

317287

1998

(No4=1999/1)

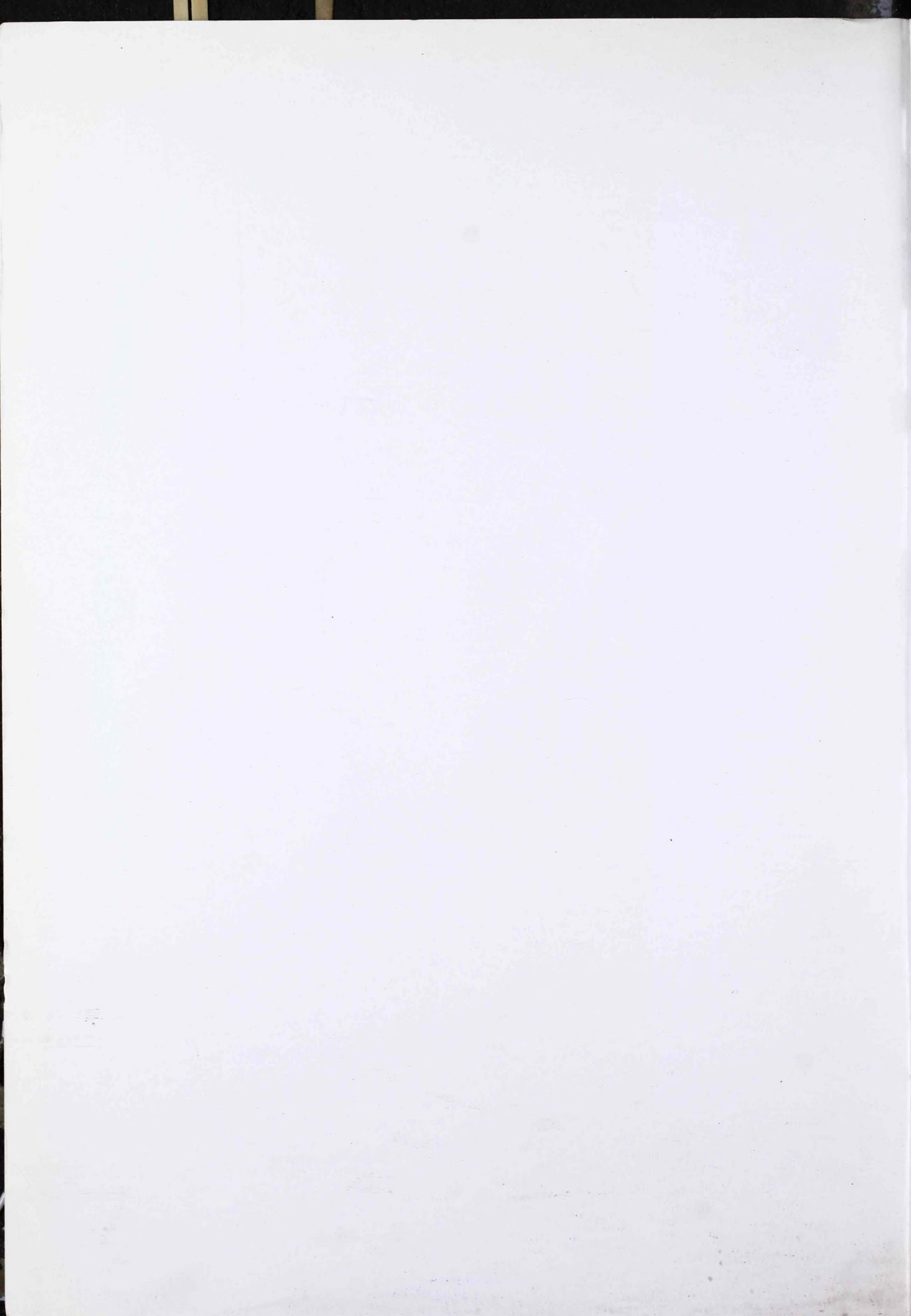
MÉDIA ÉS KULTÚRA

K É K

Kultúra és Közösség

művelődéselméleti folyóirat

III. folyam II. évfolyam 1998. I. szám Ára 250 Ft.



1998
No4=1999/1

317287
317287

KÉK

Kultúra és Közösség

művelődéstudományi folyóirat

III. folyam II. évfolyam 1998. I. szám Ára 250 Ft

K É K

Kultúra és Közösség

művelődéstudományi folyóirat

III. évfolyam II. évfolyam 1998. I. szám Ára 250 Ft

Lapunk szerkesztősége
az MTA Szociológiai Intézetének
Kultúrakutató Műhelyében működik.

Főszerkesztő Vitányi Iván
Felelős szerkesztő Tibori Tímea

Felelős kiadó Németh István

Lapterv Fekete Valér
Szövegrögzítés Csörgő Judit
Fotó Zátanyi Tibor

Szerkesztőségünk címe:
MTA Szociológiai Intézete
1014 Budapest, Úri u. 49. tel./fax: 224-0797

A kiadó címe:
Új Mandátum Lap- és Könyvkiadó
1132 Budapest, Kresz Géza u. 26.
tel./fax: 339-4664, 359-6338

Nyomás, kötés Főnix Kft
Felelős vezető Soskóné Müller Judith

A szerkesztésben Szakértői Testület támogatja a KÉK munkatársait.

Kérjük az 1997-es szám térítésére vonatkozó 400.-Ft-os,
illetve az 1998. évi négy szám 1000 Ft-os előfizetési díjáról szóló átutalásukat
az alábbi bankszámla számon teljesíteni: 10032000-01731172-00000000

A szám megjelenését
Nemzeti Kulturális Alap Folyóiratkiadási Kollégiuma
támogatta

ISSN 0133-2597

TARTALOM

HANKISS

Hankiss Elemér: A világ. És velem mi lesz Uram?	5
A Gergely András: Emberállapot. (Reflexiók Hankiss Elemér új kötetéről)	9
Dessewffy Tibor: A jelentés hálójában	13

MÉDIA ÉS KULTÚRA

Horányi Özséb: A kommunikációról (szinopszis)	19
Varsányi Gyula: Rádiós „még” és „már”. Agárdi Péter, a Magyar Rádió Közalapítvány kuratóriumának elnöke a megújulás lehetőségeiről és feltételeiről	29
Bajomi-Lázár Péter: A közszolgálati alakváltozásai a nyugat-európai rádiózásban	41
Antalóczy Tímea – Szijártó Imre: A közlés titkai. A szappanoperák világképéről	51
Bolyáki Attila: Helyi média – helyi hatalom	59
Szombati Béla: Új dimenziók a rádiózásban	65
Mankó Mária: Beszélgetés Dr. Stephen Chatt-tal a Kisalföld Kiadó Kft ügyvezető igazgatójával	69
Baloghné Bánáti Judit: Az óvodások filmnézési szokásai	73
Balogh Erika: A gyermekek és a televízió	83

BERGMAN

Török Gábor: Bergmanig és (nem) tovább	95
Gelencsér Gábor: Álomjátékok. A Bergman-filmek álomvilága	97
Györffy Miklós: A művész és a művészet Ingmar Bergman filmjeiben	103

TÜKÖR

Hidy Péter: Beköszöntő	III
Csepeli György: Szabad-értéket választani kultúrában?	113
Dr. Kepecs Gábor: A kultúra szponzorálása az AB-AEGON-nál	121
Dr. Nagy Bálint: Szponzorálunk, tehát vagyunk	125
Kürti István: Szponzorálás a Szerencsejáték Rt. gyakorlatában	129
Appelschoffer József: A képzőművészet támogatása a Magyar Aszfaltnál	133
Harsányi László: A modern kultúrafinanszírozás	135
P. Szűcs Julianna: Művészet hétköznap, avagy az elveszett tekintély nyomában	141
Jordán Tamás: Szponzorkeresés kockás zakóban	147
Vitányi Iván: A kultúra helyzete a 20. század végén	151

Születésnapra

Hankiss Elemér 70 éves. Köszönteni szeretnénk, de meg-megbicsaklik a megkezdett gondolat. Történetek, beszélgetések, hangulatok kavarnak bennünk, s közben a kimondhatatlan kérdésre keressük a választ: ki Ő?

Az embernek nem az az igazi élete, amit mások tudni vélnek róla, az ilyesmi csak hasonmás. Az igazi ént vajon nem abban a titokzatos térben kell megtalálni, mely végül a teljes ember képét adja? Itt van a realitás. A rejtőzködő, a titkosnyelvféle ismerője, a szimbólumok megfelelője és újak alkotója: Hankiss Elemér.

Szerkesztőségünk legújabb könyvének^o egy rövid részletével és a műről készült két esszével szeretné kifejezni nagyrabecülését. Jó munkát, sok sikert kívánunk!

Hankiss Elemér

A világ

És velem mi lesz Uram?*

Epiméheus jóraló kis isten volt a görög Pantheonban, de nem volt túlságosan sok ésszel megáldva. Különböző galibákba keveredett, és balgasága folytán meglehetősen gyászos szerepet játszott az emberiség korai történetében. Legalábbis a mítoszok szerint. Miután az istenek megteremtették a világot, Zeusz megbízta őket, hogy az élőlények között ossza szét azokat az eszközöket és képességeket, amelyekre szükségük lesz ahhoz, hogy életben maradhassanak. Epiméheus boldog volt, hogy ilyen fontos tisztséget kapott, és máris nekilátott a munkának. A sasnak éles szemet adott, hogy magasból és messziről megláthassa zsákmányát. Könnyű és gyors lábakat

adott a szarvasnak, hogy elmenekülhessen üldözői elől. Az úszás tudományával ruházta föl a halakat, erős karmokkal és fogakkal a tigrist, meleg bundával a birkát, és végül is minden állatnak adott valamit, ami elég volt ahhoz, hogy boldoguljon.

Aztán, mint aki jól végezte a dolgát, összeszedte a cókókóját, és már éppen indult volna vissza az Olümposzra, amikor is halk, panaszos hang ütötte meg a fülét. A hang így szólt: „És velem mi lesz, Uram?”

Meglepetten fordult sarkon, és egy szerencsétlen, ösztövé, csupasz alakot pillantott meg, aki ott didergett a hűvös alkonyi szélben. „Hát te meg ki az ördög vagy?” – kérdezte, ámbar lehet,

^oHankiss Elemér: Az emberi kaland. Helikon, 1997.

hogy isten létére választékosabban fogalmazott. „Én Homo Sapiens vagyok, Uram”, válaszolta a szerencsétlen flótás, és szorongással elegy reménységgel tekintett a szedelődzködő istenre. „Hát, kedves barátom, nagyon sajnálom a dolgot, de sajnos nem maradt semmi a számodra. A szabály az szabály: érkezési sorrendben szolgálunk ki mindenkét. Legközelebb kelj fel korábban. Na, isten veled” – mondta a távozó isten, és eltűnt a szürkületben.

Homo Sapiens meg ott állt egyedül, dideregve, védtelenül, ezer veszély

6 K É K

könnyű prédájaként, s nem sok reménye volt az életben maradásra.

Körülnézett, és valami ilyesfélélt dűnyöghetett magában: „Hogy a csudába kerültem én ide, ebbe a világba? Mit tegyek, hogy ne pusztuljak el ebben az idegen világban?”

Ebben a pillanatban egy mély és magasztos hang szólt meg valahol a dombok mögött. Igazad van, ez nem a te világod, de felépítheted a magad világát ezen a világon belül. Segítek neked ebben, mert utálok az igazságtalanságot, s még jobban utálok a butaságot. Prométheusz vagyok, történetesen éppen Epimétheusz bátyja, és így tulajdonképpen még némi felelősséget is érzek irántad. Gyere vissza egy hét múlva, és addig megpróbálok valami megoldást találni a bajodra.”

Így is történt. Egy héttel később Prométheusz magával hozta a tüzet és a mesterségekhez szükséges tudást, amelyeket Héphaisztoszól és Pallasz Athénéától lopott el, és odaadta az első embernek meg a pereputtyának.

Ezeknek se kellett több, máris buzgón nekiláttak a munkának. Szerzősámokat faragtak és kovácsoltak, fákat döntöttek, házakat építettek, ruhákat szöttek. És nem utolsósorban gyorsan elkészítették és kielezték fegyvereiket is, hogy megvédjék magukat a kardfogú tigrisek, az unkorisok és mindenekelőtt harcias szomszédaik ellen. Nem sokkal később szentélyeket emeltek Prométheusz tiszteletére és még nagyobb szentélyeket Zeusz dicsőségére (Zeusz ennek ellenére szigorúan megbüntette Prométheuszt, mint ahogy emlékeznek rá, a Kaukázus egyik sziklájához láncolta, ahol egy keselyű mindennap marcangolta a máját). Egyszóval az emberek hozzáláttak, hogy fölépítsék a maguk világát egy idegen világon belül. A védelmező falak, házak és városok, szerszámok és fegyverek, mítoszok, vallások és kompromisszumok világát.

Sok százezer éves, archetipikus elménye az emberiségnek az a sokk és az a félelem, hogy nincs otthon ebben a világban, idegen ebben a világban, hogy törekeny és gyenge teremtés, hogy ezernyi veszélynek és szenvedésnek van kiszolgáltatva ebben a világban.

Hogyan kerültünk bele ebbe a világba? Itthon vagyunk-e ebben a világban? Miénk-e ez a világ, vagy idegenek vagyunk itt? Mit kell tennünk, hogy életben maradjunk ebben a vi-

lágban? Újra és újra felvetődnek ezek a kérdések, amióta először tette fel őket az ember, ott, az Olümposz lábánál, vagy amikor az édenkert kapuja örökre bezárult mögötte.

