegyük hozzá — némi szomorúsággal —,

hogy nálunk még egyik koprodukciós vállalkozás filmjei sem kerültek bemutatásra.

Új technika, új fejlemények

A másik írás szerzője John Halas, az animációs művészet nemzetközi mércén mérve is kimagasló tagja, aki Magyarországon született, és a harmincas évek elején Macskássy Gyulával és Kassovitz Félixszel együtt a hazai animáció úttörője volt. A sanyarú körülmények miatt a harmincas évek második felében Angliában telepedett le, ahol aztán olyan pályát futott be, mint az „élő-film” területén Korda Sándor; Nagy-Britanniában is így tartják számon.

Halas számba veszi az új technikai fejleményeket: a videografikát, a komputeranimációt, a lézert és az 1977–78-tól fejlődésnek indult holografikus lézeraanímációt, Beszámolója beláthatatlan távlatokat nyit meg, márcsak azért is, mert Halas jól tájékozott történész is, aki úgy pillant a jövőbe, hogy ismeri a múltat is. Látja a művészi kifejezési forma változásait, és megállapítja, hogy az animáció ma is a mozgás, a fény, a szín, a hang, az újrafogalmazott tér és idő, valamint az emberi fantázia szintézise, akárcsak az elmúlt évtizedekben: végtelen erőforrások vannak — jóval nagyobbak, mint amelyekkel a jelenkor művészei élni tudnának.

Az új technika, bár manuálisan megkönnyíti a munkát, a feladatot mégsem teszi könnyebbé, legfeljebb izgalmasabbá.

A tévé és az animáció kapcsolata jó házasságnak is felfogható; egybekelésük kevesebb problémát támasztott, mint a színház, az irodalom, az opera vagy a balett tévésítése. A televízióban az animációs technika és művészet könnyen talált feladatokat; felhasználásának ma négy fő területe létezik. Az egyik a *szórakoztató filmek* programja, gyermekek és felnőttek részére, sorozatok és egyedi filmek; ez utóbbiak között hosszú és rövidfilmek egyaránt találhatók. A másik fő terület az, amit mi *közvetlen tudatformálásnak* nevezünk, az animáció a közművelődésben és a dokumentumfilm-gyártás területén egyaránt gyorsan elterjedt. A következő két terület adaptív jellegű: egyik a televíziós *reklámfilmgyártás*, amely különösen Amerikában ad változatos megbi-

zásokat az animátoroknak, a másik a különféle animációs *fóciók*, *betétek* készítése. Ez utóbbi munka jellegzetesége az, hogy az előfilmek és az animációs filmek között a legszorosabb együttműködés alakult ki.

A televízió és az animáció találkozását az segítette elő, hogy az animáció képes volt a költségek jelentős csökkentésére. Ennek ellenére ma sokszor tapasztalható feszültség a televízió finanszírozási lehetőségei és az animáció költségigényei között. Ez az egyik oka, hogy a legtehetségesebb művészek körében még mindig tapasztalható húzódozás a televíziótól, a minőség követelményeit hangoztatva.

Hazai helyzetkép

A két írásban kirajzolódnak a korszerű animációs tévéfilmgyártás körvonalai. Magyarországon, ahol csak közel fél évszázados elmaradással kezdődött meg a rendszeres animációs filmgyártás, a televízió vezetőinek bizalma is hozzájárult, hogy a magyar animációs film a nemzetközi élmezőnybe került. A tévé — működésének első évtizedében — még csak a mozik részére készült rajz- és bábfilmeket sugározta, 1968-ban azonban megindult a speciális tévéfilmgyártás is két olyan, azóta is népszerű sorozattal, mint a Mézga család és dr. Agy magyarázatai. Azóta a magyar televíziós animációs művészet már működésének második évtizedébe lépett, és a két cikk megállapításai alapján korszerűnek tekinthető, hiszen különféle közönségrétegekhez szól, különféle feladatokat vállal, és semmiképpen sem korlátozódik egyetlen műfajra. A legutóbbi időkben örvendetes együttműködés tapasztalható a tévé- és mozifilmgyártás között is: a mozik is átvesznek tévéfilmeket, a tévé is újra sugározza a legsikeresebb magyar rajzfilmeket. Elindultak olyan sorozatok is, amelyek folyamatoságuk révén a mozikban egész estét betöltő filmként is vetíthetők. Mégsem lehetünk elégedettek: a hazai programban alacsonyabb hányadot képviselnek az animációs alkotások, mint máshol. Ennek nálunk nem az az oka, mint néhány más országban, hogy alábecsülnék az animációt, vagy hogy nem látnák a felhasználás lehetőségeit. A mennyiségi fejlesztést azonban nagy mértékben gátolja a technikai fejlesz-

téshez szükséges pénzügyi források szűkössége, a megfelelő oktatási intézmények hiánya, de a technológiai elmaradottság is. A feltételek bővítésén kívül a szocialista országok közötti koprodukciónak szintén hozzájárulnának egy mennyiségileg fejlettebb magyar animációs tévéfilmgyártáshoz.

Matolcsy György

les nouvelles littéraires

Videokazetták a francia piacon

Az első képmagnók csaknem nyolc évvel ezelőtt kerültek a francia piacra, s bár 1972 óta alig 100 ezer darab került a lakásokba, a szakértők szerint tíz év múlva a jelenleg színes tévékészülékkel rendelkező ötmillió háztartás mindegyikében képmagnó is lesz.

A tévéadók által tömegesen sugárzott filmek a Paradicsomot jelentik a képmagnó-tulajdonosoknak: kevés költséggel csodálatos videotárat alakíthatnak ki maguknak. Teljes legalitással tehetik. Az irodalmi és művészeti tulajdonról szóló (1957. március 11-i) törvény ezt lehetővé teszi, feltéve ha „mágnahasználatra és nem kereskedelmi céllal” történik. Ez ám a versenytárs a mozinak! ... és a tévének is. S a helyzet még romlani fog.

Máris virágzik a műsoros videokazetták piaca. Párizsban a Francia Video Klub kezdte meg tagjai számára a több mint 300 különféle filmet rögzítő kazetták bérbeadását. Ezeket jelenleg erre specializált viszonteladók értékesítik, a következő megjelöléssel: „E videokazettán sokszorosított film felhasználását a szerzői jog birtokosai csak magáncéllra engedélyezik. Minden bérbeadás, másolás, részleges vagy teljes sokszorosítás, illetve mindenfajta nyilvános vetítés kifejezetten tilos.”

De miként lehet megakadályozni, hogy egy magánszemély átmásolja képmagnójára a neki kölcsönadott filmet? A könyvkiadók már ismerik mindazt a „rosszat”, amit a fénymásolók okoznak teljes büntetlenséggel. (A készülékük lehetővé teszi bármely könyv le-

másolását anélkül, hogy utána a legcsekélyebb szerzői jogdíjat kellene fizetni, történnék ez saját hasznukra vagy a mű illegális terjesztése céljából.)

Vajon hamarosan ugyanoda jutunk a videokazettákkal, mint ahová Olaszország jutott a magnókazettákkal, ahol — noha több ízben cáfolták a kalózkodást — a kazettamásolás virágzó iparággá vált? A jogalkotás lassabb, mint a műszaki fejlődés, így pontos jogi rendezés hiányában egész sor vállalat máris készíti (egyelőre titokban) videokatalógusait.

Yves Rousset-Rouard, az Emmanuelle című film producere Philippe Dormoyjal, az „Éclair” c. lap igazgatójával és Gerald Calderonnal — a billancourt stúdiók főigazgatójával és a SOFET—OFIDI (a Worms bankház alá tartozó pénzügyi szervezet) felelős vezetőjével — létrehozott egy új társaságot; a Régie-Cassette-et. A társaságnak már 25 filmje van. Ezeket a vállalat mintegy száz elárusítóhelyén, Franciaország minden részén kölcsönzi, éspedig 380—430 frankért.

Marseillesben a Video-Program kezdte meg működését. Egy éve állít elő, ad ki, és terjeszt videokazettákat, s készíti már új katalógusát, amely jól ismert klasszikus amerikai filmeket is felölel; ezeket a Hi-Fi berendezések eladására specializált üzletekben fogja árusítani. Ugyancsak a „pályán vannak” a Lamafilm, a Cinétec és a Video Cassettes Distribution (VCD) cégek. Az első hosszan játszó videokazetta-programokat forgalmazó amerikai cég, a Magnetic Video most létesített lerakatot Angliában. A fiók feladata a Közös Piac országainak megoldozása.

A FNAC, amely szintén „rávetette magát” erre a piacra, eklektikus módot választott: mozifilmeket éppúgy árusít majd, mint gyermekeknek szóló programot, nevelési műsorokat, üzemi filmeket, szabadidő- és sportműsorokat. Még haboznak, hogy terjesszenek-e pornót is. „A FNAC-ról alkotott kép nehezen egyeztethető össze a pornográfiaival — fejt ki M. Jachinowitz —, de nem akarunk a cenzor szerepében tetszelegni”. Annál kevésbé, mert a pornó hozta meg az átütő sikert az Egyesült Államokban is a videokazettáknak: a piac 70%-át uralja! És Franciaországban minden kiadó csinál pornót. „Ez a közönség igénye” — mondják szemérmesen.

A szexületekben az Iris Télévision társaság már terjeszti a „kemény” pornófilmeket.

Alig tette meg a képmagnó az első lépéseket Franciaországban, máris jelentkezik a videolemez, az amerikai konkurencia. A Magnavox, a Philips amerikai leányvállalata a georgiai Atlantában végzi az első kísérleteket. A készüléket háromezer francia frankért, azaz a képmagnó franciaországi árának a feléért árúsítja, lemezei pedig 30—60 frankba kerülnek. A videolemez előállítási költsége egytizenhatoda a videokazettáénak.

A fejlődésben nincs megállás. Megjelent az első színes videoberendezés is, amely egy videokamrából és egy hordozható képmagnóból áll. Potom 14 ezer frank, s a tulajdonos maga készítheti filmjeit...

COMMUNICATION RESEARCH

A népszerű tévés műfajok politikai háttére

Muriel G. Cantor tanulmánya a főműsoridőben sugárzott televíziós sorozatok és tévéfilmek készítésének társadalmi és politikai hátterét vizsgálja. Felhívja a figyelmet a kommunikációs tartalom feletti ellenőrzésért vívott harcra: a tévé e népszerű műfajai ugyanis nem szükségszerűen az alkotók és a kommunikációs csatornákat ellenőrzők ideológiáját és ízlését tükrözik, hanem inkább számos érdekelt — a kommunikációs eszközöket jelenleg ellenőrző tévétársaságok, a hirdető, a kormány, a társadalomkritikusok, a műsorkészítők és az általuk alkalmazott emberek — közötti harc eredményei. A tévésorozatok és a tévéjátékok tekintetében a küzdelem nem a közönség és az alkotók között folyik, hanem a hatalmi eliten belül, amely társadalmi és gazdasági szempontok alapján hozza döntéseit. Az viszont tagadhatatlan, hogy az ellenőrzés dinamikus, interaktív folyamatában jelenleg a tévétársaságok kezében van a legtöbb hatalom.

A kutatók egy része szerint a népszerű tévéműfajok az alkotók személyiségét tükrözik. Mások úgy vélekednek, hogy inkább azok gazdasági érdekeit, akik a kommunikációs csatornákat a kezükben tartják. Mindkét megközelítés csupán részben illusztrálja, hogy milyen bonyolult feladat a visszatükrözéses hipotézis alkalmazása a tartalom vizsgálatában. Az utóbbi négy évben és mintegy tíz évvel ezelőtt készített interjúkból kitűnik, hogy az alkotók értékei eltérnek az általuk készített műsorokban kifejezett értékektől, s személyes értékeik többnyire sokkal liberálisabbak. Ez különösen a színészekre igaz, akik a kommersz műsorokban csupán anyagi megfontolásokból szerepelnek.

Sok rendező és producer színvonalasabb sorozatokat szeretne készíteni, amelyek „művésziebbek” vagy amelyek társadalmi mondanivalót hordoznak. Közülük néhányan úgy tartják, hogy a televíziós társaságok alábecsülik a közönség intelligenciáját és ízlését; mások azt gondolják, hogy a jelenlegi közönség nagyon is megfelelő a legújabb szappanok és kozmetikai szerek reklámjához. Mindazonáltal mindkét nézet képviselői elismerik a közönségtől való különbözőségüket, és megegyeznek abban, hogy személyes értékeiket és ízlésüket háttérbe szorítják az eredményes munka érdekében. A szerepek kiválasztása, a történetek megírása, megrendezése és a film gyártása a legritkább esetben függ a műsorért felelős alkotó gárdától. Az a rendező, producer, író vagy színész, aki kellő hatalommal rendelkezik ahhoz, hogy szabadon meghatározhassa a műsor tartalmát, ritkább, mint a fehér holló. A szabadúszó írók természetesen azt írják, amihez kedvük van, az írásnak ez a fajtája azonban eléggé kockázatos, mert nehéz vért találni a kész alkotásra. A legtöbb író megrendelésre dolgozik, és olyan történeteket ír meg, melyek tartalmát a producerek és a programszolgáltatók a műsorszórás cenzorai már előzőleg jóváhagyták. Az igazán tehetséges emberek, akik viszonylag szabadon alkothatnak, nem kényszerülnek a kereskedelmi televízióra, hanem inkább a színházat vagy a filmet választják.

A tévéjáték és a -sorozat olyan alkotók műfaja, akik pályafutásuk jelenlegi szakaszában gyakorlatilag még nem befolyásolhatják a tartalom kiválasztását.

Számukra a hollywoodi műsortermelésben való részvétel — tekintet nélkül arra, hogy miféle tartalom előállítására vállalkoznak —, fontosabb, mint a történet és a kifejezőeszközök megválasztásában élvezett szabadság.

Az amerikai kereskedelmi televízióban látható legtöbb tévéjátékot néhány hollywoodi dinasztia készíti, általában a három televíziós társaság egyikével kötött szerződés alapján.

Ezek a társaságok a 60-as években kaparintották meg az ellenőrzés jogát, s egészen napjainkig kevés olyan tévéjáték készült, amelynek jóváhagyásáról ne egyikük gondoskodott volna. Ők szabják meg, hogy mit lehet gyártani, nagymértékben meghatározzák a tartalmat, ha egy műsor gyártása már megkezdődött, és azt is ők döntik el, hogy a film vágy a tévéjáték mikor kerüljön műsorra.

Sokféle érdekcsoport — még kormányzati ügynökségek is — szeretnék befolyásolni a tévéjátékok gyártását, hogy saját érdekeiknek valamiféle kifejezési formát találjanak. Ezek az érdekcsoportok több területen is igyekeznek nyomást gyakorolni a műsorszórókra, de a legaktívabban a tévében látható erószak ellen lépnek fel (legalábbis e téren kapták a legnagyobb sajtóvisszhangot). Azok, akiket különösen a nőkről és a kisebbségekről kialakított kép érdekel, mindent megtesznek annak érdekében, hogy a tévétársaságok, a kongresszus és a Szövetségi Kommunikációs Bizottság figyelmét e kérdésekre tereljék. Az erószakról, valamint a nőkről és a kisebbségekről kialakított hamis kép ellen fellépő csoportok társadalomtudományi kutatásokra alapozott érveit hasonlóak. Az erószak ellen szóló érvek egyike, hogy a tévé sok mindenre tanít közvetetten azzal, hogy az attitűdök, értékek és az önészlelés sokféle mintáját hordozza; a tévéjáték számtalan gyermek és fiatal számára a valóság modelljeként szolgál. Hasonló érveket hoznak fel a „feministák” és a kisebbségek is, akik a tévéműsorok tartalmában a politikai elnyomás eszközét látják; úgy vélik: a tévéfilmek és a tévéjátékok módszeresen nevelésszerű teszik, alárendelt szerepekben ábrázolják és megbélyegzik a nőket és a kisebbségek tagjait.

A tartalomelemzés, amelynek eredeti célja a sorozatokban és a filmekben előforduló erószak mérése volt, kimu-

tatta azt is, hogy a nők és a kisebbségek szűk foglalkozási skálája, a feketéknek és más kisebbségeknek a fehérekhez viszonyított aránya, valamint a nők és férfiak aránya ezekben a műsorokban statisztikailag eltér a teljes népességben elfoglalt helyüktől.

Amióta csak felmerült a szabályozás kérdése, a tévéjátékok a műsorszóró ipar mostohagyermekai voltak. Az 1934-es kommunikációs törvény által létrehozott Szövetségi Kommunikációs Bizottság elsősorban arra hivatott, hogy engedélyezze a magánállomásokat és bátorítsa vagy éppen visszatartsa az új technikát. Bár a kommunikációs törvény kizárta a bizottságot a tartalom feletti ellenőrzés jogából, a Legfelsőbb Bíróság másképp döntött és lehetővé tette, hogy a bizottság ellenőrizze a hírek és a tájékoztató műsorok tartalmát.

Mivel a tévéjátékokat az 50-es évek elejétől fogva Los Angelesben gyártották, inkább a filmipar kiterjesztésének, mint a műsorszórás részének tekintették őket. A gyártó cégeket egyáltalán nem szabályozza a kommunikációs bizottság, és a hálózatokra vonatkozó törvényes megszorítások is korlátozottak.

A tévé — különösen a televíziós sorozatok és a tévéjátékok — kezdettől fogva a kongresszus különös figyelmére tarthatott számot. A figyelem leginkább a televíziós drámáknak a gyermekekre gyakorolt hatására összpontosult.

Úgy gondolják, hogy az erószak korlátozásának egyik módja a nagyobb állami beavatkozás. A beavatkozás két formáját javasolják: az egyik szerint a nagy társaságokat ugyanúgy kellene ellenőrizni, mint a helyi állomásokat; a másik változat szerint a sorozatokat és tévéjátékokat közvetlenül cenzurálni kellene. Bármelyik javaslat megvalósításához az 1934-es kommunikációs törvény újrafogalmazására lenne szükség, azonban eddig minden erre irányuló kísérlet kudarcot vallott. A kongresszus kommunikációs albizottságának legutóbbi törvényjavaslatára, mely a szövetségi kommunikációs törvényhozás korrigálására irányult, a műsorszórás szövetségi szabályozását inkább korlátozta, semmint fokozta.

A sorozatok és a tévéjátékok tartalma mind a forma, mind az aktuális mondánivaló tekintetében az alkotás folyamatán kívüli társadalmi és politikai feltételek függvénye. Az alkotók feletti ellenőrzés joga továbbra is a tévétársasá-

goké, de a kritikusok és más érdekcsoportok nyomására fokozódott a kormány részvétele a műsorszolgáltatásban.

Ha valaki abból indul ki, hogy az alkotóknak szabadságra és autonómiára van szükségük, akkor a kreatívabb ellenőrzés kilátásai már a kezdeti stádiumban meglehetősen borúsak. Ha továbbra sem kerülnek befolyásosabb pozícióba a szavukat felemelő csoportok, akkor lehetséges ugyan, hogy megvalósul a fokozottabb és árnyaltabb szabályozás, de az alkotók közvetlen ellenőrzési lehetőségének rovására. A műsorszórás és a film története azt mutatja, hogy a szabályozás nem statikus; a változásokat egyrészt a kongresszusi törvényhozás, másrészt bírósági döntések váltják ki. Míg a múltban a kormány részvétele a kulturális alkotásban jelentéktelen volt, szerepe ma egyre jelentősebbé válik. Mivel a kongresszus hatáskörébe tartozott a televíziós társaságok létrehozása, a kongresszus is jóváhagyhatja a műsorszóró ipar szerkezeti átalakítására irányuló törvényjavaslatokat. Mindazonáltal nem valószínű, hogy törvényhozási úton bővíteni lehetne a műsor-kínálatot, amit annyira áhítanak a kritikusok és alkotók. A filmgyártás története az Egyesült Államokban (beleértve a televíziót is) nemcsak a monopóliumok és az ellenőrzés koncentrációjának története, hanem a kormányzat és a befolyásos csoportok bevonásának vagy kirekesztésének története is. A múltban, amikor a kormányzat megnyerte bizalmatlansági pereit, vagy amikor új technikák bevezetése következtében a műsorszórás ellenőrzésének joga kikerült valamely csoportosulás kezéből, a régiék helyébe új monopóliumok szerveződtek.

UNITED NATIONS
GENERAL
ASSEMBLY



Az ENSZ 60 tájékoztatósi központja*

United Nations General Assembly —
Joint Inspection Unit's Report on the
United Nations Information Centres.

Az Egyesült Nemzetek Szervezetének közgyűlése még 1946-ban hozta létre — a Titkárság részeként — a Tájékoztatósi Főosztályt (angol rövidítése: DPI). Feladatául a közgyűlés azt jelölte meg, hogy friss és teljes tájékoztatást adjon a világ népeinek a világszervezet törekvéseiről, céljairól és eredményeiről. Akkoriban a szervezet a jelenleginél sokkal kisebb és kevésbé szervezett volt, s mindössze 52 tagállamot számlált.)

Az azóta eltelt évtizedek során az ENSZ munkájának céljai és jellege sokat változott. Hangsúlyozott jelentőséget nyertek a gazdasági és szociális programok, beleértve a fejlesztési együttműködésre irányuló erőfeszítéseket. A taglétszám megháromszorozódott. Új tervek és elképzelések kerültek előtérbe, új kormányközi szervezetek jöttek létre. Az ENSZ ma sokkal bonyolultabb és komplexebb szervezet, mint néhány évtizeddel ezelőtt.

Mindez jelentős változásokat hozott létre a tájékoztatásra vonatkozó koncepciók és módszerek tekintetében is. A DPI ezeknek az igényeknek nem min-

* Az ENSZ tájékoztatósi központjai, létrehozásuk időpontja és azon országok szerint, amelyeket tájékoztatni hivatottak. ACCRA (1958) Ghana, Guineá és Sierra Leone; ADDIS ABEBA (1960) Etiópia, ENSZ Afrikai Gazdasági Bizottsága; ALGÍR (1963) Algéria; ANKARA (1975) Törökország; TANANARIV (1963) Madagaszkár; ASUNCION (1962) Paraguay; ATHÉN (1954) Cyprus, Görögország, Izrael; BAGDAD (1963) Irak; BANGKOK (1951) Kambodzsa, Hong Kong, Laosz, Malaysia, Szingapur, Vietnam és Thaiföld; BEJRÚT (1962) Jordánia, Kuvait, Líbanon, Szíria, ENSZ Nyugat-Ázsiai Gazdasági Bizottsága; BELGRÁD (1950) Albánia, Jugoszlávia; BOGOTA (1954) Kolumbia, Ecuador, Venezuela; BRÜSSZEL (1975) Belgium, Luxemburg, Hollandia; BUKAREST (1970) Románia; BUENOS AIRES (1948) Argentína, Uruguay; BÚJUMBURA (1961) Burundi; KAIRO (1949) Egyiptom, Szaúd-Arábia, Jemen; COLOMBO (Sri Lanka); KOPENHÁGA (1946) Dánia, Finnország, Izland, Norvégia, Svédország; DAKAR (1964) Gambia, Guineá, Guineá-Bissau, Elefántcsontpart, Mauritánia és Szenegál; DAR ES-SALAAM (1961) Malawi, Uganda, Tanzánia; GENF (1947) Bulgária, NSZK, Vatikán, Magyarország, Lengyelország, Spanyolország, Svájc, ENSZ Tájékoztatói Szolgálat és ENSZ Európai Gazdasági Bizottsága; ISLAMABAD (1951) Pakisztán; KABUL (1951) Afganisztán; KATMANDU (1964) Nepál; KARTUM (1963) Szomália, Szudán; KINSHASA (1964) Zaire; LAGOSZ (1967) Nigéria; LA PAZ (1963) Bolívia; LIMA (1960) Peru; LISSZABON (1977) Portugália; LOME (1962) Benin, Togo; LONDON (1947) Írország, Anglia; LUSAKA (1975) Botswana, Namíbia, Swaziland és Zambia;

den tekintetben tudott megfelelni. Voltak ugyan előrelépések, de nem került sor a tájékoztatás céljainak és tartalmának alapvető átgondolására és olyan strukturális változtatásokra, amelyek szükségesek lettek volna az új igények kielégítéséhez.