A technológiai haladás eredményei és a modern élet kényelmességei olyanira elkényeztetnek minket manapság, hogy hajlamosak vagyunk elfelejteni az efféle kérdéseket. Hajlunk arra, hogy azt higgyük, vagy legalábbis nagyon igyekszünk meggyőzni magunkat arról, hogy igenis itthon vagyunk ebben az univerzumban. És megdöbbenünk, ha az élet nyers tényei, eseményei rácafolnak erre. Ahogy mondani szokás: kiborulunk, panaszkodunk, protestálunk, lázadunk. Nem értjük, nem akarjuk érteni, hogy miért van annyi szenvedés és nyomorúság ezen a világon.

Képtelenség-e és színpadias volna-e azt kérdezni, hogy vajon mindennek az ellentéte nem éppen olyan meglepő? Nem meglepő-e ugyanis az a tény, hogy nincs még több szenvedés és nyomorúság ezen a világon? Hogy az életnek egyáltalában vannak esélyei ezen a hideg és végtelen univerzumban keringő, jelentéktelen kisplanétán. Hogy vannak az örömmek és a kellemességnek percei, órái vagy akár napjai. Sőt, hogy annak a különleges állapotnak is vannak pillanatai, amelyet úgy szoktunk nevezni, hogy: boldogság.

Elkényeztetettségünkben hajlamosak vagyunk elfelejteni azt, hogy milyen rendkívüli nehéz volt az elindulásunk ezen a bolygón. Ámbár igaz, hogy nagyon keveset tudunk erről az indulásról. A kezdetek kezdetén, amikor kiüztünk a Paradicsomból, vagy amikor elő kell bújunk az erdőből,

akkor bizony egy nagyon is idegen és zord világba kerültünk bele. Úgy kellett megkapaszkodnunk itt, mint ahogy a fűcsomónak kell megkapaszkodnia egy kopár sziklán a tenger közepén. Eltekintve azoktól a kevesektől, akik a föld néhány idillikusabb zugában ébrednek fel, ahol a természet barátságosabb és bőkezűbb volt, az emberek túlnyomó többségének óriási erőfeszítéseket kellett tennie annak érdekében, hogy úrrá lehessen a mostoha körülményeken, hogy képes legyen túlélni a megpróbáltatásokat: fizikailag és lelkileg egyaránt. Hogy ne halljon éhen vagy szomjan, ne fagyjon meg, ne tépjék szét a vadállatok, ne pusztítsák el fertőző betegségek vagy szomszédai. Hogy ne kínozzák túlságosan a félelmek.

Kinek a világa?

Jó volna, ha határozottan azt mondhatnánk: a mi világunk. De lehet, hogy tévednénk. Mert a lehetséges válaszok sokféleképpen értelmezhetők. Nézzük hát közelebbről, hogy mit is jelentene az, ha azt mondanánk: igen, ez a mi világunk! Sok mindent jelenthetne.

Jelenthetné azt, hogy ezt a világot nekünk teremtették, mégpedig azért, hogy boldogok legyünk itt. Ebben az esetben teljes harmóniában élnék a világgal. Sajnos azonban nem ez a helyzet. Igaz, mondhatnánk azt, hogy mi valami mást értünk boldogságon, mint amit az ért rajta, aki megteremtett minket, és azért nem találjuk igazán a helyünket ebben a világban, ezért nem illünk össze a világgal, ezért vagyunk, csúnya idegen szót használva, inkompatibilisek a világgal.

Sokan írtak az embernek és a világnak erről az össze nem illesztéséről. Hadd idézzem közülük Freudot! Emlekeznek arra, hogy Freud szerint a „gyönyör-elv” az emberi élet egyik legfontosabb mozgatóereje. „Ez a program – mondja Freud – ütközik a világgal, a makrokozmosszal éppúgy, mint a mikrokozmoszal. Nincs lehetőség a végrehajtásra; ellene dolgozik a világ valamennyi törvényszerűsége. Hajlamosak vagyunk azt mondani, hogy az ember boldogságának a szándéka nem foglaltatik benne a „Teremtés tervében”.¹ Ellene vethető ennek az, hogy Freud tévedett, amikor a magyönyör-érvét az emberi boldogsággal azonosította.

Lehetséges, hogy ez az univerzum mégiscsak a mi világunk, és az említett össze nem illés kiküszöbölhető, ha feltételezzük, hogy nem az emberi boldogság, hanem valami más volt a teremtés célja. Például az emberiség erkölcsi tökéletesedése. Ebben az esetben a mi világunk lehetne ez a világ, annak ellenére, hogy vágyaink fájdalmasan ütköznek vele.

Lehetséges az is, hogy egyáltalán nem az ember és az emberiség volt a teremtés célja, és ezért nem illünk igazán bele ebbe a világba. Ez a feltételezés nem zárna ki annak lehetőségét, hogy mint valamilyen más cél elérésének az eszköze, létünk fontos szerepet játszik egy esetleges teremtő terv kibontakozásában.²

Lehetséges, hogy nincs különösebb fontosságunk ebben a világban. lehet, hogy egyszerűen nélkülözhető játékszerek vagyunk, közömbös, rosszindulatú

vagy felelőtlen istenek kezében, ahogy ezt a görög, a perzsa és sok már mitológia sugallja. Ebben az esetben minden okunk megvolna arra, hogy ne érezzük itthon magunkat ebben a világban.

Lehetséges, hogy a világot egy gonosz szellem teremtette, a Sátán, vagy a gnosztikus kozmológia demiurgosza. Ebben az esetben a világot nem egyszerűen csak idegennek és közömbösnek éreznénk, hanem kifejezetten elenségesnek és rombolónak.

Lehetséges, hogy létünk és ittlétünk egy véletlennek vagy tévedésnek

köszönhető, esetleg a véletlen és a szükségszerűség egy olyan egybejátszásának, amilyenről Jacques Monod és mások beszélnek.³ Ebben az esetben jöttmentek, betolakodók vagyunk ebben a világban, akik megpróbálnak itt gyökeret verni, megpróbálják gyaratmosítani ezt a világot, amely csak részben vagy akárcsak kicsi részben felel meg az ő igényeiknek, életszükségleteiknek. Ez is magyarázhatja azt, hogy unos-untalan fájdalmasan ütközünk, súrlódunk ezzel a világgal.

Lehetséges, hogy a világot egyáltalán nem is teremtették. Lehet, hogy mindig is létezett, lehet, hogy ama híres Nagy Robbanás vagy valamilyen más kozmikus esemény indította el útjára. Ebben az esetben mi többé vagy

kevésbé beleillünk ebben a világba. Beleillünk, mert mi is részei vagyunk ennek a nem teremtett világnak. A világűrben kavargó csillagporból keletkezett nemcsak a csillagok és bolygók hada, hanem a mi testünk minden porcikája is, és ebben az esetben ugyanazok a fizikai törvények működnek bennünk is, mint a világ egészében. Nincs hát okunk nem itthon érezni magunkat ebben a világban.⁴ Ennek ellenére minden okunk meglehet arra, hogy ne érezzük itthon és kellemesen magunkat ebben a világ-

8 K É K

ban, minthogy az élet megjelenésével ezen (és esetleg más bolygókon is) minőségileg új struktúrák és szerveződési elvek robbantak bele az élettelen univerzumba. A lét élettelen és élő formája között a kapcsolat ellentmondásos. Kompatibilitásuk, összeillésük részleges, töredékes. A fizikai világ lehetővé teszi az életet, de korlátozza a pusztítja is. élethalálharcot kell vívnia minden élőlénynek a létért ebben a világban.

HANKISS

Nem feltétlenül kell kiválasztanunk egyiket a fenti lehetőségek közül.

A legalábbis részleges össze nem illeszkedésünk és a világ között nyilvánvaló tény, és így a fenti válaszok közül bármelyik elfogadó, amelyik számmal ezzel az össze nem illéssel. És bármelyikük indokolhatja azt a vizsgálódást, amelyre mi most ebben a könyvben vállalkozunk. Azt, hogy az emberi életet és az emberiség történetét úgy értelmezzük, mint egy nagy vállalkozást, illetve kalandot egy „idegen világban”.

Álljunk meg itt egy pillanatra! Mielőtt nekilátunk össze nem illéseink elemzésének, még egyszer hangsúlyoznom kell, hogy nem egy idegen világban küszködő emberiség szenvedéseinek akar sopánkodni ez a könyv. Épp ellenkezőleg. Azt vizsgálja, hogy miként küzdött meg az emberiség, egész története során, egy „idegen világ” erőivel és legalább ennyire: önmaga félelmeivel. A könyv az emberi bátorságról szól; emberekről, akik egy félelmetes, üres vagy legalábbis közömbös univerzumban belül megteremtették a maguk világát. Az értelem, a biztonság és a szabadság világát.

JEGYZETEK

- 1 Freud, Sigmund: Civilization and Its Discontents. (1930.) 59-148 o.; The Standard Edition of the Complete Psychological Works of S.S. F. Ed. James Strachey. London: Hogart Press, 1961, 76. o.
 - 2 Gondoljunk például Hegel egyetemes történetkoncepciójára, amely szerint az abszolút szellem nem tudná megvalósítani önmagát, ha az ember és az emberiség története ne, léteznék. Vagy gondoljunk a Teilhard de Chardin által leírt nagy „kozmosz drámára”, az univerzum „spiritualizálódásának” folyamatára, amelyben az ember és az emberiség ugyancsak nélkülözhetetlen szerepet játszik. E koncepciók kritikáinak jó összefoglalását lásd:
 - 3 Löwith, Karl: Világtörténelem és üdvtörténet. A történelemtudomány gyökerei. Ford.: Baros Gábor és Miklós Tamás. Budapest, Atlantis, 1996.
 - 4 Monod, Jacques: Chance and Necessity. An Essay on the Natural Philosophy of Biology. New York, Knopf, 1971. Francia eredeti: Paris, Seuil, 1970.
- Hadd idézzek ezzel kapcsolatban egy a Newsweek című hetilapban megjelent cikket, amely azt vizsgálja, hogy milyen mértékben van jelen a „szent” a mai amerikai életben. „Az univerzum, úgy látszik, finoman rá van hangolva arra, hogy az élet és az emberi tudat kibontakozhassék benne. Robert Russel fizikus szerint, aki egyébként teológus és a Teológiai és Természettudományos Központ igazgatója, a kaliforniai Berkeley-ben ’jó néhány századon át úgy látszott, hogy az emberiség egy külön test a természetben. De a legújabb kozmológiai kutatások azt sugallják, hogy az emberiség nagyon is része a világmindenségnek’. A csillagok felrobbanásakor keletkezett csillagpor alkotja testünk atomjait. Maga a kvantummechanika, amely az atomon belüli interakciókat vizsgálja, azt igazolja, hogy az emberi élet és kozmosz összefüggő egész.”

Hankiss megint törbecsált. Ismét új arcát mutatja, megint meglepően mást, mint az eddigiek voltak, s megint oly kihívásokkal, amelyekkel nemcsak nekünk, neki magának is emberöltőnyi válaszadó merészséggel kell megfelelnie.

Most az irodalom tudora, „más-hogy-olvasója”, értékrendjeink szociológus kutatója és kritikusa, társadalmi diagnózisaink szociálpszichológiai elemzője, társadalmi-politikai alternatíváink politológus előrajzolója után filozófusként, eszmetörténészként, ant-

kor és kivételes összegző adottság hiányában csak kevesen próbálhatnak vállalkozni, s amely épp emiatt töprengésbe taszítja inkább olvasóit, mintsem hogy megajándékozná őket a biztos tudás látszatával.

Nem mintha ez utóbbi gesztus Hankistól idegen lett volna korábbi írásaiban és kötetekben. De most mintha a kor nagy öregjeihez méltón azzal a meggyőződéssel fogott volna tolla (eredetileg nem is itthon, hanem Amerikában), hogy fölkináljon egy *lehetőséget* a korunk szellemi állapotá-

A.Gergely András

Emberállapot

/Reflexiók Hankiss Elemér új kötetéről/

ropológusként jelentkeznek: létecéink, létértelmezési lehetőségeink érdeklik, s létkörülményeinket immár nem a „Magyarországot kitaláló” praktikum felől szemléli, hanem az univerzum felől. S lehetne ez a szemléletváltás valami alkalmi szerepcseré is, amely kínálja magát abban a korban, amikor a „bátorság az életre” oly nehezen megvalósítható egyéni program lett, hogy közösségi-társadalmi érvényessége majdhogynem kevesebb, mint egy lemondó legyintés a lét céljait minősítve. Ám úgy tűnik, Hankiss szellemi kalandja, amelybe az értelem világában kóborló kortársait meghívja, nem valamely aktuális válaszadó szerepvállalása, hanem az a fajta problematizáló merengés inkább, amelyre egy adott

ból következő világértelmezési kísérletek magyarázataként, méghozzá annak hitével, hogy – mint Theodor Fontane fogalmazta – az ember nem tud megenni segítő konstrukciók nélkül, mert elemi szüksége van léte céljáról, ittléte értelméről és hogyléte minőségéről valami magyarázatfélet előállítani. Lehetőséget kínál persze, s nem elemi értelmezési kézikönyvet – pontosan úgy, mint aki tudván tudja nemcsak azt, hogy a társadalom és az emberi történelem kutatója eredendően őszintebb, ha hipotézisei alapján kérdéseket fogalmaz s olykor megnyugtató válasz nélkül meri hagyni azokat, hanem mint aki a kultúrák idegensége, változékonysága és messzisége miatt kénytelen bevallani, hogy bár igyekszik

9

K É K

belátó lenni a távoli-régi civilizációk univerzumát tekintve, mégsem tud ki-
lépni az európai civilizációra jellemző
gondolkodásmódból.

Az *emberi kaland* tehát korszako-
san tragikus és impozánsa magányos
létállapotok helyzetjelentése. A sza-
badtság, a méltóság, a biztonság, az ér-
telem és a morál szikláit közt keresi azt
a talpalatnyi földet, ahol „a rettenettel
flörtölő” emberiség és a fogyasztói ci-
vilizáció építményei és romjai találha-
tók. Egyfajta kompendium ez
Hankisstól, a dolgok értelmét és tar-

10 K É K

talmait röviden összegző kalandregény,
amely fejezetről fejezetre bonyolódik és
gazdagodik azáltal, hogy célok, törté-
nések és interpretációk gazdag tárhá-
zát bontja ki az ismeretszociológia és
ismeretelmélet gondolatmeneteiből.
Mitológiák és viccek, „bon mot”-k és
felvilágosult bölcselmek, antik pre-
misszák és modern teológiai/tudásel-
meleti felismerések kavarognak a kötet
lapjain, egészséges átmenetben a min-
dennapi élet antropológiáját leíró ta-
nulságok és a transzcendentális káosz-
felfogások interpretációi között.

Aki a fejezetcímeket és ezek
egymásraépülését nézi: a teremtés és az
idegenség-élmény, a mítoszok és félel-
mek, az édenkerti közérzet, a
ház/város/katedrális jelenléstartalmi,

HANKISS

a morális és hit-elvű tudatvilág, a ra-
cionális univerzum, a játék/tréfa/szép-
ség/trivialitás blokkjait találja a kötet
lapjain, mintha egy európai fejlődés-
vagy társadalom és gondolkodástörté-
net konstrukcióját kapná. Teremtéstől
a halandóságig, szenzualitástól az
időtlenességig ívelnek a fejezetek egy
valóban európai formált gondolat-
menetben: a lét és az ismeretlenség
szimbolikus univerzumától a narrativ-
itás és a gondolkodáskonstruktumok
talán még szimbolikusabb világáig.
Pithagoreus, platonikus és karteziánus
álmoktól a játékok, fikciók, felfedezé-
sek, vallások struktúráiig. S a félel-
mig, a kételyig, hogy mégsem bizonyos
mindenképpen, hogy az értelmes em-
bertől a felelős emberig valóban olyan
egyenes az út, amilyenek az esetleg a
tudományos fantázia mentén megraj-
zolható lenne. „Teremteni valamit a
semmiből, csillagképeket építeni szim-
bólumokból, talán a semmiből, fölépí-
teni a szabadság, az értelem és a méltó-
ság világát egy néma és üres univer-
zumban: ez, úgy hiszem, emberhez
méltó munka volt. Igazi emberi ka-
land” – írja záró gondolatként. S nem-
csak megnyugtató, összegző érteke-
lésként, hanem a hitet is védelmezve,
azt, amelybe kapaszkodva egy racio-
nális univerzum vagy annak látomása
lehetővé tette, hogy az emberben dúló
és a körülötte hömpölygő káosz har-
móniába rendezhető legyen, meg „a fi-
zikai erők és törvények vad zakatolá-
sa” fölötti ellenőrzés formájában az
igazságosság princípiumának bevezetése
egy morális univerzumba szintűgy
védekező eszköz lehessen. Eszköz egy

idegen világ szakadéka, az élet pusztulása,
az „ott kint” tomboló szenvedés
és agónia ellen.

Hankiss munkahipotézise az, hogy
„az emberiségnek története során s lé-
tének minden pillanatában ki kellett
küzdenie, meg kellett teremtenie ön-
nön szabadságát, biztonságát és méltó-
ságát egy veszélyekkel s félelmekkel
teli univerzumban”. Humanista, érték-
konzervatív, szinte transzcendentális
álláspontot tükröző álláspont. Vállaló-
ja lehetne történész, filozófus, teológus,
vagy épp mozgalmár ökológus is.
Mégis, miért gondolom, hogy Hankiss
ezúton az antropológiai gondolkodás
felé lépett tovább (túl az idézett szak-
irodalomban igen sokarcúan reprezen-
tált antropológiai szakírók – Gehlen,
Tillich, Eliade, Scruton, Lévi-Strauss,
Monod, Evans-Pritchard, Róheim,
Frazer, Durand, Dumezil – számán).
Sokszor visszatérő és rendre újräföl-
használt érve Hankissnak, hogy „lehe-
tetlen bizonyítani vagy cáfolni”, „senki
sem bizonyította vagy cáfolta” ezt meg
azt. Persze aki a társadalomtudóst arra
tartja, sőt arra kárhoztatja, hogy adjon
vitathatatlan bizonyítékot az ép ésszel
követhető jelenségek világáról, az
könnyűszerrel mondhatná: aki tudja,
vagy legalább hiszi hogy tudja, hon-
nan jött és mi a dolga ezen a világon,
nem érzi sorsa abszurditását, sem félel-
metes mélységeit, s így nincs szüksége
az elbizonytalanító emberi kalandre-
gényekre. Én azonban éppen ellenke-
zőleg gondolom: az „emberi kaland” lé-
nyege talán elsősorban az lehet, hogy
„a valóságos világ tényleges összefü-
gésrendszereinek, struktúráinak egy-
egy mozzanatára is rábukkanhatunk”,
s ezekből a lét-lenyomatokból, létlé-

nyekből olyan „szimbólumhálókat” ve-
títhetünk a valóságra, amelyek esetleg
„pusztán az emberi agy szüleményei-
nek” is bizonyulhatnak, mégis segíte-
nek a világképek alkotásában, mítoszok,
vallások, műalkotások egész
imaginációs univerzumának kialakula-
lásában. Hankissnál az emberi kaland
a jelek és szimbólumok teremtésének,
használatának egész eszközrendszerét
lehetővé tévő, kialakító és fenntartó
körülmény-együttes, amely a maga
összetettségében védő funkciót biztosít,
védőburkolatot képez az emberi kö-

HANKISS

zösségek körül, sőt magában az embe-
ren belüli világban is. Hitek, remé-
nyek, illúziók, vágyakozások, az eliga-
zodás és a fontosságtudat szerepe töltik
meg belülről az ember védőszféráit, s a
belénk épült idegen világ éppúgy, mint
a körülöttünk fenekedő, egyformán
tekinthető ellenségesnek, szorongásra
okot adóknak és biztonságosnak, ké-
nyelmesnek, szabadnak. Ezek az érté-
kelő szempontok, s a funkcióknak meg a
szimbolikus kezelésmódnak ilyen

felfogása mutatja, hogy Hankiss a vi-
lág civilizációs fejlődéstörténetét, illet-
ve a mai, gloriózus haladástörténetet
meghaladó szemléletmódot képvisel
abban a társadalomban, amelyben
résztvevő megfigyelőként és a korsza-
kosan érvényes, összegzett tudásegység
egyik reprezentánsaként most maga is
„az ember, a káosz hatalmas és idegen
erőivel szemben építette föl” a maga
művét.

A félelem szerepe és a konfliktus-
vállalás merészsége éppúgy, mint az új
kihívások elleni új válaszokra érzé-

AZ EMBERI KALAND

HANKISS ELEMÉR



KÖVEKBŐL, INTÉZMÉNYEKBŐL ÉS SZIMBÓLUMOKBŐL
A SZABADSÁG, A MÉLTÓSÁG ÉS AZ ÉRTELEM VILÁGÁT
FÖLÉPÍTENI EGY OLYAN UNIVERZUMBAN, AMELYBEN
LEHET, HOGY NINCS SZABADSÁG, NINCS MÉLTÓSÁG ÉS
NINCS ÉRTELEM: EZ A NAGY EMBERI KALAND.

11
K É K

kenység olyan emberi kaland, amely
egy idegen világ erőivel vívott állandó
küzdelemként azonosítható. Hankiss
szellemi magánküzdelme és erőfeszíté-
seinek sikeressége kapott foglalatot új
munkájában. Saját emberi kalandja
ennyiben immár mindenképpen sike-
res. A többi kaland-lehetőség azonban
már nem kis mértékben rajtunk, olva-
soin és képes beszédmódjának értelme-
zőin áll.



Desseffy Tibor

A jelentés hálójában

Bizonyára Önök is megfigyelték már, hogy ha egy magasugró ilyen-olyan okoknál fogva bizonytalan, úgy érzi nem tudja átvinni a lécet, hátrább lépdel, és távolabbról fut neki a magasra került akadálnak. Mivel Hankiss Elemér "Az emberi kaland" igencsak magasra tette a lécet, – s a recenzió bizony bizonytalan – bocsássa meg a Nyájas Olvasó, ha meszebből futunk neki a könyv elemzésének.

Talán kezdjük azzal, hogy a recenzió úgy tizenhat éves koráig boldog

folyamon kiélesztett komplett imbecil hölgy oktatott. A vallás mibenlétének taglalása kapcsán például, előbb fel-emelte, majd leejtette helyes kis műbőr retiküljét a következő szavak kíséretében: „a vallásosok aztat mongyák, hogy minden állandó és semmi se mozog, a táskám meg látjátok, na, hát leesik, nohát ilyen marhák ezek a vallásosok”. Szeretném leszögezni, mindez nem írói munkásságom, hanem a szikár valóság szerves része volt, amely egyben jól példázza akkori békes hétköznapjainkat.

sötétségben élt. Bár „nem tudta, de tette”, aktív részese volt annak, amit Hankiss később „a kádárizmus negatív konszenzusaként” oly remekül írt meg. Lévén gimnazista, az adott középiskola volt a recenzió működésének elsődleges terepe, ahol is tökéletesen működött a kádári alku. A tanárok nem tanítottak, mi meg nem tanultunk.¹ Azonban voltak olyan csökönyös tanárok, akik nem ismerték fel, hogy közös megegyezéssel megédesíthetjük az együttlétet, és reménytelen unalomba fojtva olvastatták fel velünk szörnyű tankönyveinket. Mindközül a legborzalmasabb a 'világnézetünk alapjai' nevű tantárgy volt, amelyet egy az ötvenes évekből ránk hagyott időzített bomba, egy kéthónapos tan-

Ebbe a közegbe csöppent bele egy különös diák, már évközben, úgy november tájékán, akiről csak annyit tudtunk, hogy valami művészeti szakkozépiszkolából csapták ki, bár ezzel a ténnyel nekünk különösebben még nem lehetett imponálni. Úgy esett, hogy akkor is épp a szörnyű keddek egyike, a világnézet órák napja volt, s a boldogság mibenlétének kérdése forgott szőnyegen. Imbecillis tanárnéknémi bevezetés után didaktikai újítással élt, felszólította az osztályt, közölnék, mit tartunk a boldogság lényegi és elengedhetetlen ismérveinek. A kádári alkut ilyen módon megsértve, nem csoda, hogy a passzív rezisztencia lett rajtunk úrrá, hosszú percekig a teljes hallgatás uralta a termet. A kínos

13

K É K

csendet oldandó egy idő után elkezdődött a személyes nyúzatás az első pad-sorokban ülő lányok (leggyengébb láncszemek -gondolhatta ideológiailag képzett oktatónk) zargatása: mi is a boldogság számukra. S bizony az első két áldozat tökéletesen hozta a kádárista álmat az, amit Hankiss akkori kutatásai is kimutattak, két szóbas lakás, két gyerek, egy Skoda, s ha lehet egy faház valahol Kisorosziban. Igen, igen bólogatott tanárnőnk, de végül is mi a boldogság – mármint általános szinten szemlélve a kérdést.

14

K É K

(Mint ezt fentebb láhattuk, ez az általános szint volt az, ahol igazán ott-honosan mozgott). És ekkor – mindannyiunk megrökönyödésére – egy kéz emelkedett a magasba, a kicsi, girhes és borostás új tanuló jelentkezett a kapott szót. Na, mi a boldogság fi-am? – sugárzott a nem várt pedagógiai sikertől megrészegült tanerőnk.

És akkor a kis, amúgy nyilvánvaló zavarban levő ember felállt a padban és meglepő ércességgel imigyen szólt: Láttam a boldogságot én... (a tanerő üdvözültlen bólogatott-igen, igen értem a problémát)... lágy volt szőke és másfél mázsa, az udvar szigorú gyöpen imbolygott göndör mosolygása...

Mi, mi, mi mit képzél, mi ez? – hápogott jórauló marxista-leninista

oktatónk miután a döbbenettől elcsukló levegőáramlás úgy-ahogy helyre zökkent benne.

József Attila – felelte már csendesebben új osztálytársunk és leült.

A hatás leírhatatlan volt. Nekem konkrétan akkor megnyílt a sötétség ege, és ha a kádárizmusnak nem is lett vége, de akkor megértettem, hogy van más út is, mint a zsigeri ellenérzések ellenére vállalt és általuk vezetett elutasítás. Az, hogy a tudás nem a másik oldal kizárólagos fegyvere, hanem a saját céljainkra is felhasználható, és tanáraink, és egyáltalán azok ellen fordítható – ez akkor és ott hasított belém.

Ettől kezdve a kicsi emberhez, Martin Jánoshoz (kinek neve ezúton is legyen áldott akár merre jár is most, évekkel ezelőtt, mint cremonai hegedűkészítő mestert vesztettem szem elől), mint egy intellektuális másik világ szent tüneményéhez járultunk hódolni időről időre. Ő olvastatott velem először Pilinszkyt, amiből akkor egy szót sem érttem, ő adta a kezembe a Vigília egy vásott példányát Bibó tanulmányával a hatalmi ágak megosztásáról, amin nagy nehezen rágtam át magam, ő kölcsönözte Konrád titokzatos Városalapítóját – amit imádtam. De talán minden adomány közül számomra a legmegrázóbb a Valóságnak az a piros borítójú száma volt, amelyben Hankiss „A közösségek válsága és hiánya” tanulmánya volt a kötelező olvasmány.