Időközben az ENSZ tájékoztatási tevékenységében jelentős szerepet kaptak a tájékoztatási központok, amelyek — a DFI felügyelete alatt — a világ különböző részein tevékenykednek. Valójában a világszervezetben egyre inkább tért hódít az a felismerés, hogy a tájékoztatási központok súlyát és jelentőségét nagyobb mértékben kellene növelni, hiszen a napi munka, a különböző országokkal, szervezetekkel és egyénekekkel való együttműködés az ő vállalkon nyugszik. 1946—47-ben kilenc ilyen tájékoztatási központot hoztak létre, számuk azóta hatvanra emelkedett.

Ezeknek a tevékenységét, valamint a központtal való kapcsolataikat vizsgálta meg a közelmúltban a közgyűlés megbízásából egy négytagú ellenőrző bizottság, amely ezután fontos javaslatokat tett egy hatékonyabb tájékoztatási rendszer létrehozása érdekében. A bizottság egyebek között megállapította, hogy az ENSZ jelentős fejlődése során a tájékoztatási célokat szolgáló költségvetési tételek aránya lényegesen csökkent: míg 1951-ben ilyen célokra a világszervezet évi költségvetésének hét százalékát fordították, addig 1978—1979-ben ez az arány már csak évi négy százalék volt.

A bizottság adatokat szolgáltatott arról is, hogy a tájékoztatási célokat szolgáló költségvetésnek milyen százaléka került a tájékoztatási központokhoz: 1951-ben 24 százalék, 1966-ban 35 százalék, 1971-ben 28 százalék, míg a hetvenes évek legvégén az arány ismét 34 százalékra emelkedett.

Érdeemes néhány összecszerű adatot is bemutatni az arányok érzékeltetésére. Az 1978—79-es évi költségvetés 12,5 milliárd dollárt irányzott elő a tájékoztatási

központok részére. Ennek az összegnek azonban 85 százaléka a személyi kiadásokra ment, olyan alkalmazottak tevékenységének a fizetésére, akiket az ENSZ nemzetközi tisztviselőként rekrutált. Az ellenőrző bizottság ezt az arányt nagyon kedvezőtlennek ítélte, mivel így minden egyéb célra a megjelölt költségvetésnek mindössze 15 százaléka jut, például fordítási, utazási célokra jóformán alig van mit fordítani.

Tájékoztatót a felmérés arról is, hogy a 60 — illetve a korábbi években az ennél kisebb létszámú — tájékoztatási központban hogyan alakult a szakemberek, a nemzetközi tisztviselők létszáma. 1958-ban — akkor természetesen kevesebb helyi központban — 49 szakember dolgozott, 1968-ban 60, 1978-ban pedig 68. Ugyanezekben az években a New York-i és genfi főhadiszálláson a létszám 120, 103, illetve 129 volt. 1978-ban tehát központi és helyi tevékenységet 197 tájékoztatási szakember fejtett ki.

Közismert, hogy az ENSZ-ben és szakosított intézményeiben az alkalmazottak rekrutálása többnyire nem felelt meg az ENSZ-tagállamok földrajzi megoszlásának. Ez a probléma valójában akkor jött létre, amikor a világszervezet a második világháborút követően megalakult és az alkalmazottakat, legáltalában döntő többségüket, az akkor már szervezeti tagsággal rendelkező fejlett tőkés országok, elsősorban az Egyesült Államok bocsátotta rendelkezésre. A szocialista országok — amelyek közül a kezdeti időkben csak néhány volt a világszervezet tagja — minimális létszámú alkalmazottat delegáltak. Ami a harmadik világot illeti, annak országai a gyarmati rendszer felbomlásának eredményeként főleg az ötvenes és hatvanas években váltak függetlenné, így állampolgáraik a kezdeti időkben teljes mértékben hiányoztak a világszervezet alkalmazottai közül. A későbbiek során a helyzet fokozatosan módosult, és az arányok javultak mind a szocialista, mind

MANAMA (1977) Bahrain, Katar, Egyesült Arab Emírátságok; MANILA (1953) Fülöp-szigetek; MASERU (1978) Lesotho; MEXICO (1947) Kuba, Dominika, Mexikó; MONROVIA (1950) Libéria; MOSZKVA (1948) Szovjetunió; NAIROBI (1964) Kenya; ÚJ-DELHI (1947) India, Bhután; PÁRIZS (1947) Franciaország; PORT MORESBY (1962) Pápua Új-Guinea, Salamon-szigetek; PORT OF SPAIN (1962) Bahama, Barbados, Belize, Granada, Guyana, Jamaica, Holland Antillák, Surinam, Trinidad és Tobago; PRAGA (1947) Csehszlovákia, NDK; RABAT (1962) Marokkó; RANGUN (1959) Burma; RIO DE JANEIRO (1947) Brazília; RÓMA (1959) Olaszország, Málta; SAN SALVADOR (1960) Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panama; SANTIAGO (1951) Chile, ENSZ Latin-Amerikai Gazdasági Bizottsága; SYDNEY (1948) Ausztrália, Fidzsi-szigetek, Új-Zéland; TEHERÁN (1950) Irán; TOKIÓ (1958) Japán; TRIPOLI (1980) Líbia; TUNISZ (1960) Tunézia; BÉCS (1972) Ausztria, UNIDO; WASHINGTON (1964) USA; YACUNDE (1965) Kamerun, Közép-Afrika, Gabon.

pedig a fejlődő országok viszonylatában. A tagállamok földrajzi megoszlásának arányait kifejező alkalmazotti létszám azonban mind a mai napig nem alakult ki.

A felmérés szerint a 197 tájékoztatási szakember közül 97 Nyugat-Európából és Észak-Amerikából, 23 Kelet-Európából, 9 a Közel-Keletről, 20 Afrikából, 29 Ázsiából és a Távol-Keletről, míg 19 Latin-Amerikából és a Karib-tenger térségéből származott.

A felmérés képet ad a tájékoztatási központok technikai adottságairól (helyiségek, könyvtárak, felszerelés stb.). Az elhelyezés a központ céljai megvalósításának egyik lényeges tényezője. A központnak könnyen elérhetőnek, megfelelő munkafeltételekre alkalmasnak kell lennie, megfelelő könyvtárral, olvasóteremmel és raktárral kell rendelkeznie. Ugyancsak fontos filmvetítő helyiségek létrehozása, illetve fenntartása. Több helyen a tájékoztatási központok nem rendelkeznek ezekkel a feltételekkel, helyzetük országonként lényegesen különböző. A 60 tájékoztatási központból 31-nek az elhelyezése valóban kielégítő, 10 nem rendelkezik megfelelő helyiségekkel, a többi pedig csak bizonyos feladatokat tud ellátni (21 központnak vannak saját helyiségei, míg a többi más ENSZ-szervekkel közös helyiségeket használ).

Megállapítható volt: sok függ attól, hogy az adott ország kormányszata milyen jelentőséget tulajdonít a világszervezet tájékoztatási tevékenységének, illetve rendelkezik-e azokkal az eszközökkel, amelyek lehetőséget nyújtanak jobb feltételek megteremtéséhez. Vannak, ahol a helyiségeket térítés nélkül bocsátják az ENSZ rendelkezésére, sőt egyes országokban még a posta is költségmentes a tájékoztatási központ tevékenysége számára.

A tájékoztatási központok kapcsolata a fogadó országok kormányaival, elsősorban a külügyminisztériumokkal különböző. A legtöbb helyen azonban ezek a kapcsolatok nagyrészt formálisak, és többnyire olyan akciókra korlátozódnak, mint az ENSZ napja, az emberi jogok napja, a nők éve, a gyermekév stb.

A bizottság jó néhány hírügynökség és sajtóorgánium főszerkesztőivel és vezető beosztású újságíróival teremtett kapcsolatot, és kérte ki véleményüket az ENSZ és ezen belül a tájékoztatási központok munkájáról. Kiderült, hogy a

sajtó túl bonyolultnak tartja az ENSZ-szargont, nehezen tudja a világszervezet tájékoztatási anyagait felhasználni. Felrótták továbbá, hogy az ENSZ vezető funkcionáriusai nem szívesen adnak interjúkat, gyakran nem eléggé hasznos információkat bocsátanak rendelkezésre. Javasolták, hogy az újságírók nagyobb támogatásban részesüljenek az ENSZ keretében megrendezett nemzetközi konferenciákon.

L. EXPRESS

Számítógépes újságkészítés Japánban

Egy gombnyomás: egy teljes újsággal jelenik meg a képernyőn. Egy fogalmat jelölő ideogrammat a címben két másikkal kíván helyettesíteni a tördelő? Egy nyíl megjelöli a javítás helyét, megjelenik a két fogalom, a számítógép maga állítja be a méreteket — még egy billentyűnyomás, és egy másik gépen már megjelenik az oldal fénymásolata. Minden rendben van? A fotókópia átkerül az egyik gépről a másikra, matricá lesz belőle és pár pillanaton belül ugyanez az oldal fakszimileként 100 kilométeres távolságokra jut el három percnél rövidebb idő alatt, hogy Japán négy sarkában megjelenjék kinyomtatva.

Az úgynevezett NELSON-rendszer, az „Asahi” csodáinak egyike, naponta 12 millió példányt jelentet meg: hat kiadást reggel, hármat este. Legalább öt év a technikai előnye a „New York Times”-szal szemben. A NELSON — ami a New Editing and Layout System of Newspapers rövidítése — egy számítógép-hálózat segítségével az újságírók kéziratának átirásától kezdve a tördelésig, a fotózásig mindent automatizáltan végez. Az „Asahi” a Toshiba elektronikus cég bekapcsolásával 1965-ben tette meg az első lépéseket, s ma már 24 Nelson-gépen napi 70 oldal készül — idén, amikor az „Asahi” beköltözik folyóparti új épületébe, már ennek kétszerese. S mindez a nyelvi nehézségek ellenére! Mert egy japán billentyűzet több, mint

2000 gombból áll: 1850 használatos fogalmat jelölő írásjel, plusz két japán ábécé, a latin ábécé és a számok található rajta.

A második csoda 20 évvel ezelőtről datálódik: a fakszimilévé átalakított matrica továbbítását Szapporóban 1959-ben kezdték, Nagojában 1970, Kiusuban 1978 áprilisa óta üzemszerűen végzik. A vidéki fiókoknak már csak három helyi oldalt kell maguknak készíteniük. Mindez annak az angol felszerelésnek köszönhető, amit a „Guardian”-tól vásároltak. Ezt Manchester és London között használták volna fel, ha az angol szakszervezetek meg nem akadályozzák.

A harmadik csoda egyelőre kísérleti jelleggel működik. A tokiói Imperial Hotelben egy gombnyomással a tévé képernyőjére lehet hozni a kívánt újság teljes oldalát, s egy pillanattal később a fotókópiája is kicsúszik a gépből. A gép jelenleg 600 000 yenbe kerül (12 000 francia frank). Az „Asahi” próbaképp egy évre felállított egyet Tamában, egy Tokió közelében levő új városban. A lakók azt mondták, hogy túl sok helyet foglal el kis lakásukban. De havi 10 000 yenért, talán... A fotópapír is sokba kerül, a koaxiális kábelek ugyancsak. Megkísérlik majd ezeket üvegszállal helyettesíteni...

A japán sajtó számára semmi sem lehetetlen. Első aduja a gigantizmus. Napi 65 milliós példányszám (az esti kiadásokat is beleértve), összesen kb. 120 újság, azaz 550 példány ezer lakosra. Ez a világon a legjobb arány, Svédországot

kivéve. Az öt országos újságnak saját nyomdái vannak, s a négy nagy szigeten egyidejűleg jelennek meg. A legerősebb a 13 milliós példányszámú „Yomiuri”, a fejlődés csúcán a „Nihon Keizai” gazdasági napilap áll, az első, amely teljesen kiküszöbölte az ólom használatát, egy, a NELSON-hoz hasonló rendszer felhasználásával.

És a rádió, a tévé konkurenciája?

Valójában nincs verseny — így a japán sajtótanács főtítkára. A tévé megjelenése előtt (1953) az újságok vették fel az összes reklámbevétel felét. Most harmadrész az újságoké, harmadrész a tévéé, de mennyiségüket tekintve a bevételek növekedtek. Ugyanakkor minden nagyobb újságnak meghatározott részesedése van egy kereskedelmi tévéadónál (csak Tokióban hat ilyen van) és a rádiónál.

A napilapok összpéldányszáma évente három százalékkal növekszik, ami azonos az otthonok növekedésének arányával. Utcán az emberek alig vesznek újságot: az olvasók 95 százaléka előfizető. (Otthononként két újság, az egyiket hajtásban kapják, a másikat amikor hazatérnek.)

Az „Asahi”-nál és a „Nihon Keizai”-nál az automatizálás kezdeti céljai között szerepelt a személyzet csökkentése is. Az „Asahi” ma létszámát „rentábilisnak” ítéli meg. A „Nihon Keizai”-nál, amely vagy 100 millió frankot investált elektronikus rendszerébe, két év alatt egytizeddel csökkent a személyzet létszáma, és azóta is apad.

RÖVIDRE FOGVA

A japán Toshiba cég bemutatta „intelligens” televíziókészülékét, mely megérti az emberi beszédet. A készülék felszólításra csatornát vált, vagy kikapcsolja magát. Az elhangzottak felfogása és a néző kívánságának teljesítése mindössze két másodpercet vesz igénybe. Ha nem érti tisztán a szöveget, vagy más okból „zavarba jön”, kéri, hogy ismételjék meg az utasítást. Egy ennél is intelligensebb készülékkel is kísérleteznek, amely a beépített mikrokomputernek köszönhetően több kommunikációs feladatot képes ellátni — a fűtés szabályozásától a telefonüzenetek rögzítéséig.

InterMedia

A Dél-Kaliforniában működő Annenberg School of Communication három évre tervezett vizsgálatot indított Media 90 címmel, mely az új kommunikációs technikák hosszú távú hatását hivatott feltárni. A program keretében azokkal a társadalmi, gazdasági, jogi és technikai tényezőkkel foglalkoznak, melyek kihatnak az új technikák használatára, fejlődésére.

Public Opinion Quarterly



Az Antenne 2 Televízió és a France Musique Rádió megegyezett, hogy vasárnaponként közösen sugároz hangver-

senyt. A sztereoadás teljes értékű élményt nyújt, amelyhez elegendő levenni a hangot a tévéről és jól beállítani a rádióban a France Musique hullámhosszát. Az új technikai megoldás lényege, hogy a képet magnetoszkópon, a hangot pedig nagy teljesítményű mágneses hangrögzítőkön keresztül továbbítják. Az azonos időben futó adás tökéletes képi és hangzásbeli élményt nyújt a közönségnek, hatását adapterek segítségével még fokozni is lehet.

l'Express

A VIII. nemzetközi plakátbiennálét 1980. június 20. és augusztus 30. között a varsói „Zacheta” galériában rendezik meg. Miután az UNO kezdeményezésére az 1981. évben a figyelem a testi fogyatékosokban szenvedőkre irányul, a biennálé szervező bizottsága ilyen tárgyú plakátok kiállítását szorgalmazza.

Neue Verbund

Négy éven belül pályájára szállítja Európa legnagyobb kommunikációs műholdját egy Ariane rakéta. Ez lesz az első tagja az új L-Sat (nagy méretű műhold) programnak. Az European Satellite Agency első szerződő félként a British Aerospace-t választotta programjához. Az L-Sat körülbelül kétszerese az európai kommunikációs műholdcsalád eddigi tagjainak, az űrállomás napelemei által fejlesztett energia pedig a jelenleginek tízszerese lesz. Az L-Sat 10 tévécsatorna adását tudja majd közvetíteni egyszerre, akkora területen, mint Anglia, s az adásokat egyszerű tetőantennával lehet venni. Segítségével egyszerűen mind 70 000 telefonhívást vagy 24 szélessávú adatkapcsolatot lehet majd létesíteni.

New Scientist

Az Ukrán Újságírószövetség kezdeményezésére egyes lapok és folyóiratok vállalatokat, építkezéseket patronálnak. Külön stábot hoztak létre az érintett vállalatok és szerkesztőségek tagjaiból, amely kidolgozza a munka közös irányvonalát, összehangolja az információgyűjtést és röplapokat ad ki.

Zsurnaliszt

A hirdetőoszlop 125. születésnapját ünnepelte. Feltalálása Ernst Litfas pozsonyi születésű, később Berlinben dolgozó nyomdász nevéhez fűződik, és az első 150 hirdetőoszlop a berlini utcákon került felállításra. Tulajdonképpen helye a nyilvános kút volt; a kutak csövét álcázta. A nyugat-berlini posta az évforduló alkalmából emlékbélyeget adott ki „125 éves a hirdetőoszlop Berlinben” felirattal.

ZV+ZV

Az NSZK-beli Rheinland-Pfalz-ban 20 000 háztartást átfogó kísérleti kábeltelevízió-rendszert próbálnak ki. Az adás megindítását 1983-ra tervezik. A hálózat magántársaság kezében működne, ez azonban éles politikai vitákat váltott ki. Az egymással konkuráló, közönségre és hirdetésre éhes magántársaságok bevezetésének ötlete nem talált egyértelmű tetszésre. A szociáldemokraták országszerte harcolnak a tömegkommunikációs eszközök közjogi rendszerének megtartása mellett, azt hangoztatva, hogy ennek megváltoztatása csak a közönség kárára történhet. Ezért Rheinland-Pfalz-ban 1983–86 között bizottság fogja vizsgálni a műsorok társadalmi hatását.

Der Spiegel

A McCann Ericson multinacionális reklámügynökség kutatócsoportja felmérést végzett az arab reklámpiacon a döntéshozók körében. Ennek első meglepetése az, hogy az Arab-öböl országaiban a döntéshozók jó része más országból való. (Kuvaitban 63%, Bahreinben 51% a nem helybeliek aránya). A második meglepetés: a döntéshozók túlnyomó többsége mégis arab, de a többség más országaiából származik, így különös „pánarab” keveredés jön létre. A döntéshozók bázisnyelve arab, de az angolnak is igen erős a pozíciója. Következésképpen a legolvasottabb gazdasági folyóirat az Alam Attijarat, de magas az angol nyelvű szaklapok és managermagazinok olvasottsága is: a Business Week és az Economist például 12–16%-os olvasottságot mondhat magáénak

Near East Business

A moszkvai televízió új műsorrovatot indított az elmúlt évben. Minden vasárnap színművet közvetítenek egyenes adás vagy televíziós adaptáció formájában. A szerkesztők célja, hogy a drámai műfajok változatos skáláját bemutattva a lehetőségek szerint teljes képet nyújtsanak a gazdag szovjet színházi életről.

Szovjetszkaja Kultura

Amerikai vélemények szerint a nyolcvanas években az integrált áramkörök egyre „értelmesebbé” és gyorsabbá fognak válni, de jóval drágábbak is lesznek. A tervezés és gyártás növekvő költsége az anyagihiánnyal együtt meg fogja változtatni az utóbbi évtized egyre csökkenő költségű félvezetőiparának kilitásait. A memóriaegységekhez szükséges anyagok hiánya és a magas aranyár a késztermékek árát is növeli. Az integrált áramkörök ára várhatóan 20–25%-kal nő majd a következő években. Az Intel és a National Semiconductor vezetői szerint az anyagihiány a 80-as évek közepére már nemcsak a termékek ára-ra, hanem a gyártásfejlesztésre is erős hatással lesz.

New Scientist

A Quebec-i televízió a múlt év októberére óta élő adásban sugározza a Nemzetgyűlés üléseinek minden napján az első négy órát. A kísérlet kedvező fogadtatásban részesült mind a tévénézők, mind a sajtó részéről. Az első napon 1124 hívás érkezett a Quebec-i Rádióhoz, a második két napon 1400 és azóta átlagosan 150–300. Az első két hónap után megállapítható volt, hogy az élő közvetítés a Nemzetgyűlésre is ösztönzően hatott: a viták színvonalasabbak lettek, a megvitatásra kerülő anyagokat a képviselők azóta alaposabban isméri.

La Semaine Media

Az elmúlt évtized végére igen nagy fejlődésnek indult a kábeltelevízió az Egyesült Államokban. 1960-ban a nézőközönség 1,3%-át látták el műsorral, 1979-re ez az arány már 21%-ra emelkedett. A kábelhálózat jelenleg 15 millió előfizetőre terjed ki, ez körülbelül

50 milliós nézőközönséget jelent. Becsült adatok szerint az 1980-as év végére a kábeltelevízióval ellátott háztartások 80%-a kapcsolódhat a műholdas adásokhoz.

InterMedia

Az osztrák Media and Market Observer Intézet felmérései alapján a következőket tanácsolja a rádióreklám szerkesztőinek és megrendelőinek: Igen fontos az érzelmi ráhatás, mert a rádió tágabb teret enged a fantáziának, mint a televízió. A kontraszthatást azonban csak mértékkel szabad érvényesíteni. Minél agresszívabb, minél harsányabb ugyanis a bevezető, a hallgató annál később jut el abba az állapotba, hogy az üzenet mondanivalóját befogadhassa. A hosszabb időszak alatt ismételtensugárzott reklámot célszerű azonos jelszóval vagy hangjelzésekkel bevezetni, ez megkönnyíti a reklám felismerését. A reklámüzenetet a hirdetés közepén vagy a kétharmadrészén kell elhelyezni, és ismétléssel kell hangsúlyosabbá tenni.

Werbung/Publicité

Újfajta mágnesszalag gyártását kezdtek el Amerikában. A „Scotch Metafine” elnevezésű, tiszta vasból készült szalag az információhordozók új generációját jelentheti nemcsak a hang rögzítésében, hanem a kép- és információátvitásban is, meggyorsítja a képmagnók második generációja és a házi használatra szánt hordozható kamerák forgalomba kerülését. A konkurens cégeket meglepetésszerűen érte az esemény (a szalagot a 3M cég mutatta be és döntött a gyártásáról és értékesítéséről), és nem késlekedtek a kritikai észrevételekkel: az új szalag nincs szabványosítva, a jelenleg kapható készülékek csak a szalag lejátszására alkalmasak, felvételek készítésére és törlésére nem. A Tandberg vállalat azonban már forgalomba is hozta az új szalagnak megfelelő TD VA-típusú készüléket; másodikként a Sony-cégnek adnak esélyt arra, hogy piacra dobja új készülékét. A BASF nem olyan lelkes, mint a 3M, de technikailag felkészült a gyártásra és meg is kezdi, ha a piacon igény mutatkozik az új termék iránt.

La Semaine Media

Belgiumban kísérletképpen mágneskártyával üzemeltetik a nyilvános telefonokat. A 20—100 egységet tartalmazó kártyákat a postaiókokban lehet megvásárolni. Érme helyett ezt a kártyát kell behelyezni a készülékbe, amely a beszélgetés idejével arányos mértékben letöröl egy részt a kártyán feltüntetett jelekből, és ha a jelek elfogytak, újabb kártyát lehet a készülékbe behelyezni anélkül, hogy a beszélgetés megszakadna. Az új rendszer előnye, hogy nem kell előre beszerezni az érmeiket — amélyek a távolsági beszélgetések esetében komoly mennyiséget tettek ki —, és ami ennél még fontosabb: nincs pénz vagy pénzzé tehető érme a nyilvános készülékekben, ami csábítaná a tolvajokat.

La Semaine Media

Az Egyesült Államokban a tévékészülék-ellátottság 98%-ra emelkedett. A háztartások 81%-a rendelkezik legalább egy színes televízióval és 48%-uk kettő vagy több készülékkel. Az NSZK-val végzett összehasonlító vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy az USA-ban lényegesen nagyobb a tévézésre fordított idő aránya. A felnőtt lakosság átlagosan heti 31 és fél órát tölt a készülék előtt, az NSZK-ban csak 15 és fél órát. Jelentős eltérések tapasztalhatók a gyerekek és fiatalok „tévészenvédelmében” is: az USA-ban mindkét korosztály megközelítőleg ugyanannyi időt tölt a televízió előtt, mint a felnőttek, az NSZK-ban pedig a kisebb gyerekek 6 és fél órát, a nagyobbak (8—13 évesek) 10 és háromnegyed órát fordítanak tévézésre hetente. Más kutatások adatai szerint az előző évekhez viszonyítva az NSZK-ban csökkenő tendenciát mutat mindkét gyermekkorosztály tévézésre fordított ideje.