Rám tanulmány ilyen hatással még nem volt! parafrázálhatnám minden idők talán legrosszabb magyar

filmjének címét – bár igaz az előbbiekben vázolt 'sötétség mint ellenállás' stratégiája miatt ezzel még nem mondtam sokat. Ezzel együtt ez az írás évekig hűséges társam volt, a kályha, amelytől újra és újra elindultam és amelyhez visszatértem elrugaskodni, ha arról próbáltam beszélni, hogy miért érzem magam rosszul vagy mit szeretnék csinálni a kádári Magyarországon. A tanulmány egyes részeit akkor könyv nélkül fűjtam, a definícióra pedig még ma is emlékszem, meg lehet nem szó szerint: 'Közösségnek az emberek olyan együttélését nevezzük, amelynek négy eleme van: közös érdek, közös cél, közös értékrend és közös mi tudat'.

Mi volt az oka ennek a drámai hatásnak? Most lassan már kilépnék az önéletrajzi beszámoló kereteiből, s a léc felé közelítve magával Hankissal foglakozhatnánk. Egyrészt világos volt, hogy itt a rendszer egyik zengzengyes hazugsága, nevezetesen a 'szocialista társadalom – közösségi társadalom' lett leleplezve, kimondva, hogy a király meztelen. A szociológia mint leleplezés, feltárás és megértés – olyan definíciója ez a tudománynak, amely akkor lenyűgözött. Másfelől azonban ebből a megközelítésből hiányzott minden újbalos lendület, a mindennapok forradalmiságának akkoriban divatos pártosa. Ezzel szemben emberi volt, megértő, tiszta érvelésű és világos, egy olyan humanizmus hangja, melyből hiányzott a marxi bikkfanyelv.

De miért is hozakodtam mindezzel elő? Remélem, tovább jutunk annál a közismert ténynél, hogy Hankiss jól és közérthetően ír. Az a tény, hogy írása-it egy magamfajta jószerével eltökélten

anti-intellektuális kamasz is megértette, arra is utal, hogy Hankiss tudatosan vállalt egyfajta néptanítói/népművelői szerepet is.²

Hankiss tehát népművelői alkat abban az értelemben, hogy nem zárkózik be se elefántcsonttoronyba, se másba. Nemcsak stílusa, de témaválasztása is emberi, a mindennapok banalitásaiban is megmutatja a mélységeket, a sorsszerű döntéseket vagy a struktúra működését.³ Hankiss Elemér új könyvében ezeket a korábban már megcsodált erényeit is csillogtatja, de 'Az emberi kaland'-dal kilép a hagyományos szociológiai kérdések köréből. A kötet alcíme szerint civilizációelméleti vázlat, de épp így illene rá az antropológiai-filozófiai elmélkedés is mint meghatározás. Persze értelmezhető a kötet a hagyományos szociológiai zsargonban is, itt vélhetően tudásszociológiaiainak minősülne az az elemzés, amely a jelentések hálójába befont állat- ahogy Weber nevezte az embert – azon erőfeszítéseit kutatja, hogy értelmet vetítsen ebbe az amúgy dermesztő és ijesztő világba. Akárhogy is, a társadalomtudományi írásmű nem szonettkoszorú, nem perdöntő, hogy milyen formai jegyeket elégít ki az adott munka. Tulajdonképpen mindegy tehát, hogy kultúr- vagy tudásszociológiaiként határozzuk meg, hogy antropológiai vagy filozófiai címkét viselő könyvtárcpocokra kerül 'Az emberi kaland'. Sokkal fontosabb, hogy izgalmas és gondolatébresztő könyv elolvasására nyílik módunk.

Mivel rendkívül gazdag könyvről van szó, – ahol egyebek mellett a Jó és a Gonosz harca és kollaborációja, a tér felosztása, a racionalitás kettős jellege,

a tréfa, a játék és a szépség mibenlétét tárgyalja a szerző – a mű érdemi ismertetése és megvitatása túlmenne ennek a írásnak keretein. Ezért hadd közelítsek egy teljesen lényegtelennek tűnő aspektusból, a forma oldaláról. De mondhatnánk azt is, hogy a könyv credóját alkalmazzuk ezúttal a könyvre azt vizsgálva, hogy milyen módon és körülmények között szerkeszti meg Hankiss a könyvből kibomló szimbolikus univerzumot.

Az engem itt érdeklő formai jegy, amivel a globalizálódó tudásipar részeként dolgozó hazai szociológusoknak is egyre nagyobb mértékben szembe kell nézni, az a nemzetközi (értsd: angolszász) olvasóközönség tudásához, elvárásaihoz, relevancia struktúráihoz való igazodás szükségessége és ennek következményei. 'Az emberi kaland' azért is jó példája lehet az itt felmerülő problémáknak, mert Hankiss 'angol nyelvű eredeti'-ről (p.12) beszél.

S valóban, Hankiss könyve az amerikai tudományos tradíció legszínvonalasabb vonulatához csatlakozik. Imponáló tudásanyag mozgatása, amely elmélyült kutatói felhalmozás eredménye, nem az adott szerző régebbi vesszőparipáinak újrafuttatása. Ugyanakkor nincs túlírva, az egyes fejezetek, miként a könyv egészének okfejtése praktikus és áttekinthető.

Itt egyáltalában nem zavaró a Közép-európai referenciák és példák hiánya, alulreprezentáltsága sem. A téma választásból fakadó univerzális antropológiai szemlélet ugyanis lehetővé teszi, hogy a hazai olvasó is teljességgel

otthon érezze magát a szöveg által felépített világban. S a helyi történetek és idézetek azért sem hiányoznak mert Hankiss végül is minden mellőngetés nélkül, nagyon is Közép-európai művet tett le az asztalra. Közép európaiat abban az értelemben, hogy az esszé felé hajló, a szaktudományos beklóokra fittyet hányó intellektuális pozíció és írásmód, a szakmai specializáció jármában nyögő Amerikában viszonylag ritka, míg nálunk nagy hagyományokkal rendelkezik. Az is világos, hogy a szerzőt elkerülte a kétlaki szo-

ciológusokra leselkedő egyik legnagyobb tragédia, az Idegenség, hogy még nem értik 'Amerikát', de már nem értik hazájukat sem. Ha textuális igazolásra van szükség Hankis esetében, akkor szeretném felhívni a figyelmet 'A tulajdon kötezelez' című kis kötetben megjelent tanulmányára, ahol a rendszerváltás utáni első nagy korszakváltás, a szabadrablást lassan felváltó konszolidációs periódus következményeit gondolja végig szellemesen és meggyőző eredetiséggel.

Hankiss, a szociológus otthon van a világban és e hazában, s talán ezért lehetünk mi, Olvasói is otthon az ő könyveiben.

Tehát a könyv nagyon szerencsésen kerül meg azokat a buktatókat, ame-

lyek az amerikai közönség ismeret és relevancia tartományából fakadnak. Segít ebben az is, hogy mint korábban láttuk, Hankisstól nem idegen a legjobb értelemben vett népművelői-tanítói szerep, az, hogy véresen komoly és borzalmasan mély dolgokról is közérthetően beszéljen.

Mégis van itt egy bökkenő, amit talán nem is az 'amerikaiság'-ból fakad, hanem annak az agendának a végig viteléből, amit a szerző a tizenkét fejezetből álló struktúrában felvázolt.

16

K É K

Mert Hankissnál a szellemi feszültség, az intellektuális izgalom mindig is abból fakadt, hogy a 'népművelői' szerep mellett ott volt a felfedező, a konkvisztádor, a kalandozó vakmerősége. Annak vállalása – és ami talán fontosabb: az olvasóban megszólaló üzenete -, hogy a szociológus valami nagyon fontos dolgot akar nekünk elmondani. A 'közlegelők tragédiájának' leírása nem csak (sőt megkockáztatom, nem elsősorban) a játékelméleti paradigma bemutatása miatt volt izgalmas, hanem a kádári kispolgárosodás mentális ellehetetlenüléséről, egy (másik) magyar zsákutcáról szolt.

Félreértés ne essék, nem a politikai pikantériáról beszélek, a közéleti kicacsintásról, amely az egypártrend-

szerrel hál' istennek végleg eltűnt. Nem a sejtetések, ki- és áthallások kultúrájáról, amely demokratikus viszonyok között nagyrészt értelmét veszti, s amely kultúra elvesztése sokak számára azt is jelenti, hogy partra vetett halként tátognak ebben az új közegben, mert hagyományos kifejező eszközeik már nem működnek. Mondom, ez sokak számára megoldhatatlan probléma, de Hankiss Elemér bizonyosan nem ezek közé a magyar értelmiségiek közé tartozik.

Amiről itt próbálok beszélni, mint a tanítói szerep mellet a másik Hankiss-i jellegzetességről, azt, – ha nem lenne olyan sok félreértéssel terhelt itt Közép-Európában a kifejezés – talán küldetésnek nevezném. Megengedem a küldetést itt kifacsart értelemben használok: úgy képzelem, Hankiss Elemér az elmúlt évtizedekben nem igen írt le olyat, ami őt magát nem érdekelte, amit nem tartott fontosnak, vagyis mindig is ön maga küldöttje volt. S ami ennél számomra, mint szükségszerűen parazita olvasó számára – hadd ismétljem meg – fontosabb volt, az a tény, hogy ez az érzet Hankiss írásaiban lapozgatva engem is mindig elfogott.

E ponton némi hermeneutikai mentegetőzést kell beiktatom. Nyilvánvaló, hogy az olyan kategóriák, mint fontos, izgalmas, releváns teljességgel a szubjektívak, azaz mindenkinek a saját, egyéni, külön bejáratú kognitív és morális mércéjétől függ, hogy mit tart fontosnak, izgalmasnak és relevánsnak.

Ezt a nagyjából mindenütt elmondható befogadói sajátosságot azért

kellett itt kiemelni, mert 'Az ember kaland' egyenetlenségei legalább annyira szólnak rólam, mint magáról a könyvről. Röviden: a könyv legerősebb részeinek a már említett filozófiai gondolatmenetet tartom a szimbólumokból konstruált civilizáció megtartó erejéről. Itt érezhető számomra, hogy Hankiss önmaga számára is fontos, megélt és mély problémákat boncolgat. A szimbólumalkotás és a civilizációs szövet szükségszerűsége mellett érvelő generáltézis mellett maradandó élményt nyújt a bűn és büntudat, és a racionalitás dialektikájáról szóló rész. Ezekben a passzusokból az európai humanista tradíció legjobb elemeit intellektuális küzdelmekben 'megszüntette megőrző' (pardon), azaz e hagyományt megújító értelmiségi szót hozzánk, itt érzem azt, hogy Hankiss valamit nagyon el akart mondani, hogy saját maga küldöttje.

Ehhez képest, a korábbi munkák fényében kissé meglepő módon az olyan 'hétköznapi' empirikus – inkább szociológiai – témák feldolgozása, a mikro szinttel foglalkozó esettanulmányok, mint a bevásárlóközpont, az automobil kissé elnagyoltnak tűnnek. Pontosabban nem is elnagyoltnak, hanem inkább illusztrációnak, szemléltetésnek amely alárendelődik a könyv főtézisnek. Holott biztos vagyok benne, ha Hankiss nemcsak példának használná az autombilt, a házat, a bevásárlóközpontot, akkor sokkal mélyebb és izgalmasabb következtetésekre juthatna. Így ezek a megállapítások – 'az autó zárt és külön emberi világgá vált', 'a bevásárlóközpont az idegen világ ellentéte' – többnyire megrekednek a deklaráció szintjén.

Bizonyosan nem arról van szó, hogy Hankiss elvesztette volna az érdeklődését a hétköznapiak iránt. Ezt bizonyítja a könyv egyik legérdekesebb fejezete 'A trivialisitások világa', amelyet egy nagyszerű, inspiráló és tanulságos tévedésnek neveznek. Ebben a részben Hankiss a reklámok egy sajátos válfaját, a parfümök hirdetéseit elemzi és a bennük rejlő mitikus elemeket mutatja be. Nomármint, nagyon itt lenne az ideje, hogy a marketing és reklám szakemberek praktikus célú és többnyire felszínes elemzésein túllépve komolyan vegyük a reklámot, ezt a nemcsak roppant gazdasági súlyú, de óriási kulturális szerepet betöltő jelenséget. Ezért mindenképpen üdvözlendő Hankissnak ezen kísérlete. Ugyanakkor itt jelenik meg talán leg tisztában az a hiba, ami a könyv néhány más pontján is előbukkan. Nevezetesen, hogy a szerző oly lendülettel próbál érvelni a kétségtől helytálló főállítás mellett – itt: reklámok archetipikus, mágikus elemekkel operálnak – hogy néhol tovább viszi a szimbólum feltáró lendület és ott is termékenységi kódot és transzcendens utalást lát, ahol ez korántsem bizonyított. S így az olvasó néhol Arany Jánossal sóhajt fel: gondolta a fene.

Mégis e néhány stimuláló tévedés, és az esetenkénti feszültségvesztés ellenére nemcsak jó és élvezetes munka 'Az emberi kaland', hanem bizonyos értelemben szervesen illeszkedik Hankiss 'fontosát, jól' hitvallásába. Ugyanis az ellentmondásos ezredvég megértésre kínált fő narratívák közös pontja a 'tradíciókból való kiagyazódás', a bizonyosságok hiánya, az esetlegesség, amit ki szétesettségnek, ki degenerá-

lódásnak míg mások felszabadó erejű élménynek tartanak. Akármiként is értékeljük ezt a létállapotot, ahhoz hogy ebben a bizonyosságok nélküli világban eligazodjunk és felelősen állástfoglalhassunk az ügyben, hogy a világ, a kultúra, avagy a történelem végéhez értünk el, vagy éppenséggel egy új, emberibb világ felé haladunk, vagy valami egész más történik velünk; először is a világ konstruáltságának tényével és ennek következményeivel kell szembenéznünk. Hankiss új könyve ehhez a szembenézéshez segít hozzá mindannyiunkat, s eképpen hűséges segítőtársunk lehet ma és a következő nehéz időkben.