Media Perspektiven

A Pánafrikai Hírügynökség (PAFNA) feladta azt a tervét, hogy saját tudósítói hálózatot hozzon létre. Az eredeti terv szerint a kontinens főbb városaiban a PAFNA saját újságírói dolgoztak volna, megteremtve azt a lehetőséget, hogy kiszorítsák az UPI-t, a Reutert és a többi nagy hírügynökséget a földrészről. Az információs miniszterek azonban nem jutottak egységes álláspontra, és inkább

a nemzeti hírügynökségek fejlesztése mellett döntöttek. Ugyanakkor megjegyezték abban, hogy a PAFNA egyfajta „gyűjtőhelye” lesz az afrikai híreknek, veszi és továbbadja a nemzeti hírügynökségek tudósításait.

InterMedia

Lengyelországban a stúdiótechnika fejlesztése elsősorban a lengyel rádió és televízió tudományos és kutatóbázisának feladata. Az intézet kéz a kézben fejlődött a rádióval, mely 1925-ben jött létre. A központban 500 fő dolgozik, nagy részük tudományos munkatárs, akik a rádiós és televíziós stúdiótechnika területén többek között a következő feladatokra látják el: a technikai folyamatok automatizálása és korszerűsítése a rádióban és a televízióban, a hangtechnika tökéletesítése, a műsorok mágneszalagra való rögzítése, a rádió- és tévéstúdiók akusztikájának megoldása, a számítástechnika bevezetése.

Svet televizive

A világ két elektronikai óriása, a Texas Instruments és az IBM nagy összegeket készül befektetni a robotgyártásba, mivel felismerték, hogy a gépek fellendíthetik a lankadó termelékenységet. A robotokat tévékamerával szerelik fel, amellyel képet alkotnak a közeli tárgyakról — vagyis látnak. A képeket számítógépes energia alakítja kóddá, s a robot kódok által kap utasítást bizonyos tevékenységek elvégzésére. A Texas Instruments látó robotjai a kalkulátorgyártásban, az IBM robotjai pedig a számítógépek nyomtatott áramköreinek elkészítésében segídenek. Mindkét cég titokban tartja a robotok adatait, de forgalmazásukat már bejelentették.

New Scientist

Svájcban az Eben-Hézer Alapítvány intézeteiben képmagnót alkalmaznak a szellemileg sérült gyerekek kezelésében és oktatásában. E gyerekek megfigyelése rendkívül bonyolult feladat, hiszen viselkedésük igen változékony és kiszámíthatatlan. A képmagnó lehetővé teszi, hogy mindenkiről külön felvételt készítsenek, rögzítsék mindazt, amit a gyerekek csinálnak, ami történik velük, és ez jóval bővebb információhoz és alapo-

sabb megismeréshez segíti hozzá az orvosokat, nevelőket. A filmmel szemben előnye, hogy használata egyszerűbb, kevesebb a zavaró körülmény, bár még a teljesen hangtalan készülék is sokszor ellenérzést vált ki a gyerekekből. A képmagnó nemcsak a gyógyításban és a nevelésben, hanem a szakemberképzésben is használható. A helyszínen készített felvételek felülműlják az eddig használt oktatófilmeket.

Video Corpus

Azt követően, hogy a Times és a Sunday Times 11 havi szünet után ismét megjelent, a kiadó, hogy lapjainak régi olvasottságát biztosítsa, nagyarányú plakát-, sajtóhirdetés- és rádióreklámkampányt indított, melynek költségei 2 millió font sterling körül maradtak. A konkurrens lapok sem maradtak tétlenek. Az Observer, mely példányszámát a Times sztrájkja alatt megkétszerezte, a Daily Telegraph, a Sunday Telegraph és a Guardian, amelyek ugyancsak megnövelték olvasótáborukat, a közönség megőrzésére ellenkampányokat indítottak. A Times megjelenése tehát az újságok reklámháborúját robbantotta ki a szigetországban.

EPP

Gutenberg óta a legnagyobb előrelépésnek tartják az Euronet, az európai adatbank létesítését. A bank létrehozását 1971-ben határozták el, és a közelmúltban mutatkozott be a strasbourgi parlament előtt. Működése hatalmas mennyiségű, különböző szintű és összetételű információ tárolását teszi lehetővé, ugyanakkor a dokumentációs központok anyaga élővé, tehát felhasználhatóvá válik. A rendszer működtetéséhez informatikai eszperantó nyelvet fejlesztettek ki. Az Európai Gazdasági Szövetség tagjai igen nagy reményeket fűznek az Euronet-hez.

Nouvel Observateur

A Szovjetunióban külön adó sugároz oktatási műsorokat. (Hasonló csatorna csupán néhány országban létezik.) A központi oktató televízió munkáját három főosztály szervezi: az egyik általános műsorokat közvetít a középiskolás

diákok számára, a másik a fakultatív tárgyak elsajátításához, a szakkörök és a diákok önálló tanulásához nyújt segítséget, a harmadik főosztály műsora pedig az oktatóknak, tanároknak szól.

Svet televize

A spanyol sajtót élénken foglalkoztatja az 1982. évi labdarúgó-világbajnokság emblémája. Az ábrán, melyet a Spanyol Világkupa Bizottság 300 pályamű közül választott ki, egy futball-labdával keresztezett narancs mosolyog. A neve: „kisanarancs” (El Naranjito). Az alkotó José María Martín szerint a kisanarancs a spanyolok külföldön elterjedt image-ét tükrözi: „sima, édes és kellemes”. A bírálók szerint azonban inkább „a Franco-rezsim alatt megszokott kényszeredett mosolyt és áloptimizmust mutatja”. A sajtót tiltakozó levelekkel árasztották el a nemzeti méltóságot ért jóvátehetetlen sérelem miatt. A hozzászólások között csak egyetlen egy fogta pártját az emblémának. A levelet a Déligyümölcs Exportőrök Szövetségének elnöke írta.

Advertising Age

Az NSZK-ban kísérletek folynak egy „drót nélküli” tévékamera bevezetésére. A Bayerischen Rundfunk munkatársai München mellett bemutatták az új kamerát egy szakértőkből álló bizottságnak. A kamera működésének lényege, hogy összekapcsolták egy 11 GHz-en működő adóval, és így megszűnt a közvetlen összeköttetés szükségessége a vevőállomással. Ezzel a technikai megoldással néhány kilométeres távolság is áthidalható, és így lehetővé vált, hogy a közvetlen adás számára eddig megközelíthetetlen helyekről, a stúdió irányításával most egyenesben sugározzák a műsorokat.

Funkkorrespondenz

Tovább tart Itáliában a műsorszórási káosz. Egy bírósági határozat arra kötelezte az Olasz Állami Rádió és Televízió Társaságot (RAI), hogy csökkentse Toscana környékén nemrég beindított harmadik televíziós programjának sugárzási erejét, mivel az új adó megfojtaná a Luccában működő állomást, és

néhány más magánadó sugárzási lehetőségét is korlátozná. A harmadik RAI-program hosszas viták után a múlt év decemberében indult meg azzal a szándékkal, hogy a két másik országos adás mellett helyi, kulturális alternatív műsort kínáljon. A bírósági határozat olyan kérdésben jelent precedenst, melynek jogi tisztázása még várat magára. Vittorino Colombo, Olaszország távközlési minisztere úgy nyilatkozott, hogy ez az eset újra felhívja a figyelmet a magánkézben levő rádió- és televízió-társaságok szerepének törvényes rendezésére. A jelenlegi adatok szerint 600 magán televízióállomás és mintegy 2000—3000 magán rádióállomás működik Olaszországban.

Media Perspektiven

Szinte mindennapos esemény, hogy a szerző és a szerkesztőségi munkatárs konfliktusba kerül egymással, amikor az anyagot sajtó alá rendezik. A szerkesztők hajlamosak az anyagok átírására, ezt azonban nem lehet egyértelműen helyeselni. Ha a kézirat igényli is a beavatkozást, arra minden esetben vigyázni kell, hogy megőrizze a szerző eredetiségét.

Zsurnaliszt

A BBC és az IBA kifejlesztette a süketek számára is vehető távszöveggel ellátott tévéadások technológiáját. A nézők a hagyományos tévékészülékhez csatlakozó különleges dekódoló egység segítségével vehetik a távszöveget. Ez tökéletesebb, mint a jelenlegi felírtas műsor, mely zavarta a normális hallású nézőket. Svédországban is kísérleteznek hasonló technológiával, amely valószínűleg egész Európában el fog terjedni.

New Scientist

Az öt évvel ezelőtti adatokhoz viszonyítva Franciaországban csökkent a rendszeres tévénézők aránya. A *Telerama* most nyilvánosságra hozott körkérésének eredményei azt mutatják, hogy a nézők 32%-a saját bevallása szerint kevesebb időt tölt tévézéssel. A válaszolók 41%-a unalmasnak tartja a műsort, 36%-a kínálat egyhangúságát

okolta, 33% időhiányra hivatkozott. A kérdezettek 54%-a nyilatkozott úgy, hogy szívesen töltene több időt a tévé előtt, ha a műsor jobb lenne.

ORF Medien Report

Az NSZK minden harmadik állampolgára érdeklődik a kábeltelvízió iránt. Ugyanakkor viszonylag alacsony az érdeklődés a „Teletext” és a „Bildschirmtext” (a „képernyőszöveg” két NSZK-beli típusa) iránt. Erre az eredményre jutott az Infratest Intézet vizsgálata, mely megállapította, hogy azokban a körzetekben, ahol csak egy vagy két tévéprogram fogható, jóval nagyobb érdeklődést keltenek az új médiumok, mint ahol több csatorna vétele lehetséges. Különösen a magasabb képzettségű fiatalok és az átlagosnál nagyobb jövedelemmel rendelkezők kísérik figyelemmel az új kommunikációs lehetőségeket.

ORF Medien Report

A francia minisztertanács határozata értelmében a rádió és a televízió ellenőrzése újból a francia posta kezébe került. A műsorszórás monopóliumát eddig élvező Télédiffusion de France-ot a Postaügyi Minisztériumnak rendelték alá. A rádió- és tévéállomások mellett a posta hatásköre kiterjed a francia „teletext” rendszer kidolgozására, és közreműködik pl. a német—francia műholdkísérlet megvalósításában. A döntést Párizsban fenntartásokkal és kritikával fogadták. Így Pierre Schaeffer a ORTF Médiumkutató Részlegének volt vezetője azt a véleményt képviselte, hogy az összevonas a műsorszórók mozgásszabadságának további szűküléséhez vezet.

Epd-Dienst

Ez év elején Ausztriában is megkezdődött a kísérleti Videotext-program. Egyéves kísérletről van szó, melynek tartalmát az osztrák rádió és az újságkiadók közösen állítják össze és valósítják meg. Az APA (Austria Presse Agentur) szerkesztőségi teamje állította össze azt a 63 oldalas anyagot, amelyet 300 Bécsben élő közéleti személyiség-

nek, továbbá 100 — különböző szempontok alapján kiválasztott — a kísérletben részt vevő személynek sugároz-
nak. A résztvevők a készüléket ingye-
nesen vehetik igénybe.

Media Perspektiven



A tömegkommunikációs eszközök tevékenységében sajátos helyet foglal el a sportújságírás a Szovjetunióban. 32 sportújság és -folyóirat jelenik meg és csak a központi tévéstudió évente több, mint 700 órát szentel a sportprogramoknak. Sokan úgy vélik, hogy a sportműsorok nézői a tévé képernyői előtt ugyanazt az eseményt látják, amelyet a szurkolók a stadionok nézőterén. Számításba kell azonban venni, hogy a kommentátorok mintegy dramatizálják a tényleges eseményeket és kísérőszöve-
gükkel színezik azt. A bementő tehát, mint a sportközvetítés szórakoztató tényezője, befolyásolja a játék befogadását.

Svet televize



A Nyugatnémet Rádió egyik állandó adása volt az ifjúságnak szóló „Radioteka”. Az adás fő vonzereje abban állt, hogy segítette a fiatalokat demokratikus jogaik érvényesítésében. A műsört időközben politikai okokból

megszüntették. Még hozzá oly módon, hogy mivel az adás jellege élő közvetítést igényelt, utasítást adtak ki, hogy a rádió ne sugározzon egyenes adásokat. Ez az intézkedés az ifjúsági program ürügyén támadást jelent a rádió egész intézménye ellen. A kérdés politikai súlyát mutatja, hogy 11 SPD-képviselő, továbbá a Rádió-Televízió-Film Egyesület tiltakozott a döntés ellen. A WDR szerkesztőinek gyűlése felszólította az intendánst és a rádió igazgatóját, hogy a „Radioteka”-t tűzzék ismét műsorra, és függeszték fel az egyenes adásra vonatkozó tilalmat.

Vorwärts



A görög televízió a SECAM-rendszert választotta színes adásaihoz. Magyarázata, hogy a francia érdekeltségű Thomson—CSF társaság tette a legkedvezőbb hitelajánlatot. Közrejátszott az is, hogy a szomszédos országok többsége is a SECAM-rendszert használja. A színes adás 1981 közepén indul két csatornán. Portugália — lényegében ezzel egyidejűleg — viszont a PAL-rendszer mellett döntött (Spanyolország szintén ezt használja). A portugál televízió volt az utolsó európai televíziós társaság, amely eddig nem sugárzott színes adást. A tervek szerint itt is a jövő év őszén indul a rendszeres színes sugárzás.

InterMedia

HÁLÓZAT

A „Hálózat” (Network) 1976-ban készült, és egycsapásra klasszikus filmalkotássá vált. A nagy amerikai tévés társaságok belső világát addig még egyetlen mű sem tükrözte ilyen kegyetlen hitelességgel. A modell az UBS (nevezzük, mondjuk, United Broadcasting Systemnek), a három nagy mellett a képzeletbeli negyedik, mely öldöklő harcot folytat versenytársaival a hirdetőik pénzéért, feláldoz mindent és mindenkit, hogy a nézettségi, vagy éppen a tetszési indexet akárcsak egy tizeddel is feltornássa. (A film jobb megértéséhez hozzásegíthet a nagy tévéhálózatok szervezetének jobb ismerete; erről e számunk 93. oldalán — más téma kapcsán — olvashatnak.)

A film kritikusi közül sokan érveltek azzal, hogy a „Hálózat” szélsőséges példát boncolgat; a csak az USA-ra jellemző tévétársaságok működését. Mások viszont éppen arra hívják fel a figyelmet, hogy bizonyos elemek — sajnos — másutt is, szinte a televízió lényegéhez tartozóan fellelhetők.

Ezt a világot így megrajzolni csak olyan szerzőpáros tudta, mely maga is rendelkezik tévés múlttal, mégha gyorsan szakított is vele. Paddy Chayfsky jó néhány tévéjátékot írt az ötvenes években, és a rendező Sidney Lumet egyik legnagyobb sikerét éppen a tévében alkotta még 1957-ben a „Tizenkét dühös ember” rendezésével. Filmjükben tipikus amerikai tévés figurákat vonultatnak fel; a hét öt napján a kamerák elé álló műsorvezetőt, a nézettségi ráta bővületében élő műsorszerkesztőt, a szenzációt hajszoló hírszerkesztőt stb.

Alább részleteket közlünk a film magyar szövegekönyvéből Révész Mária fordításában a helyszínek megjelölésével. A film elején felvonul az UBS vezérkara: Marx Schumacher a hírszerkesztőség vezetője, Frank Hackett, Nelson Chaney és Milton Steinmann az igazgatóság tagjai. És természetesen Howard Beale, a kommentátor (Peter Finch ezért az alakításért posztumusz Oscar díjat kapott.)

H. J.

Négy monitoron az esti hírek mennek. A képeken a CBS, NBC és ABC híres kommentátorai. A negyedik figura Howard Beale, az UBS „sztárja”.

NARRÁTOR:

Ez a történet Howard Beale-ről, az UBS tévétársaság kommentátoráról szól.

Beale a maga idejében a televíziózás konzervatív figurája volt, a kommentátorok nagy öregje, tizenhatos nézettségi és huszonhetes tetszési indexszel. Azonban 1969-ben szerencséje hanyatlani kezdett, tetszési indexe huszonhét-ről huszonkettőre esett. A következő évben meghalt a felesége, így aztán ott maradt gyermektelen özvegyként nyol-

cas nézettségi és tizenkettes tetszési indexszel. Mogorva lett, zárkózott, egyre többet ivott, végül

MAX ÉS HOWARD AZ UTCÁN

1975. szeptember huszonkettedikén kirúgták, kétheti felmondással. A hírt Max Schumacher, az UBS hírosztályának elnöke közölte vele. A két régi, jó barát alaposan beszívott.

HOWARD:

Még a CBS-nél volt, Ed Murrow-val kilencszázötvenegyben.

MAX:

Ötvenben volt, csak akkor lehetett. Én akkor az NBC-nél voltam kezdő riportter. A reggeli híreknél. És zöldfülű taknyos, huszonhat éves.

Akárhogy is, akárhogy is, akkor építették a George Washington-híd alsó szintjét. Helyszínit akartak adni a reggeli hírekbe (nevet).

De nekem nem szólt senki.

Pár perccel hét után telefon: hol a fenébe vagy, rég itt kéne lenned a George Washington-hídon!

(nevet)

Erre én ki az ágyból, a pizsamára felkapom az esőköpenyt, lerohanok a lépcsőn, ki az utcára, leállítok egy taxit, mondom a sofőrnek, vigyen ki a George Washington-hídra, de a közepére.

(nevet)

MAX:

Mire a pofa rámnéz és aszongya — aszongya, pajtás, ne tegye, még olyan fiatal, még maga előtt az egész élet!

(nevet)

Még nem meséltem neked soha?

(nevet)

Bárpultnál ülnek

HOWARD:

Öngyilkos leszek.

MAX:

Ugyan, hülyeség!

HOWARD:

(ásít) Szétloccsantom az agyamat adás közben. Bele a hétórás hírekbe.

MAX:

Marhára felugrana a pontszámod, az biztos. Legalább ötvenre.

HOWARD:

Gondolod?

MAX:

Fix. Sorozat lehetne belőle. A hét öngyilkossága!

Illetve mit szerénykedünk. A hét kivégzése!

HOWARD:

A hét terroristája.

MAX:

Imádni fogják. Öngyilkosságok. Gyilkosságok. Bombamerényletek. Maffiatagok tűzpárbaja. Autós tömegszerencsétlenség! Egy óra halál! Vasárnap esti monstre családi műsor. Walt Disney menjen a bús francba.

TV Hírszerkesztőség.

Az esti adás sorrendjét

állítják össze.

HOWARD:

A deportált Lenint tegyük a háromórás végére.

FÉRFI:

Elég jó ahhoz, hogy feldobja?

HOWARD:

Persze. Az elején riport Sarah Jane Moore-nal és May Berryvel San Franciscóban.

1. NŐ:

Fegyvereladás. Patty Hearst vallomása, a Gorillák és Chad és az indianai erdőtüz.

Technikai helyiség. Adás

közben Howard és kollégája.

Hunter csak a monitoron

látszik.

HUNTER:

Tizennyolc nappal ezelőtt követték el az első merényletet Ford elnök ellen és tegnap a másodikat, San Franciscóban. Az elnök azonban kijelentette, a két merénylet ellenére sem lesz az „ovális szoba” foglya, vagy tús esetleges gyilkosok kezében.

FORD:

Az amerikai nép derék nép. Vannak köztük pártonkívüliek, demokraták, köztársaságpártiak, meg egyebek. Én, a magam részéről soha, semmi körülmények között nem adom meg magam — és remélem, más sem — azoknak, akik azt akarják, hogy...

NŐ:

Reggel korán levágtam három flekket, meg elvittem a gyereket iskolába meg leadtam az anyagot...

RENDEZŐ:

Honnan van benned ennyi energia?

HANGMÉRNÖK:

Biztosan nincs kihasználva. Besegíthettek?

NŐ: (nevet) Oké.

RENDEZŐ:

Te húzgáld csak a pottit, arra figyelj.

ASSZISZTENS:

Vigyázz, váltás.

2. FÉRFI HANG:

Kettesre indulj!

HOWARD:

Hölgyeim és uraim, engedelmmükkel bejelentem, hogy két hét múlva megváltak állandó műsoromtól, alacsony nézettsége miatt. Mivel az egyetlen volt, ami értelmet adott az életemnek, elhátároztam, hogy öngyilkos leszek.

RENDEZŐ:

A csaj belemert?

HOWARD:

Golyót röpíttek a fejembe, ebben a műsorban, élőben, mához egy hétre.

SZEMÜVEGES NŐ:

Tíz másodperc múlva reklám!

HOWARD:

Tehát ugyanebben az időben, ezen a csatornán, így most a sajtóosztálynak is könnyebb lesz még egy hétig életben tartani a műsort.

NŐ:

Hiába magyaráztam, nem akarta megérteni.

HOWARD:

Mert csudára felugorhat a nézettségünk.

Ötven ponttal is. Könnyűszerrel.

FÉRFI:

Kettes kamera, vigyázz! Menj rá!

SZEMÜVEGES NŐ:

Hallottátok?

2. ASSZISZTENS:

Mi volt ez, gyerekek?

SZEMÜVEGES NŐ:

Howard azt mondta, hogy golyót röpít a fejébe jövő kedden.

RENDEZŐ:

Mit beszélsz?

SZEMÜVEGES NŐ:

Nem hallottátok? Azt mondta...

HUNTER:

Mi van?

SZEMÜVEGES NŐ:

Howard bejelentette, hogy jövő kedden öngyilkos lesz.

HUNTER:

Hogyhogy bejelentette, hogy jövő kedden öngyilkos lesz?

SZEMÜVEGES NŐ:

Úgy volt, hogy a Ron Nessen anyagot kommentálja és utána egyben a...

2. ASSZISZTENS:

Azt mondta, jövő héten golyót röpíttek a fejembe.

RENDEZŐ:

Mi van, fiúk?

FÉRFI HANG:

Nem tudom, azt mondta, golyót röpít a fejébe jövő kedden.

HUNTER:

Mi az isten van, Howard?

FÉRFI HANG:

Howard, azt kérdik, mi az isten van.

HOWARD:

Nem hallom!

RENDEZŐ:

Fényt a műterembe!

2. ASSZISZTENS:

Kezdésig tizenegy másodperc!

SZEMÜVEGES NŐ:

Tíz másodperc!

HUNTER:

Howard, begolyóztál, vagy mi van veled?!

FÉRFI HANG:

Vegyétek le a képet!

HUNTER:

Vigyétek ki!

HOWARD:

Mit csináltok, megőrültetek?! Ne nyúlj hozzám, te szar!

HUNTER:

Vegyétek le a hangot, élőben megy az egész kibaszott istenverés!

2. ASSZISZTENS:

Veszem, veszem.

RENDEZŐ:

Kamera kilép!

HUNTER:

Az istenit a sok marhájának!

FÉRFI HANG:

Vegyétek le! — Gyere! — Mit csinálsz?!

Megőrült! — A kurva életbe! — Nem bírtok vele? Vigyétek ki! — Kikap!

FELIRAT: ADÁSHIBA

UBS folyosó

FRANK:

Lou, üríttesd ki az előcsarnokot, legalább száz ember nyüzög odalenn.

LOU:

Ne viccelj, hogy üríttessem ki?!

FRANK:

A város minden tévése itt van! Alig tudtam bejönni. Arthur, csináltatok már valamit?

1. FÉRFI:

Hány perc ugrott?

2. FÉRFI:

Megjött Frank Hackett. Most lépett be.

ARTHUR:

Még nem mondott semmit, mondom, hogy most jött. Jó megpróbálom. Hívj megint tíz perc múlva.

ZANGWILL:

Azannyukat! Ha ötszáz kurva telefon nem volt eddig az útszéli tónus miatt, akkor egy sem!

FRANK:

Psz!

3. FÉRFI:

Mindegy, ahogy akarod. Hányadik oldalon hozod le?

Irodában.

CHANEY:

De, jön már. Most lépett be az ajtón.

BARNA FIÚ:

Megint az ABC, a szalagot kérik.

STEINMAN:

Egymást cseszegessék, ne minket. Nektek is ezt ajánlom, Marty.

FRANK:

Ma voltál adásban utoljára.

CHANEY:

Veled akar beszélni.

FRANK:

Ki lesz Beale helyett?

MAX:

Behívtuk Snowdent Washingtonból.

FRANK:

Tessék.

STEINMAN:

Tűzszünet, gyerekek. Nézzük meg, a többi társaság hogy tálalja.

háttérben telefonál

FRANK:

Igen. Nem, még semmit sem tisztáztunk. Természetesen. Megmondtam.