Annak, hogy ezekben a nehéz időkben mi itt Közép-Európában hogy tudunk majd teljesíteni és az időnek ebből az örvényéből miként kerülünk ki nagy szerep lesz annak, hogy milyen nyilvánosságot fogunk kialakítani. Meghalljuk-e a Hankisséhoz hasonlatos mély és értelmes gondolatokat vagy az üres frázisok puffogása elnyomja-e az Ész szavát. E tekintetben bizony óriási adósságaink vannak, több okból fakadóan. Az egyik ilyen ok – nem állítom, hogy a legfontosabb – az, hogy nincsenek Magyarországon jó napilapok. Mára a saját bőrünkön is bizonyítottnak vehetjük, hogy a televízió mint lényegénél fogva anti-intellektuális műfaj, képtelen betölteni ezt az űrt.

A nívós, gondolatközlő, hogy ne mondjam közszolgálati újságok hiánya ezért is nagyon fájdalmas.

A múltkorjában például kinyitottam egyik vezető napilapunkat és azt

a képtelenséget kell olvasnom, hogy Hankiss Elemér 70 éves. Ez természetesen nyilvánvaló nonszensz. Nem azért, mintha a korral önmagában lenne baj. Éppenséggel Hankiss tudná legjobban megírni azt, hogy a fiatalság kultusza mennyire kultúra specifikus. Dühödtebb kultúrkritikusok ennek kapcsán éppenséggel 'ageism'ről, a konstruált fiatalság zsarnoki kiterveléséről és dogmává csontosodásáról beszélnek. Ne legyünk tehát a korszellem áldozatai, van, akinek igenis jól áll a kor, különösen a tudományos szereplők

között. Nekem például van néhány diákom, aki már most a nyolcvan éves boncnok pökhendi nyugalmával hessegeti odébb az érveket és mélyebb bölcsességgel hiszi nagyon a saját igazát. Ezzel szemben Hankissra változatlanul az a jellemző, ami ötéves Lóci unokaöcsémre, hogy szereti szétszedni, alkatrészeire bontani és szemügyre venni a dolgokat. Azonban a családi büszkeséget félre téve be kell valljam, hogy aztán szerzőnk kis kuzinomnál jóval nagyobb hatásokkal rakja össze, illeszti új, áttekinthető rendszerbe a valóság dirib-darabjait. Amennyiben ez a megismerés iránti vágy a fiatalság attribútuma, akkor Hankiss Elemér minden bizonnyal örökifjú marad. Ez persze korántsem problémamentes ál-

lapot, de ha valaki, hát szerzőnk rendelkezik ahhoz elég szimbólumteremtő és elemző munícióval, hogy ezt a feladványt is sikerrel oldja meg.

Ehhez kívánok akárhányadik, de boldog születésnapot.

JEGYZETEK

1. A Nagy Kiegészítés fenntartása és életben tartása nem nélkülözte az ötleteket, arra például határozottan emlékszem, hogy biológia órákon a lányok dolga volt, hogy a Burda újság szabásmintáit, az egyébként drágaságos Ildi néniel megvitassák – addig sem kellett a mákvirágokkal megporzókkal bibelődniük. Nekem „kis

HANKISS

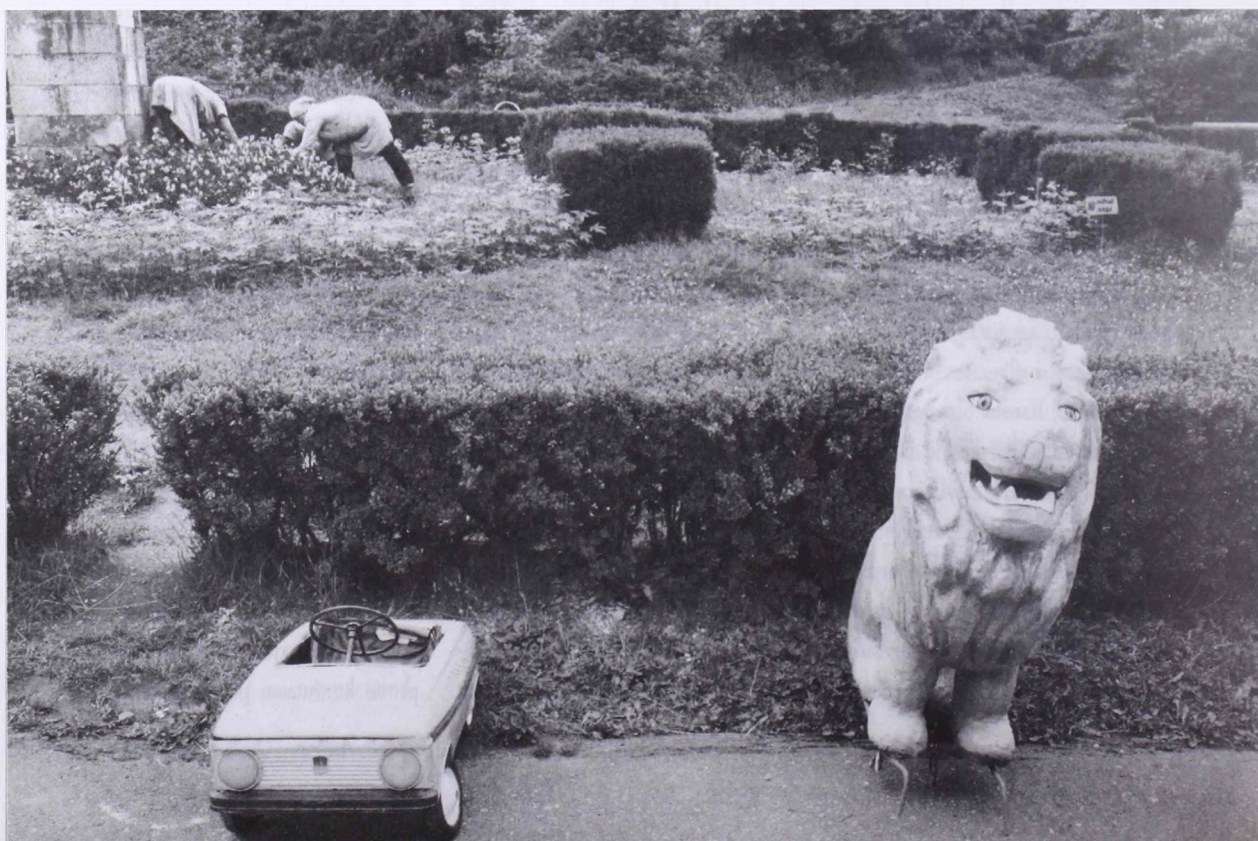
közösségünkért” ezt a feladatot a latin óra – Népsport – Fradi meccsek relációjában kellett megoldanom.

2. Az igazság az, hogy nem mondhatom azt, hogy Hankiss miatt lettem szociológus: a 'Diagnózisok' és a Társadalmi csapdák' olvasásakor az alapvető élményem az isteneknek kijáró tisztelet volt, tisztelet a megértő és elemző ész hatalma és az előadásmód charmja előtt. Lenyűgözött az könyvekből áradó elegancia és intellektus, és a 'szociológus' szerepe olyan magasabb rendű létformaként jelent meg számomra, amely létformáról épp nagyszerűsége miatt komolyan nem gondolhattam, hogy egyszer én is részese lehetek. Aztán ahogy öregedtem és sok-sok szerencse és némi munka révén én is bekerültem ebbe a klubba, ahogy az már lenni

szokott sokkal kevésbé tűnik e szakma magasatosnak, mint amikor problémás viselkedésű nebulóként csodálhattam Hankissot, a rettenetes és izgalmas titkok tudóját.

3. Még egy személyes emlék: Tudvalevő hogy a Magyar Néphadseregben eltöltött egy év egyik legfontosabb funkciója az volt, hogy a khekizöld-macho egyhangúság után elemi vágyat gerjesztett a sokszínűség iránt. Amikor katonaság után egy forró augusztus végi napon először kitanorogtam a Császár fürdőbe a lépcsőzetes napozónál sokféleség után sóvárgó szemem elé megdöbbentő látvány tárult, a sütkérezők vagy Népsportot vagy a Társadalmi csapdák'-at olvastak teljes egyöntetűséggel. Ettől, annak ellenére hogy a diverzitás önérték, én akkor elég boldog voltam. Úgy éreztem, hogy nagyon sok jó lehet ebben a civil világban, ahol Hankissból a Népsporttal konkuráló szerző válhat.

18
K É K



(0) A kommunikációról leginkább mint eseményről vagy aktusról szokunk gondolkozni. Valami olyan ez, ami megtörténik velünk vagy éppen mi műveljük (másokkal); esetleg olyan, amit (jóformán) szakadatlanul teszünk (egymással). Persze efféléből van más is, amiről ugyanígy gondolkozunk és mégsem kommunikáció; például minden élő (jóformán) szakadatlan anyagcserében áll környezetével: táplálékot

kommunikáció *tranzaktív* felfogásának tekinteni.

A kommunikatív jelenségszféra azonban értelmezhető más felfogások keretében is. Közülük az egyik legkézenfekvőbb az, amit *interaktív* felfogásnak vagy modellnek szokás nevezni. E felfogás szerint a kiindulópont nem az információtranszfer, hanem egy sajátos interakció. Az interakcióban résztvevők akciójukkal vagy

Horányi Özséb

A kommunikációról

(szinopszis)

vesz onnan fel és számára tovább nem hasznosítható anyagot ad le. Ugyanígy benne van energiaáramokban is: energiát vesz fel a környezetéből és ad le oda. (Az ugyan kétségtelen, hogy bizonyos ekvivalenciának Einstein óta tudatában vagyunk anyag és energia között, a számunkra adott középértékekben mégis érdemes ezt a két kapcsolatot külön-külön tekinteni.) Ezek a transzferek nem kommunikációk, de érthetővé teszik azt a makacs hiedelmet, hogy a(z) anyag és az energia) szállítás vagy a közlekedés és a kommunikáció valahogyan rokonai egymásnak. A kommunikációban nem anyag vagy energia, hanem információ áramlik egyik helyről egy másikra. Ezt a közkeletű képet szokták a

éppen tevékenységükkel egy közös cél elérésén iparkodnak. Ez lehet valaminek a megértése valakivel vagy lehet egy közös nézet kialakítása valamiről és sok minden egyéb (noha, természetesen, nem tekinthető minden interakció kommunikációnak). A kommunikáció interaktív modelljének értelmében a kommunikáció során nem egyszerűen (információ) átadás történik, hanem a közös (együttes) cselekvésnek valamilyen (korábban nem feltétlenül létezett) eredménye jön létre.

Könnyű belátni, hogy ez a két felfogásmód (modell), illetőleg legkülönbözőbb változataik, voltaképpen igen-igen különböző kommunikációfogalmat operacionalizál(nak). Bizonyosan különbözőek a konstituens fo-

galmak, még ha vannak is – természetesen – hasonlóságok. És eltérőek azok a jelenségszférák, amelyekre ezek a különböző modellek érvényesek (lehetnek), még akkor is, ha a két modell érvényességének tartományai esetleg átlapolják egymást.

És könnyű találnunk olyan kommunikatív jelenséget, ami e kettő közül egyik modellel sem fedhető le. Egy ilyen helyzetben ésszerű kutatási stratégiának látszik célul tűzni ki egy olyan harmadik, majd negyedik (és így tovább) felfogásmód (modell) ki-

árulkodik (bárhogyan is operacionalizáljuk ezt az itt köznyelviként használt szót a kommunikáció kutatásában), amit vagy nem tudunk kezelni (merthogy tudományos eszközeink nem alkalmasak rá), vagy nem találtuk meg még azt a redukciós eljárást, amely redukzív jellege ellenére adekvát eredményre vezet.

Az alábbiakban – némi merészséggel, de (törekvéseim szerint) mégis kellő óvatossággal – egy olyan, távolról sem előzmény nélküli, redukzív jellegű integrációs kísérletet mutatok be, amely szeretné magáról elhithetni, hogy érvényességének tartományába vont minden kommunikatív jelenséget (avagy némiképpen szerényebben: a legismertebb kommunikatív jelenségeket) és ezeket képes adekvátan leírni (vagy éppen magyarázni).

(1) Ez a felfogásmód – nevezzük a kommunikáció *participációs* felfogásának – abból indul ki, hogy a kommunikáció nem aktus (akció, tevékenység vagy esemény), hanem állapot. Ha könnyedén akarnék fogalmazni, úgy mondanám, a világ egy állapota. Megintcsak: nem az energia eloszlásának valamiféle állapotáról vagy éppen mintázataról van szó, nem is az anyag eloszlásának valamilyen mintázataról, hanem arról az állapotról, amely a problémamegoldáshoz szükséges releváns felkészültség elérhetőségét jelenti egy (problémamegoldó) ágens számára.

Lehetne talán a „felkészültség elérhetősége” helyett a „felkészültség felhasználhatóságának lehetősége” kifejezést

használni, sőt talán a „fogyasztás” terminus is helyénvaló volna, még ha némiképpen szokatlan is.