Monitorok:

1. BEMONDÓ:

Jó estét, hölgyeim és uraim. Howard Beale, az USB tévétársaság egyik legismertebb...

MAX:

Mindegyik ezen fog csámcsogni.

2. BEMONDÓ:

Howard Beale ma félbeszakította szó-kásos programját, hogy közölje, jövő héten öngyilkos lesz.

3. BEMONDÓ:

Merőben szokatlan esemény történt az egyik tévétársaságnál, az UBS-nél ma este.

FRANK:

És mi hogy tálaljuk?

MAX:

Halloway majd röviden közli a hírek végén, hogy Beale személyes okok miatt stresszben volt és a többi.

FRANK:

Visszahívlak, John.

Na kérem. Holnap a részvényesek közgyűlésén az igazgatási terv módosításáról tárgyalunk és nem akarom, hogy ez a nevetséges ügy bármiféle zavart is okozzon.

FRANK:

Ezért Mr. Ruddy bevezetőben egy-két mondattal intézze el az egészet, és te Max, tarts készen pár választ a kötekedő tagok hülye kérdéseire, akik...

MAY:

Mr. Beale olyan magánélet és hivatásbeli problémák útvesztőjébe került, amelyek...

FRANK:

Szolgálhatok neked is némi meglepetéssel, Schumacher! Idáig vagyok a francos hírosztályoddal és az évi harminchárom milliós deficitjével!

MAX:

Hagyd békén az osztályomat, Frank. Te nem vonhatsz felelősségre, csak az igazgatóság.

FRANK:

Itt is nagy francos meglepetés érhet!

CHANEY:

Hagyjátok abba, inkább azzal foglalkozunk, hogy visszük ki Beale-t a házból. Úgy tudom, százával nyüzsgenek lenn a riporterek és fotósok.

MAX:

Lemegyünk a teherliften és hátul ki. Howard, ma éjjel az én lakásomon alszol. A tiedet már biztosan ellepte a sajtó.

Howard elkeseredett lépése nemvárt sikert hoz mősora számára. Barátja, Max, hiába próbálja lebeszélni a folytatásról, az UBS többi vezére óriási üzletet szimatol. Különösen Diana Christensen (Faye Dunaway játssza), a műsorserkesztőség egyik munkatársa kardoskodik amellett, hogy Howard tovább fejlessze a figurát, legyen ő korunk dühös prófétája, aki a kor állszentségét ostromozza, és megmagyarázza a kisembernek, hogy öntudatra kell ébrednie. Max tehetetlen, szava már semmit sem ér, Diana lép a helyébe a hírszerkesztőség élén.

HOWARD:

Nem kell mondjam, hogy rosszul állunk, tudjátok, hogy rosszul állunk. Depresszió van, sok a munkanélküli, a többi attól fél, hogy az lesz. A dollár jó, ha öt centet ér, bankok csődbe mennek, a boltosok puskát tartanak a pult alatt. Híppik garázdálkodnak az utcákon, már senki se tudja, mit kéne csinálni, és ez így megy.

HOWARD:

Tudjuk, hogy a levegő belégzésre, és az élelmiszer fogyasztásra alkalmatlan. Ülünk a tévé előtt és hallgatjuk a bemondót, aki közli, hogy ma tizenöt gyilkosság és ötvenhat erőszakos bűncselekmény történt, mintha ez így volna természetes. Tudjuk, hogy minden rossz, a rossznál is rosszabb. Kész örület! Mintha mindenhol mindenki megveszett volna, ezért inkább ki se mozdulunk. Ülünk a lakásban, egyre kisebb lesz körülöttünk a világ, de mi csak annyit mondunk: nem érdekel, csak legyen meg itthon a nyugalmam, meg a villany kenyérpíróm, a tévém, az acélbetétes radióalom a kocsimra és egy szót se szólok, csak hagyjanak békén! Hát én nem hagyjak titeket békén! Azt akarom, hogy dühöseket legyetek. Nem azt, hogy tiltakozzatok, vagy lázadjatok, vagy írjatok a kongresszusnak, mert nem tudnám megmondani, mit írjatok, azt se tudom, mit lehetne a depresszió, az infláció, az oroszok és a bűnözés ellen tenni, csak azt tudom, hogy először is jöjjetek dühbe, és mondjátok, ember vagyok, az istenit neki! Nekem fontos az életem! Ezért most, azt mondom, álljatok fel. Álljon fel mindenki a karosszékéből, álljatok fel, most rögtön, menjetek az ablakhoz, nyissátok ki, álljatok oda és ordítsátok, iszonyúan dühös vagyok, és egy perccel se tűröm ezt tovább! Álljatok fel ebben a szent percben. Álljatok fel.

Rendezői helyiségben

HARRY:

Hova megy?

RENDEZŐ:

Utána a mikével!

HOWARD:

Menjetek az ablakhoz, nyissátok ki, álljatok oda és ordítsátok, iszonyúan dühös vagyok, és egy perccel se tűröm ezt tovább! Meg kell, hogy változzon minden, de ehhez legelőször az kell, hogy

dühbe jöjjetek és azt mondjátok: iszonyúan dühös vagyok és nem tűröm tovább, egy perccel se!

DIANA:

Hány állomás veszi át élőben?

HARRY:

Hatvanhét. Köztük Louisville, Atlanta...

HOWARD:

Utána meglátjuk, mit tegyünk a depresszió, az infláció és az olajkrízis ellen, de legelőbb álljatok fel a székből, menjetek az ablakhoz, nyissátok ki, álljatok oda és ordítsátok: iszonyúan dühös vagyok és egy perccel se tűröm ezt tovább!

DIANA:

Kivel beszélsz, Herb?

HERB:

Atlantával.

DIANA:

Mi van náluk, ordítanak?

HERB:

Ordítanak nálatok, Ted?

HOWARD:

De legelőbb jöjjetek dühbe, és ordítsátok, iszonyúan dühös vagyok, és egy perccel se tűröm ezt tovább!

STEINMANN:

Baton Rouge-ban ordítanak.

HOWARD:

Fel, mindenki, álljatok fel!

DIANA:

A jó kurva mindenit, megfotuk az Is-ten lábát!

HOWARD:

Menjetek az ablakhoz.

Max otthonában. Max és családja nézi a tévét.

HOWARD:

Nyissátok ki, álljatok az ablakhoz, nyissátok ki és ordítsátok, iszonyúan dühös vagyok, és egy perccel se tűröm ezt tovább! Álljatok fel mind a székből, most rögtön, menjetek az ablakhoz, nyissátok ki, álljatok oda.

LOUISE:

Mit csinálsz?

CAROLINE:

Megnézem, ordítanak-e.

HOWARD:

Nyissátok ki az ablakot, álljatok oda, és ordítsátok, sokszor, iszonyúan dühös...

FÉRFI HANG:

Iszonyúan dühös vagyok, és egy perccel se tűröm ezt tovább!

NŐI HANG:

Iszonyúan dühös vagyok, és egy perccel se tűröm ezt tovább!

LÁNY:

Iszonyúan dühös vagyok, egy perccel se tűröm ezt tovább!

Ahogy múlnak a napok, úgy merészkedik Howard mind messzebbre. Fellép minden és mindenki ellen. Legfőképpen kenyéradóját, két évtizeden át volt gazdáját, a televíziót veszi célba, s dühödtt kirohanásaival nézők újabb millióit hódítja meg.

HOWARD:

Épp ezért, figyelem! Hallgassatok meg! A televízió nem az igazság! A televízió egy istenverte nagy vurstli! A televízió egy cirkusz, karnevál, vándorakrobaták trupppja! Mesemondók, táncosok, énekesek, zsonglőrök, mutatványosok, orosz-lánsszelídítők és válogatott focisták! Egy szóval: unaloműző ipar! Ha igazságot akartok, forduljatok istenhez. Vagy egy guruhoz. Vagy önmagatokhoz. Mert csakis ott fogtok valaha igazságra bukkanni.

(nevet)

Tőlünk, emberek, nem kaphattok igazságot. Azt mondjuk, amit hallani akartok. Hazudunk, mint a fene. Képesek vagyunk azt mondani, hogy Kojak mindig elkapja a gyilkost, hogy Archie Bunker családjában nincs rák, hogy akármilyen bajban van a főhős, nyugalom, a film végére kimászik belőle! Minden hülyeséget elmondunk, amit hallani akartok!

HOWARD:

Ábrándokkal kereskedünk, melyek közül egy sem igaz! De ti, emberek, mégis itt ültök napról napra, estéről estére, kortól, szintől, hittől függetlenül! Csak minket ismertek! Már kezdtek hinni az ábrándokban, amiket szövünk. Kezdték elhinni, hogy a képcső a realitás és az élet, amit éltek, irreális! Azt tesztitek, amit a cső mond nektek! Úgy öltözködtek, úgy esztek, úgy nevelitek a gyerekeiteket, de még úgy gondolkoztok is, mint a cső. Ez kész tömegőrület! Eszelősek vagytok. Az ég szerelmére, ti vagytok a valóság és mi az illúzió! Hát zárjátok el a készülékeket, zárjátok el most rögtön, máris zárjátok el, és hagyjátok elzárva. Zárjátok el ennek a mondatnak a közepén, amit éppen mondok nektek Zárjátok el!

A hatalom csúcsaira törő Diana újabb szenzációs műsorötlettel áll elő. Mao Ce-tung órát szervez, melyben zavaros politikai cselekmények kapnak helyet. Szerződést köt az Egyetemes Felszabadító Hadsereg nevű terrorszervezettel, hogy azok minden bankrablást, gyilkosságot filmre vesznek, és kizárólagos joggal az UBS rendelkezésére bocsátanak.

Ahmed Kán, a terrorszervezet vezetője szenzációs eseményeket ígér Dianának.

A filmnek tulajdonképpen mellékszála, hogy Diana elcsábítja Maxot, akinek egyébként átvette munkakörét a hírszerkesztőség élén. Az „ágyjelenet” egyike a film legtöbbet emlegetett mozzanatainak. Maró, kegyetlen leleplezése a szinte gyógyíthatatlan televíziós fertőzésnek. Diana a szerelmi aktus közepén is a műsorról beszél, szinte megszállottan.

DIANA:

Erőszakkal fogom berakni a Mao Ce-tung órát, mert jószerivel nem lehet már senkinek sem eladni. Hát nem borzasztó? Az egész Mao Ce-tung-műsor rosszabb, mint egy száлка az ember seggében. Enélkül is épp elég bajunk meg jogi vitánk van a kormányval. Múlt héten megjelent két emberük és bírósági idézést hoztak Hackettnek és nekem. Tudomást szereztek a bankrablási filmről és meg akarják kapni.

DIANA:

De Hackett elküldte az FBI-t a búsba. (nevet)

De hogy! Pofára ejtjük az FBI-t, mert a Hirosztállal közös produkcióban mutatjuk be a filmet. Ragaszkodunk az alkotmányhoz: „Szabadságot a sajtónak” és jogunk van védelmezni hírforrásainkat.

(nevet)

Walter esküszik, hogy kivakarozunk a „bűn fel nem fedés” vádjá alól. Caan azt üzenete, abszolút nix, nem vállalja. Legfeljebb összeesküvéssel fognak vádolni minket és bűnre való felbújtással. Jézus, de hideg van itt. Ugyanis azoknak az ütődött Egyetemes Felszabadítónak heti tízezer dollárt adunk, hogy lássanak el minket a terrorcselekményeikről felvett filmekkel, és ég kimeríti a bűnre való felbújtás fogalmát. Walter azt mondja, hogy mind börtönben fogjuk végezni. Azt mondtam, Walter, indítsanak eljárást ellenünk. Állítson a kormány bíróság elé minket! Akár a Legfelső Bíróság elé!

DIANA:

De Frank azt mondta...

(nyög, cuppog)

hogy a New York Times ... meg a Washington Post ...

(sikít)

nem fix pontok. Hóóónapokig címdoldalon leszünk. Jobb sajtónk lesz, mint a Watergate-nek. El-elég nekünk egy hat-hetes büntügyi eljárás és a Mao Ce-tung-óra nézheti magát, mert ...

(sikít, liheg,

nyög, sóhajt)

Ami igazán izgat, az a nappali program. Az NBC zárolta a nappalt a szokott nagyképűségéhez, de kiűtöm őket. Homoszexuálisokról csinálnék egy melodramát. Álruhások. Szívfacsaró történet egy asszonyról, aki szerelmes a férje szeretőjébe. Mit szólsz hozzá?

Howard műsora soha nem látott sikert ér el. Egyetlen szavára táviratok milliói özönlnek a Fehér Házba, hogy tiltakozzanak az elnökél, mert az „kiárúsítja” az országot az araboknak. Howard profétasága egyre több felső érdeket sért, és Jensen, a tévétársaságot kézben tartó konzorcium elnöke átgúrja Howardot, aki egyik napról a másikra mindennek az ellenkezőjét mondja. Beletörődésre buzdít, és a „nagyok” érdekeit hirdeti.

Műsorának nézettsége zuhanni kezd. Barátja, Max tisztán látja a bekövetkező bukást, és ezt legalább saját életében kerülni igyekszik. Szakit Dianával.

MAX:

Nincs már semmi benned, amivel együtt tudnék élni. Afféle humanoid vagy, akikről Howard beszélt. Ha veled maradnék, tönkre mennék. Ahogy Howard Beale tönkre van téve. Ahogy Laureen Hobbs tönkre van téve. És minden, amit megérintesz te, vagy a televízió intézménye, tönkre van téve. A megtestesült televízió vagy, Diana! Közönyös a szenvedéssel szemben, érzéketlen az öröm iránt. Az egész életet leegyszerűsíted szimpla közhelyekké. Háború, gyilkosság, halál, annyit számít, mint egy pohár sör. És a mindennapos élet neked korrupciós komédia. Neked még az élet legmegrázóbb és legigazibb jelenetei is filmkockák, amik visszajátszhatók. A téboly vagy, Diana. Fertőző téboly.

MAX:

Amihez hozzáérsz, meghal, mindent elpusztítasz. De engem nem. Addig, amíg képes vagyok örömmre, szenvedésre, szerelemre. Ez tulajdonképpen happy end. Csélcsap férj észretér, és vissza hitveséhez, akivel soha el nem múló szerelem

köti össze. Szívtelen ifjú hölgy egyedül marad magánya hó- és jégmezőin. Zene felcsap, abblende, utolsó reklám, majd előzetes a jövő hét műsorából.

Az UBS vezetői tárgyalásra gyűlnek össze, mert Howard műsora ismét a mélypont felé közelít. Eredeti tervük az volt, hogy Howardot leveszik a képernyőről.

Frank Hackett irodájában

CHANEY:

Hogy sikerült!

FRANK: (sóhajt)

Mr. Jensen határozottan ellenzi, hogy Howard Beale-t levegyük műsorról. Mr. Jensen szerint Howard Beale igen fontos üzenetet közvetít az amerikai népeknek, tehát azt akarja, hogy Howard Beale-t továbbra is műsoron tartsuk.

FRANK:

Mr. Jensen úgy véli, hogy túl borúlátók vagyunk. Igyekeztem meggyőzni, hogy a televízió labilis ipar, ahol siker és kudarc hétről hétre alakul ki. Mr. Jensen azt mondta, nem híve a labilis iparoknak és hangoztatta, már-már csökönyösen, hogy a labilitás rendszerint a rossz vezetés eredménye. Nem érdekli, hogy a Beale-műsor az egyes számú műsor, vagy a tizenötödik, de még az sem, ha ráfizetéses lesz. Azt akarja, hogy Beale-t adásba tegyünk, és folyamatosan adjuk.

AMUNDSEN:

Szóval azt mondod, Mr. Jensen hajlíthatatlan Beale-lel kapcsolatban?

FRANK:

Rendíthetetlen és sziklaszilárd.

CHANEY:

Mit csináljunk ezzel az istenverte Beale-lel?

FRANK:

Muszáj lesz megölni.

FRANK:

Nincs valami ötlete, Diana?

DIANA:

Hát... (sóhajt)

Mit szólnának egy nyíltszíni gyilkossághoz? Azt hiszem, rá tudnám venni Ahmed Kánékat, hogy meggyilkolják nekünk Beale-t. A filmet átvesszük. Meggyőződésem, hogy az évad szenzációja lehet belőle. A többi hálózat egyesült, nagy támadásra készül a Mao Ce-tung-óra ellen, úgyhogy nagyon jól jönne neki egy ilyen szenzációs műsorkezdő film.

Ezért ajánlottam a nyíltszíni megoldást, stúdióban, kamerák előtt. Nem beszélve az adás közönségének reagálásáról, aminek még szintén jó hasznát vehetjük.

A döntés kivitelezését Diana vállalja magára. Mikor a soronkövetkező műsorban a műsor-
közlő kimondja Howard Beale nevét, és az a közönség tapsorkánjától kísérve a porondra lép, a nézők közül az egyik, Ahmed Kán géppisztolyt ránt, és mindenki szeme láttára, a kamerák előtt agyonlövi Howardot, aki így még ígéretét sem tudta beváltani, hogy ő maga loccsantja szét a fejét saját műsorában.

Ismét négy monitoron zajlanak az események. Mig az egyikén hírek futnak, a többin éppen hirdetések.

JOBB ALSÓ SZPÍKER:

Az UBS Hálózati Híróra közkedvelt kommentátorát, akit a nézők korunk dühös prófétája néven ismertek, agyonlőtték ma este, a nyilvános adás során, abban a pillanatban, amikor műsorát megkezdte volna.

BAL ALSÓ SZPÍKER:

Klub szóda,

Tonik,

Canada Dry! Mi nem vagyunk megalkuvók, ön miért lenne az?

Klub szóda!

Tonik!

Canada Dry! Az igényes emberek itala! Mi nem vagyunk megalkuvók, ön miért lenne az?

Jobb felső monitor

1. KISFIÚ:

Ez micsoda?

2. KISFIÚ:

Zabpehely. Neked reggelire.

1. KISFIÚ:

Kóstoltad?

2. KISFIÚ:

Dehogy kóstolom. Kóstold meg te.

1. KISFIÚ:

Én aztán nem.

2. KISFIÚ:

Adjuk Mikinek.

1. KISFIÚ:

Jó!

2. KISFIÚ:

Úgyse eszi meg. Utálja a zabpehelyt. Megeszi! Nézd, hogy tömi magát! Ízlik neki!

JOBB ALSÓ SZPÍKER:

A döbbenetes esemény a nézők millióinak szeme láttára zajlott le. Az Egyetemes Felszabadító Hadsereg nevű terrorcsoporthoz tartozó gyilkosok közül kettőt letartóztattak. A csoport vezetője, a nagy Ahmed kán, megszökött.

NARRÁTOR:

Ez a történet Howard Beale-ről szól, az első emberről, akit azért öltek meg, mert rossz volt a nézettségi pontszáma.

CONTENTS

Tamás Szecskő: The Shepherd with a Saxophone 3

Focus

Informators about Information

János Avar, László Bernáth, András Domány,
Sándor Karcagi, Mrs. József Matúz, Péter Rényi,
András Tábori, János Vajda and János Varga
answer the questions of Katalin Bossányi and
Gábor Rékai 5

Róbert Angelusz: The Chances of Obtaining Informa-
tion and Forming an Opinion 22

Outlook

Interunion 1980 — Conversation with István Tömpe,
chairman of the National Radio and Television
Committee 43

Gábor Heckenast: WARC '79. The Results of the
Revision of the International Radio Regulation 47

Péter Szarvas: Culture and Education — an Interna-
tional Balance 54

Round-Table

Society Image in the Films of András Kovács —
conversations in the scientific editorial of the
Hungarian Radio 64

Loud Meditation about Pop-Music — round-table
conference in the Radio. The conversation was led
and the original text was edited by Előd Juhász 76

Exchange of Views

Contributions to a Marxist Theory of Television
Tamás Békés: About Theses — in Theses 84

Tibor Hegedűs: We Must Not Harness the Cart
in front of the Horses 87

János Horvát: The Unlimited Model 92

Workshops, methods

The Professional Speaker — an interview with Ákos Mester	97
A Quizmaster of the Language — László Grétsy about Radio and Television	107

Close shot

Csaba Pléh—Tamás Terestyéni: Newspaper Titles with the Eyes of the Reader	113
István Bessenyei—Mária Heller: Advertising — the Agent of the Exchange Value or the Servant of the Consumer?	118
Julianna P. Szűcs: The Poster's „Marriages of Convenience”	135
András Szekfű: Public Opinion and the Gipsy Problem — as Reflected by the Conferences on the Film Titled „Cséplő Gyuri”	142
Katalin S. Nagy: Cultural Commerce and Communication in Public Places	150

Media past

András Grósz E.: The Birth of the „Real” Radio	159
--	-----

Probe

Opinions about Obtaining a Flat, the Perspectives of the Solution of the Housing Problem	165
Situation of Labour Force, Labour Discipline, Wages	167
About the Foreign Policy, International Relations of Hungary	169
About East-West Relations	172

Gleaning

Books	175
Periodicals	189
Cutting It Brief	205

Browsing

Network — fragments from the Hungarian scenario of the American film titled Network	212
---	-----

СОДЕРЖАНИЕ

Тамаш Сечкё: Овчар с саксофоном 3

В центре внимания

В центре внимания — информация
Информаторы об информации
Янош Авар, Ласло Бернат, Андраш Домань,
Шандор Карцаги, Йожефне Матуз, Петер
Рени, Андраш Табори, Янош Вайда, Янош
Варга отвечают на вопросы Каталины Бош-
шани и Габора Рекаи 5
Роберт Ангелус: Шансы получения информации
и составления мнения 22

Панорама

Интерунион 1980. Беседа с председателем Госу-
дарственного Комитета Радио и Телевидения
Иштваном Тёмпе 43
Габор Хекенаст: ВАРК'79. Что дал пересмотр
международных правил радиовещания? 47
Петер Сарваш: Культура и образование — на
международных весах 54

За круглым столом

Картина общества в фильмах Андраша Ковача.
Беседы в научной редакции Венгерского Радио 64
Мысли вслух о поп-музыке — за круглым
столом на радио. Беседу вел и составил отчет
Элёд Юхас 76

Обмен мнениями

К марксистской теории телевидения
Тамаш Бекеш: О тезисах — в тезисах 84
Тибор Хегедюш: Не будем запрягать телегу
вперед лошади! 87
Янош Хорват: Безграничная модель 92

Мастерские, методы

Профессиональный диктор — беседа с Акошем Мештером	97
Руководящий игрой в слова — Ласло Гретчи о радио и о телевидении	107

Крупным планом

Чаба Пле—Тамаш Терештени: Газетные заголовки — глазами читателя	113
Иштван Бешшени—Мария Хеллер: Реклама — агент предмета обмена или служанка потребителя?	118
Юлианна П. Сюч: «Браки по расчету» плаката	135
Андраш Секфю: Общественное мнение и цыганский вопрос — в зеркале обсуждения фильма «Дюри-Чеплё»	142
Каталина Ш. Надь: Торговля культурой и коммуникация на площадях	150

История средств массовой коммуникации

Андраш Э. Грос: Рождение «настоящего» радио	159
---	-----

Зонд

Мнения о возможностях получения квартиры, о перспективах решения жилищного вопроса	165
Положение с рабочей силой, трудовая дисциплина, заработная плата	167
О внешней политике Венгрии, о международных связях	169
О связях Востока и Запада	172

Выборщик

О книгах	175
Из журналов	189
Коротко	205

Для чтения

Сеть — Отрывки из венгерского монтажного листа американского фильма «Network»	212
---	-----

Terjeszti a Magyar Posta

Előfizethető a hírlapkézbesítő postahivataloknál, a Posta Központi Hírlap Irodánál (Budapest V., József nádor tér 1. 1900) közvetlenül vagy postautalványon, valamint átutalással a KHI 215.96162 pénzforgalmi jelzőszámra. Külföldiek részére a Kultúra Könyv és Hírlap Külkereskedelmi Vállalat számlájára (Magyar Nemzeti Bank H—1850 Budapest, 024-7 KULTURA). Előfizetési díj 1 évre 60,— Ft.

Felelős kiadó: a Tömegkommunikációs Kutatóközpont igazgatója

HU ISSN 0209—584x

**80. 02755 Petőfi Nyomda, Kecskemét
INDEX: 25 424**