Az „elérhetőség”, természetesen, nem arra vonatkozik, hogy miféle felkészültséget birtokol ténylegesen, azaz milyen felkészültségre tett már szert, mit ért már el (mit *használt* már) ténylegesen egy bizonyos ágens, vagyis nem egyszerűen a részesedésről [*participatio*] van szó, hanem arról, hogy mi érhető el az adott ágens számára; más szavakkal: egy adott ágens életvilágának [*Lebenswelt*] (vonatkoztatási) kereteiről és lehetséges tartalmai(i)ról. Ennyiben „a világ egy állapota” kifejezés egyesszáma félrevezető.

Ebben a diszkuszióban az „ágens” terminus nem csak individuumra vonatkozhat (illetőleg egyedre, személyre, énrre: ezek a terminusok nyilvánvalóan nem ugyanazt jelentik, a részletek azonban nem e szinopszisra tartoznak), de minden olyan (és akárcsak relatíve önálló) rendszerre, mint egységre is, amely problémát (vagy feladatot) old meg. Nyilvánvaló, hogy ezen különböző típusú ágensek életvilágai(nak keretei, lehetséges tartalmai) is különböznek: voltaképpen a probléma- (vagy feladat-) megoldás szempontjából nem is az ágensek maguk, hanem életvilágaik a vizsgálódás tulajdonképpeni tárgyai.

Ugyancsak nyilvánvaló, hogy a „probléma” és a „feladat” terminusok nem szinonimák egymással, ez a szinopszis azonban nem diszkutálja különbségüket.

(2) A törekvés a problémamegoldásra minden (élő) ágens közös tulajdonsága. A problémamegoldásban el-

dolgozását, amely a teljes jelenségszféra egy harmadik, egy negyedik (és így tovább) tartományát fedti le.

E kutatási stratégia problémája, úgy látszik, nem annak felismerésében áll, hogy hány (parciális) modellel van szükség vagy éppen miféleképpen a teljes szféra lefedéséhez (feltételezve, természetesen, azt, hogy ezek száma csak végesen sok), hanem ezeknek a modelleknek a – természetes igényként megjelenő – egyesítésében. Nem egy olyan vállalkozás ismert a kommunikáció kutatásának történetében, amely ezen modellek valamifajta egyesítését tűzte célul. Részeredményeknél többől azonban aligha lehet beszélni; alighanem azért, mert maga a jelenségszféra egy olyasfajta komplexitásról

szenvedett kudarc egyes esetekben az ágens integritásának megszűnéséhez (halálához), de minden esetben legalábbis élethelyzete (minőségének) romlásához vezet. A problémamegoldás az a 'szintér', amelyben minden ágens két alapkészletét [drive] kielégíteni törekszik: megtenni minden(lehetséges)t a túlélésért és az élethelyzet (minőségének) (legalább) fenntartásáért.

Problémának nevezi ez a diszkuszió azt az (esetleges) különbséget, ami egy adott ágens jelen állapota és egy számára kívánt állapot között van. Nyilvánvaló, hogy ezek a különbségek különbözhetnek egymástól.

Az „esetleges” azt jelenti, hogy a jelen állapot és a jelenben kívánt állapot egybe is eshet. Továbbá azt, hogy egy adott időpontban lehet az a helyzet, hogy a két állapot egybeesik és egy másikban pedig, hogy nem esik egybe.

Magának a különbségnek két forrása lehet: vagy az ágens állapota változik meg úgy, hogy kívánatos volna valamiféle további változás, vagy pedig az ágens környezete változik meg úgy, hogy kívánatos volna valami további változás. Lehetnek ugyanakkor olyan változások akár magában az ágensben, akár a számára adott környezetben, amelyek nem válnak problematikusá, vagyis nem jelentenek olyan elmozdulást a korábbi állapottól, amely problematikus különbséget idézne elő, illetőleg problémamegoldó készletét váltana ki.

A probléma megoldása voltaképpen ennek a (problematikus) különbségnek a megszüntetése az ágens aktusa (aktivitása) által, amely vagy önmagának vagy adott környezetnek

a változására irányul, vagy mindkettőre egyszerre. Természetesen az ágens problémamegoldó aktusába (aktivitásába) számolhat azokkal a spontán, az ágens saját szándékától nem függő folyamatokkal, amelyek adott esetben segítik (egyszerűsítik) vagy éppen feleslegessé teszik, más esetekben pedig nehezítik (bonyolítják) az ágens problémamegoldó iparkodását.

(3) A probléma megoldásához az ágensnek felkészültnek kell lennie a probléma felismerésére és a tényleges megoldásra. Ez a felkészültség pedig a probléma felismeréséhez, illetőleg a probléma megoldásához szükséges képességeket és tudást jelenti.

A képesség különböző modalitású percepciós képességeket, különböző típusú cselekvés-képességeket, illetőleg különböző típusú feldolgozási képességeket jelent.

A szükséges tudás részben mi (a helyzet), részben *hogyan* (lehet/kell megcsinálni), részben pedig *melyik* (a jobb) típusú. Maga a tudás itt nem csupán a szorosan vett tudást jelenti, de a hiedelmet, a vélekedést, a feltevést is, vagyis mindazt, amit szokásosan *kognitív attitűd*nek nevezünk.

Attól függően, hogy az ágens miféle, különféle a problémamegoldáshoz szükséges és számára elérhető képességek, illetőleg tudások. Az egyes ágens-típusokat éppenséggel jellemzi is az, hogy miféle felkészültségei (képességei és tudásai) lehetnek/vannak (s ennek következtében miféle problémák megoldására lehetnek felkészültek), illetőleg miféle lehetőségei vannak felké-

szültségeinek (és így problémamegoldó kapacitásának) gyarapítására.

A szükséges felkészültség az ágens rendelkezésére állhat genetikusan, de megszerezheti tanulás révén is, illetőleg kiegészítheti sajátos eszközökkel: képességerősítőkkal. A képességerősítők olyan alkalmilag vagy nem alkalmilag használt eszközök, amelyek az ágens képességeinek határait (vagy éppen kapacitását) bővítik, illetőleg alakítják át.

Minden ágens rendelkezésére áll valamennyi felkészültség természetes

módon (genetikusan), vagyis készen kapja (a genetikusan öröklési hibákat most nem tekintve). Egyes típusoknál a felkészültség teljes egészében természetesen (genetikusan) van adva. Más ágens-típusok esetében az ágens individuális tanulásával megszerzett felkészültsége nagyobb és jelentősebb a természetesen (genetikusan) rendelkezésre álló felkészültségénél. Így aztán az egyes ágenseknek típusukból adódó típus-felkészültségükön belül egyéni felkészültségük is lehet eltérő egymástól.

A tanulásnak egyik és – mondjuk így – természetes módja az utánzás (vagy másként fogalmazva: a tapasztalaton) alapszik.

A tanulással megszerzett felkészültségen belül egyes ágens-típusok esetében a felkészültségnek sajátos, nem-természetes módja (vagy némi-képpen szokatlanul fogalmazva: a közvetett tapasztalatszerzése): a szimbolikus tanulás, amelynek eszköze a szimbolikus. A szimbolikusra vonatkozó képességek is erősíthetők.

(4) A szimbolikus sajátos konstitúció [*constitutio*], a szignifikáció [*significatio*] eredményeként jön létre (van benne a világban). A szignifikációban

ban – általában – lehet szignifikáns és fordítva.

Minthogy ez a diszkusszió a szignifikációt, s így a szimbolikus konstitúcióját is, aktusként tekinti, sőt szimbolikus aktusként, ezért a szignifikációra bevezetett alapformula:

$v_i(\langle \zeta_i, \sigma_i \rangle, \Sigma_i, a_i)$ mint sajátos aktust leíró formula értelmezendő, amely értelmezést a némiképp eltérő ortográfiával jelzem: $N_i(\langle \zeta_i, \sigma_i \rangle, \Sigma_i, a_i)$.

Amennyiben ténylegesen létezik egy bizonyos feltételezett Σ konstitutív szabály, akkor egyrészt a szignifikáns (meg)konstruálása [*constructio*] egy adott esetben egyúttal (logikailag, vagyis szükségszerűen) a konstitúció(s) aktus) megtörténtét is magával vonja [*entail*]; másrészt egy adott esetben a szignifikáns spektációja [*spectatio*] – ha együttjár a feltételezett Σ konstitutív szabály felismerésével – egyúttal (logikailag, vagyis szükségszerűen) a konstitúció(s) aktus) megtörténtét is magával vonja. Vagyis a szignifikáció ebben a diszkusszióban, mint szimbolikus aktus van koncipiálva. Nyilvánvaló, hogy lehetnek másféle koncipiálások is: ebben a szinopszisban azonban ezekre nem térek ki.

A Σ_i konstitutív szabály helyett egy szimbolikus aktust *per analogiam* megalapozhat valamely más szimbolikus is. A konstitúció megalapozásának e két módja közti különbséget, illetőleg összefüggésüket nincs mód itt részleteiben diszkutálni.

(5) A szignifikáns lehet olyan, ami csak alkalmilag lát el szignifikáns funkciót, de lehet olyan is, amelynek

szokásos (vagy éppen kizárólagos) funkciója a szignifikáns funkció. A szimbolikus azon eseteiben, amelyekben a szignifikáns dologként kategorizálódik és a szignifikáns funkció szokásos (vagy éppen kizárólagos) funkcióként jelenik meg, szimbólumról beszélünk.

A szignifikáns konstrukciójának [*constructio*] aktusában struktúrát (formát) kap a (valamely percepció modalitás számára elérhető) anyag. Létrejöhetnek azonban olyan multimediális (vagy multimodális) szignifikánsok is, amelyek több percepció modalitáson belül kialakult szignifikáns-konstrukciókat kapcsolnak össze sajátos komplexitásra adva ezzel lehetőséget. A szignifikáns-konstrukció létrejöttének alkalmanként jelentős technikai-műszaki, sőt akár intézményi feltételei is vannak.

A szignifikáns konstrukciója is szabályok mentén történik (a megformálás voltaképpen szabálykövetést vagy szabályok alkalmazását jelenti). Ezek a szabályok természetesen nem azonosak a konstitutív aktusban alkalmazott konstitutív szabályokkal.

(6) A szignifikátum (gyakran referenciaként megnevezve) mint a világnak egy fragmentuma vagy nyers vagy szimbolikus vagy pszichikus vagy transzcendens vagy pedig szakrális.

A szignifikátum akkor nyers, ha releváns leírása megadható az ágens rendelkezésére álló percepció modalitások terminusaiban.

A szignifikátum akkor szimbolikus, ha releváns leírása egyrészt logikailag (vagyis szükségszerűen) feltéte-

jön ugyanis létre a szimbolikus két konstituensének, a ζ szignifikánsnak [*significans*] és a s szignifikátumnak [*significatum*] az egysége egy a ágens által elfogadott Σ konstitutív szabály mentén, amely a szignifikánshoz valamilyen céllal (értelemmel) rendeli hozzá a szignifikátumot: $v_i(\langle \zeta_i, \sigma_i \rangle, \Sigma_i, a_i)$ (ahol a $\langle \dots \rangle$ értelmében az ζ és az σ rendezett párt alkot, vagyis egy adott eseten belül a konstituens szerepek kötöttek). A „szignifikáns” és a „szignifikátum” funkciót (szerepet) jelölő terminus (nem lehet ugyanis a világot egyszersmindenkorra szignifikánsokra és nem-szignifikánsokra, illetőleg szignifikátumokra és nem-szignifikátumokra osztani). Az, ami az egyik esetben szignifikátum, egy másik-

lezi a szimbolikus konstitúcióra felkészült ágensre utalást, másrészt a leírás logikai formája éppen $v_i(\langle \zeta_i, \sigma_i \rangle, \Sigma_i, a_i)$. Ezen folyamatos (pontosabban időről-időre megismétlődő) konstitúcióra felkészült ágens nélkül sem egy adott, sem pedig semmiféle más szimbolikus nem áll fenn, miközben fennállása nem az adott és erre felkészült ágens individuális aktusának következménye. A szimbolikus nem áll fenn, ha nincs olyan ágens, aki igazodik hozzá; vagyis felismeri és elfogadja az adott szignifikáció tényszerűségét és ennek következményeit.

A szignifikátum akkor pszichikus, ha releváns leírása egyrészt logikailag (vagyis szükségszerűen) feltételezi a pszichikummal rendelkező ágens, másrészt pedig csak a pszichológia más perspektívák terminusaira nem redukálható terminusaiban adható meg.

A szignifikátum akkor transzcendens, ha releváns leírása csak a teológia más perspektívák terminusaira nem redukálható terminusaiban lehetséges.

A szignifikátum akkor szakrális, ha releváns leírása egyrészt logikailag (vagyis szükségszerűen) feltételezi a szimbolikus konstitúcióra felkészült ágensre utalást, valamint a leírás logikai formája éppen $v_i(\langle \zeta_i, \sigma_i \rangle, \Sigma_i, a_i)$; másrészt pedig csak a teológia más perspektívák terminusaira nem redukálható terminusaiban lehetséges.

A szimbolikusként vagy pszichikusként vagy transzcendensként vagy szakrálisaként kategorizálható szignifikátumok transzcendensek (a terminus tág értelmében) a nyershez képest. A nyers, illetőleg a transzcendens esetek (ez utóbbi a terminus előzőekben használt szűk értelmében) mint

szignifikátumok a szignifikáció (szimbolikus aktus) keretében csak konstatalva vannak. A szimbolikus esetek viszont konstituíódnak a szignifikáció keretében, vagyis a szimbolikus konstitúció egyrészt új létezővel járul hozzá a már létező világhoz, másrészt pedig növeli is a világ komplexitását. A pszichikus és a szakrális a szimbolikus aktus csak konstatalja, a pszichikus és a szakrális azonban részben a szimbolikusból ered.

Magának a „komplexitás” terminusnak a használatát ebben a diskuszióban nem vizsgálom, de úgy tekintem, hogy két vizsgálati tárgy közül komplexebb az, amelyben a hierarchikusan együttműködő, de relatív önállósággal rendelkező egységek száma, illetőleg változatossága nagyobb. A nagyobb komplexitás jelentősége abban ragadható meg, hogy az ilyen rendszer belső állapotainak száma természetesen nagyobb, mint egy azonos elemszámú kevésbé komplexebb rendszert arra, hogy segítségével hatékonyabban vizsgálhassuk a világot (vagyis hatékonyabb modelleket építsük fel a problémamegoldás számára).

(7) A szignifikátum szignifikánshoz rendelésének, a szignifikációnak mindig van célja vagy értelme: lehet reprezentációs vagy igazoló, lehet egyetértő vagy jóváhagyó, lehet érvelő vagy bizonyító, lehet kérő vagy kérdő, lehet különféleképpen előíró és még sok más.

(8.1) A szignifikáció voltaképpen transzcendálás, amelynek csak egyik módja a szimbolikus, immáron pontosabban: a szimbolikus szignifikáció. Egy másik módja a szimptomatikus, és végül a transzcendenciát bekapcsoló szignifikáció önálló módként koncipiálható, ez a osztentatív [ostentatio].

Valamely nyers szimptomatikus szignifikálhat egy másik nyersset. Ilyenkor ez utóbbi az előzőben megmutatkozik (vagy az előző példázza az utóbbit). Ekkor is, ami szignifikál, az a szignifikáns, ami szignifikálva van,

az a szignifikátum. Az szimptomatikus szignifikáció is szükségszerűen feltételezi a (szimptomatikus szignifikációra nyitott) ágens.

A transzcendens vagy valamely nyers vagy valamely pszichikus vagy valamely szimbolikus átváltozásán [transsubstantiatio] keresztül mutatkozik meg, vagyis válik elérhetővé a szokásos ágens-típusok számára. Az osztentatív szignifikáció is szükségszerűen feltételezi a(z osztentatív szignifikációra nyitott) ágens.

A mutatkozásban akár szimptomatikus, akár osztentatív módjáról is van szó, a szignifikáció irányultsága éppen ellentétes a szimbolikus szignifikáció irányultságával.

(8.2) Az előzőekben bemutatott szignifikációs módok egyszerűeknek tekinthetők a *pszichikus* és a *szakrális* szignifikációs módok komplexitásának fényében.

A *pszichikus* szignifikáció voltaképpen a szimbolikus és a szimptomatikus komplexeként koncipiálendő. A pszichikus perspektívában megjelenő eset ugyanis egy pszichikummal rendelkező ágens számára két különböző módon válik elérhetővé:

– vagy (szimptomatikusan) megmutatkozik a rendelkezésre álló per-

nak ellentétesége különböző kérdéseket vet fel, amelyek diszkutálását azonban ebben a szinopszisban nem végzem el.

(9) Ahhoz, hogy a szignifikáció egy ágens (spektátor) vagy éppen egy (bizonyos) közösség számára elérhető legyen, egyrészt a szignifikáns sajátoságaiból következő módon a szignifikánst kell elérhetővé tenni, azaz prezentálni kell [presentatio], másrészt a szignifikációnak magának legitimálnak kell lennie [legitimatío].

(9.1) A prezentáció a szignifikánsra vonatkozóan végrehajtott aktus (vagy aktivitás), amely azt célozza, hogy a szimbolikus elérhetővé váljon a spektáció számára. Nagyon változatos aktusok tartoznak ide.

A prezentáció egyes eseteiben

– a lehetséges spektátorok köre semmi módon nincs korlátozva, más esetekben

– a lehetséges spektátoroknak csak egy meghatározott köre, vagy éppen

– csak egy-egy lehetséges spektátor számára teszi elérhetővé a szignifikánst.

Nyilvánvalóan a spektáció szempontjából kontinuumról van szó azonos felkészültségű ágens-típus esetében is. Ennek a kontinuumnak az egyik szélső értékét korlátozatlan nyilvánosságnak lehet tekinteni, a másikat pedig privátnak.

Alighanem a két korlátozó eset-típusra és ennek gyakoriságára tekintettel tartja magát az a makacs hi-

edelem, hogy célszerű a kommunikáció konceptualizációjában önálló kommunikatív aktusról beszélni. Ebben egy prezentáció és egy spektáció kapcsolódna olyan szorosan össze, hogy egyetlen tranzaktusként (vagy interaktusként) mutatkozna meg. Ebben a kommunikatív aktusban, természetesen, benne foglaltatna a konstitutív aktus is. Egyelőre azonban nem látszik szükségesnek ezen participációs modellen belül ezt a konceptualizációt bevezetni vagy fenntartani. Azzal együtt sem, hogy a kommunikatív aktus gyakran – más aktusok, mint pl. a teleológiai, a normavezérelt és a dramaturgiai, mellett – a problémamegoldás tulajdonképpeni aktusának van tekintve. Ez azonban ténylegesen koncipiálási kérdés, amelynek részleteit ebben a szinopszisban nincs tér diszkutálni.

(9.2) A legitimáció olyan konstitúciók esetén, amelyben a létrejövő szignifikáció koherenciája a korábban már létezett szignifikációkkal nyilvánvaló a spektáció számára, jóformán észrevétlen maradhat: evidens. Azokban az esetekben, amelyekben ez a koherencia nem nyilvánvaló vagy éppen (látszólagos vagy valóságos) inkoherencia áll fenn, további szignifikációk válnak szükségessé a legitimációért, vagyis azért, hogy az inkoherencia eltűnjön (legalább látszólag), amely konstitúciók vagy eredmények (sikeresek) vagy nem azok a legitimáció szempontjából. A legitimáció végeredményben a szignifikációnak más szignifikációk szövédékké illeszkedtségét mutatja meg és ha szükséges konstitúcióba torkollik.

ceptuális modalitásokon keresztül;

– vagy ha a pszichikummal rendelkező ágensnek megvan a szükséges felkészültsége, akkor (szimbolikus) szignifikáció által válik elérhetővé, mint szignifikátum; ha nincs, akkor relative ugyan, de logikailag privátként nem válik elérhetővé;

– végül, természetesen, lehetséges az is, hogy bár egy adott eset elérhetővé válhatna az előző két mód egyikén, de ténylegesen nem válik elérhetővé egyik módon sem: vagyis faktuálisan privát marad.

A *szakrális* szignifikáció voltaképpen a szimbolikus és az osztentatív komplexeként koncipiálendő. A konjunktív jelleg és a szimbolikus meg az osztentatív szignifikáció irányultságá-

A koherencia vagy szintaktikai vagy szemantikai vagy pragmatikai természetű. A szintaktikai és a szemantikai koherencia a szignifikációk közötti viszonyokat karakterizálja. Pragmatikai koherencia olyan esetekben is fennállhat, amelyekben sem a szintaktikai, sem a szemantikai nincs meg.

A legitimáció segítségével értelmezhető egyébként mindaz, ami a kommunikáció interaktív felfogásmódjában (modelljében) e felfogásmód specifikumaként a közös cél elérésén való iparkodással kapcsolatos.

A legitimációs igény meghatározza (de legalábbis befolyásolja) a sikerre törekvő prezentációt és szignifikációt (illetőleg ezen belül a konstitúciót és a konstrukciót): e meghatározottság (amelyet esetenként kommunikációs stratégiaként tekintenek) koncipiálása jelenleg még igen változatos: különféle forogatókönyvekről, játszmákról, történet-grammatikákról, következménystruktúrákról vagy éppen maximákról szokás beszélni.

(10) Az elérhetőség szempontjából tekintve az egyes ágensek által alkotott (kommunikációs) közösségek [communio] egyrészt különböz(het)nek az ágens típusától függően, másrészt – az előzőn belül – csoportképző az egyéni felkészültség is.

Ezeket a közösségeket, akármilyenek is legyenek, egyaránt a problémamegoldásra vonatkozó közös tudás teszi. Közös, mert a közösség minden tagja számára egyaránt elérhető.

Voltaképpen más közösségről, mint kommunikációról nem lehet beszélni annak okán, hogy a problémameg-

dáshoz szükséges felkészültség különböző típusai és sajátos megvalósulásai a csoportképző tényezők, amelyek mentén a típusonként különböző közösségek létre tudnak jönni, vagyis tagoltta válhat a közösség. Egy adott ágens szempontjából ez azt is jelenti, hogy egyszerre több különböző közösség tagja (is) lehet.

Ennek megfelelően vannak olyan (kommunikációs) közösségek, amelyek az ágens-típusok természetén keresztül természetes közösségek és egyes típusok esetén létrejönnek ugyane természet következtében nem-természetes, azaz szimbolikus közösségek.

A természetes közösségekben rendelkezésre álló tudás a közösség tagjai számára természetesen: elsősorban genetikusán, másodsorban utánzásan alapuló tanulással van örökítve (elérhetővé téve). A nem-természetes közösségekben rendelkezésre álló 'többlet'-tudás szimbolikusán adott. Maga a 'többlet'-tudás sem kizárólag tudás karakterű a terminus szűk értelmében, de közvélekedésekről, közhiedelmekről és közösségi feltételezésekről egyaránt szó van; vagyis mindarról, amit nevezhetnénk egységesen az adott közösség *kollektív kognitív attitűdjének*. A 'többlet'-tudásnak talán legfontosabb szegmense az, amit normalitásnak lehet nevezni: ide tartoznak mindazok a tudások, amelyek alapján megállapítható, hogy egy adott helyzetben mi tekinthető normálisnak, természetesnek, evidensnek. A 'többlet'-tudás az ágens szocializációja során a szimbolikus használat-módjainak elsajátításával válik

számára elérhetővé. A szocializációnak a nem-természetes (szimbolikus) közösségekben különféle szervezett szinterei és módjai vannak, pontosabban lehetnek.

Egy bizonyos nem-természetes közösség számára elérhető 'többlet'-tudás elérhetősége a közösség által saját tagjai vagy ezek csoportjai számára korlátozható. Vagyis lehet, hogy a közösség egy tagja vagy egy csoportja számára adott esetben csak kevesebb érhető el a 'többlet'-tudásból például az adott tagnak vagy csoportnak a

közösségben elfoglalt helyével összefüggésben. Lehetséges az is, hogy egy bizonyos tudás eleve olyan, ami csak a közösség egy része számára elérhető. Ez a korlátozás lehetséges a 'többlet'-tudás tematikája szerint is. Ezen korlátozások alakítják ki azt a nyilvánosságot, illetőleg ennek a nyilvánosságnak azt a szerkezetét, ami adott esetben jellemzi az adott nem-természetes közösséget.

Azon tény értelmében, hogy lehet a nyilvánosság szerkezetéről beszélni, nyilvánvaló, hogy az adott nem-természetes közösség egy csoportja számára nem-elérhető tudások voltaképpen számukra 'láthatatlanok' és így 'optikai csalódások' forrásai lehetnek.

kevesebbet képes használni, mint használhatna a teljes nyilvánosság mellett. Következésképpen az adott problémahelyzet egy adott problémamegoldó ágens számára lehet szimbolikusan sűrűbb vagy kevésbé sűrű, illetőleg tekinthető sűrűbbnek vagy kevésbé sűrűnek.

Mindez egyúttal az élő szempontjából azt is jelenti, hogy ha egy adott problémára nincs felkészültsége, meg sem tudja azt oldani, ennek összes esetleges következményével együtt, ami a túlélést, illetőleg az élethelyzet minőségét illeti. Amivel kapcsolatban pedig lehetősége van a belebonyolódás elkerülésére, ugyanígy (kisebb vagy nagyobb) lehetősége van nem felismeri a problémahelyzetet amiben esetleg van, illetőleg nem megoldani a problémát, ennek minden következményével együtt. És ha a (kommunikációs) közösség korlátozza, akkor korlátozott lesz problémafelismerése, de legalábbis problémamegoldása, ennek minden következményével együtt.

(14) A problémamegoldáshoz rendelkezésre álló tudás, mint állapot, természetesen változhat. Az állapotváltozás változtatja a közösségeket: egyesek szétesnek és újak jönnek létre, de lehet, hogy csupáncsak megváltoznak: átrendeződnek. Az állapotváltozás jelentheti azt is, hogy a korábbi állapot is fennmarad. Ez a közösségek és a közösség tagjai szempontjából éppen azt jelenti, hogy egy új jelenik meg: vagy a régebbi helyett vagy mellette.

A problémamegoldáshoz rendelkezésre álló tudás változása vagy a természetes tudáskészlet változását jelenti vagy a 'nem-természetes'-ét, esetleg

mindkettőt. A szimbolikusan bekövetkező változás voltaképpen valamely szimbolikus(ok) megszűnését vagy új(ak) létrejöttét jelenti.

Kétségtelen, hogy felvethető az, van-e, s ha van: szükségképpen van-e szerkezete a változásoknak; felvethető a kérdés olyan formában is: lehet-e értékelni a változást? Vagyis felvethetők afféle kérdések, hogy ez a tudás-konfiguráció, avagy amaz sikerebb-e a problémamegoldás szempontjából (amely problémamegoldás a probléma természetéből következően mindig csak konkrét – individuális – lehet). Mindazonáltal ez a diskusszió nem tekinti feladatának, hogy efféle kérdésekre reagáljon sem történetfilozófiai, sem kultúra-elméleti, sem pedig evolúcióelméleti szempontból.

(15) Befejezésül két megállapítás kínálkozik ide. Egyrészt talán az, hogy egészen más felfogásmód mutatkozik meg a kommunikációnak e participációra alapított konceptualizációjában, mint szokásos: ez a konceptualizáció nem önmagában állítja elénk a kommunikációt, hanem abban a legalapvetőbb funkciójában, ami a problémamegoldásban betöltött szerepével van kapcsolatban. Ebből adódik az, hogy ez a konceptualizáció egészen máshová helyezi a hangsúlyokat, mint más szokásosabb felfogásmódok. Másrészt – de nem függetlenül az előzőtől – a kommunikációnak ezt az előzőekben vázlatosan kifejtett participációs koncepcióját egyelőre kutatási hipotézisnek, vagy még inkább kutatási programnak célszerű tekinteni.²

- 1 E színvonalon bemutatott felfogásomat a *kommunikációról* és néhány vele kapcsolatban álló fogalomról, így mindenek előtt a *szimbolikusról* több ízben bemutattam már előadások formájában. Két korábbi írott változata meg is jelent: a *Szemiótikai szöveggyűjtemény* 10. kötetében (szerkeszti Petőfi S. János, Bekési Imre, Vass László; Szeged JGYTF, 1997 29–37.), illetőleg a *Iustum Aequum, Salutare. Emlékkönyv Zlinszky János tiszteletére* című kötetben (szerkesztette: Bánrévy Gábor, Jobbágyi Gábor, Varga Csaba; Budapest, PPKE JÁK, 1988, 152–162).
- 2 Talán nem felesleges megemlíteni azt sem, hogy egy majdani részletes kifejtését nem elegendhet meg a póré fogalmi bemutatással, mert nyilvánvalóan szükség lesz egyrészt példák segítségével

kijelölni a kommunikációs jelenségszférának azt a részét, amely ezzel a participációra alapított kommunikáció-fogalommal lefedhető, illetőleg magyarázható; másrészt pedig fogalom-történeti áttekintésre is szükség lesz annak érzelmetésére, hogy ez a felfogás hogyan s miben jelenthet továbblépést a kommunikációkutatás jelenleg ismert konceptuális kereteihez képest.



– Mostani beszélgetésünk előtt mindössze egyetlen kérdésed volt: ne kérdezzek konkrét műsorokról, mert a rádiós kuratórium, pláne annak elnöke nem szólhat bele a műsorkészítésbe. Igyekszem alkalmazkodni ehhez, bár két szempontból is furcsa helyzetet teremt. Egyrészt a rádiós műsorfolyam külön egységekből áll, és egy-egy rész nélkül eléggé nehezen értelmezhető az egész. Másrészt – miután irodalomtörténeti alapszakmából és egész eddigi munkásságodból következően így vagy úgy mindig

véleményt alkotnánk egyes műsorokról, természetesen nem érdemes sem rádiót hallgatni, sem kurátorkodni. És ha általános véleményt fogalmazunk is, mert előbb-utóbb kell ilyen is fogalmaznunk, annak az egyedi műsorokról alkotott véleményekből kell összeállnia. Nem eszik tehát olyan forrón a kását. Az önmérsékletet azonban nagyon fontosnak tartom. Óvakodjunk az elhamarkodott ítéletalkotástól, attól, hogy szakszerű elemzés nélkül minősítsünk. Az ilyen minősítések – az esetek többségében – óhatatlanul poli-

Varsányi Gyula

Rádiós „még” és „már”

Agárdi Péter, a Magyar Rádió Közalapítvány kuratóriumának elnöke a megújulás lehetőségeiről és feltételeiről

29
K É K

konkrét kulturális tartalmakat tettel mérelegre – eléggé kényelmetlen lehet számodra ez a tartózkodó magatartás. Tehát ellentmondás feszül mind beszélgetésünk tárgyában, mind a személyedben egyesülő múltbeli – például rádiós vezetői – és jelenbeli szerepekben. Hogyan lehet ezt feloldani?

– Ha nagyon bürokratikus akar nek lenni és előhúznám a médiatörvényt, annak tiltását olvashatnánk ki belőle, hogy a kuratórium egyes műsorokat kezdeményezzen vagy megszüntessen, illetve tartalmukat meghatározza. Véleményt éppenséggel mondhat róluk a testület is, a kurátor is. Mindazonáltal mégis van bennem és bennünk egyfajta, a Rádió függetlenségét óvó öncenzúra. De anélkül, hogy

titikai minősítéssé válhatnak, ezek pedig fölidézik a veszélyt, hogy a rádió működésébe politikai eszközökkel igyekszünk beavatkozni.

– *Annál is inkább, mert a kuratórium elnökségének tagjait a parlamenti pártok jelölték.*

– Igen, ők alkotják a testület egyharmadát. A kétharmad: a civil szervezetek delegáltjai. Kurátorokként ugyan nem pártokat kell képviselniük, hanem a rádió szakmai érdekeit, a közszolgálati szellemet, de a megbízatás politikai jellegéből fakad, hogy ezek a kurátorok legalább is közel állnak – ha nem is a politikához, de – ahhoz a világnézethez, amelyet az őket választó pártok vallanak. Hadd térjek ki kérdésednek arra a tapintatos célzására is,

hogyan én már dolgoztam a rádióban állami vezetőként – kulturális elnökhelyettesként – a nyolcvanas években, amikor rám is hatott, rajtam keresztül is érvényesült az akkori pártirányítás. Abban az időben aktívabb szerepem volt, kezdeményeztem is műsorokat, volt részem egyes adások elhelyezésében, megítélésben. Ez a múlt most ugyancsak visszafogottságra készítet. Mindazonáltal szívesen mondom, ha szükséges, véleményt, de hangsúlyozottan „csak” hallgatói véleményt.

tékok száma, aránya a közszolgálati rádióban, még ha nem olyan mértékben csökken is, mint mondjuk, a nyugat-európai adóknál. De így is készül 60-70 dramatikus mű évente, és ezek egy része egészen kiváló. Ha valamilyen nagyon tetszett, vagy esetleg nagyon nem tetszett, nem takarítom meg, hogy – szigorúan baráti beszélgetés keretei között, melyet a rendezővel, a szerkesztővel előzetesen tisztázok – elmondjam a véleményemet. Nem is volt ebből még konfliktus.

– *A rádiójátékok mellett miért éppen a portréműsorokat kedveled?*

– Hallatlanul érdekes, ha valaki magáról beszél. Úgy érzem, ha egy érdekes személyiség meg tud nyílni a rádiós intimitás jegyében – intimitáson nem feltétlenül a legrejtettebb magánéleti titkokra gondolok, hanem a személyhez szólás intimitására, ami a rádió egydimenziós jellegeből, mélységből következően talán sokkal intenzívebb tud lenni, mint a televízióban –, akkor kiderül, mennyire közös az emberi sors, és mennyi vonzó érték, küzdelem vannak jelen a szűkebb vagy tágabb közösségekben. Az emberek szeretnek magukról beszélni, ha jól kérdezik őket, ha van miről beszélniük, és ha tudnak is beszélni. Az utóbbi nem elsősorban nyelvi, retorikai képességet jelent – azt is persze –, inkább érzelmi nyíltságot. Ez engem mindig megkap. Olyan műsorokra gondolok, mint például Lengyel Nagy Anna Embermesék című adássorozata, vagy más, egyedi műsorok – akár tudóssal, politikussal, pappal, akár kétkezi dolgozóval készültek is. De előfordul, hogy

idegesít egy-egy portré, amikor például valaki az önmegmutatás intim légkörét a saját sorsán túllépve, azt felhízlalva valamiféle direkt agitációra – sőt, szerencsére nem túl gyakran, gyűlölködésre – használja fel. Ilyenkor az én belső „rádióm” kikapcsol.

– *A portréműsorok iránti érdeklődésed fakadhat abból is, hogy szinte eltűnt a szociográfia. Általában is, a rádióban pedig különösen, az összetett, szociografikus riport formájában. Mondhatni, a műfaj utóljára a hetvenes években virágzott, nemzetközi elismeréseket hozva akkor a Magyar Rádióknak.*

– Ez így van. Több publicista, politológus, esszéista is úgy fogalmaz, hogy évtizedünkben gyengültek a valóságfeltáró újságírás pozíciói – valószínű, hogy igazuk van –, és ennek megfelelően a rádióban és a tévében az elemző, valóságfeltáró, társadalomkritikai indulatú, de nem feltétlenül napi érvényű „leleplezésre” törekvő dokumentumműsorok száma szintén csökkent. E mögött sok minden meghúzódik. Nemcsak az átalakuló társadalom új típusú félelmei, nemcsak vélt vagy valódi új cenzúrák – a korábbi politikai cenzúra vagy öncenzúra helyett az utóbbi években kialakult a tulajdonos diktálta vagy sugallta cenzúra, tehát a tőke visszafogó hatása –, hanem más egyéb is, például a szívós riporter, szerkesztői-dokumentarista munka alacsony megbecsültsége, és általában annak a szigorú munkaerkölcsnek a leértékelődése, amely nélkül ilyen munkát nem is lehet végezni.

– *Megint egy furcsa paradoxon: az átalakuló magyar – és közép-európai – társadalomnak talán soha nem*

„Harmadikutas” műsorszólgálat

– *Tudsz-e annyi időt szentelni a rádióhallgatásra, hogy átfogó képet alkothass a műsorfolyamról?*

– Sok időm sajnos nincs, ezért kétféleképpen hallgatom a rádiót. Igyekszem figyelemmel kísérni a Reggeli és az Esti Krónikákat, amelyek állampolgári és kurátori érdeklődésem egyaránt szolgálják. Ezen kívül kazettáról hallgatom meg olyan műsorokat, amelyeket az eredeti adásidőben nem érhetek el. Az említett Krónikákon kívül a portréműsorok és a hangjátékok állnak közel hozzám. Különösen a hangjátékok izgatnak, talán korábbi rádiós szerepem miatt is. Nem jó jel, hogy mostanában csökken a hangjá-

volt olyan szüksége a valóságismeretre, a folyamatok, összefüggések feltárására, mint éppen most. És éppen ebből kap a legkevesebbet.

- Igazság szerint most kellene eljönnie a Magyarország felfedezése c. sorozat harmadik virágkorának. Megjegyzem, azt a jelszót, hogy „fedezzük fel Magyarországot!”, még Jászi Oszkár dobta be a köztudatba, a század legelején. A harmincas években, amikor ez mozgalommá vált, a népi írók szerettek megfélekedni – most ne firtassuk, miért – Jásziék tudományos igényű szociológiájáról. Az új kezdet tehát a harmincas évekre tehető, a második nagy korszak a hetvenes évtizedre. Az átalakuló, sután polgárosodó, félig-meddig demokratizálódó, felemásan modernizálódó, de újra hatalmas konfliktusokat kihordó magyar társadalom bőven szolgáltatta a materiát. A könyvsorozat pro forma ma is működik, de nem véletlen, hogy egyre több történeti jellegű, egyébként kitűnő kötet – mint például Pünkösti Árpád Rákosiról szóló könyve – jelenik meg a keretei között. Nincs talán elég kitarítás, szívósság arra, hogy ennek az újra-kapitalizálódó, de viharos késői polgárosodást is átélő társadalomnak megteremtődjön a maga intellektuális, szociográfiai tükörképe. Bizom benne, hogy előbb-utóbb ezt is ki fogja hordani magából a szellemi élet. Hozzá kell tenni: a műfaj manapság bizonyára más módszereket igényel, mint a hagyományos szociográfia. Nem feltétlenül elegendő hozzá az író véna. És nem lehet a tudományos igényű szociológia módszereit, konklúzióit sem – mintegy „átesszéizálva” – mechanikusan szociográfivá oldani.

MÉDIA ÉS KULTÚRA

Itt van tehát a nagy kihívás a fiatal írók, esszéisták vagy az igényes újságírók számára. Visszaulva a kiindulponthoz: valóban, egy kicsit mintha e szociográfia pótléka lenne mostanában a portré.

– *A rádióban gazdag hagyománya, eszköztára van a szociografikus riportnak és a dokumentumműsornak. Itt talán kevésbé volna szükség a módszer megújítására, mint az irodalomban. Jelenleg mégis szunnyad a tradíció.*

– Hirtelen eszembe jutnak Borenich Péter és mások munkái vagy a Huszas Stúdió hajdani sorozata, amelyek adásait az ember előre bekarikázta a műsorújságban. Meg kell tehát vizsgálnunk a rádiós helyzet sajátosságait. És itt utalnék a közszolgálati rádió átalakulására, mindenekelőtt arra, hogy időközben „nagyhatalommá” vált a kereskedelmi szektor, és megjelent a harmadik típusú, úgynevezett nonprofit vagy közösségi rádiózás is. Az átalakulásnak vannak tehát a rádiózás egyetemes fejlődéséből adódó okai, melyek következtében gyökeresen megváltozik a közszolgálatiág. El kell dönteni például, hogy a zene, amely a leginkább rádiós műfaj és a legtöbb időt tölti ki az adásban, a kereskedelmi adók megjelenésével milyen funkciót kapjon a közrádióban, s mi az, ami a zene széles választékából már nem való ide. A fölgyorsult életritmus, a számítógép, a videó, a televízió használata szükségképpen más típusú rádiózást követel, alakít ki. Saját példámon is le tudom mérni, hogy tíz éve még sokkal nyugodtabban meg tudtam hallgatni egy öt-

ven perces vagy – horribile dictu! – egy másfél órás hangjátékot, mint manapság. És emiatt nem csak valamiféle elitelendő türelmetlenség vagy rohanás okolható. Tudomásul kell venni, hogy megváltozott a világunk, és rövidebb, feszesebb tempójú műsorokra van szükség, ugyanakkor megnőtt a rádió hátterszerepe. A tömeges autórádiózás is gyökeresen új jelenség. Az életforma tehát magához alakítja a rádiózás szerkezetét. Ehhez hozzájön, hogy az elmúlt években a magyar rádiózás óriási politikai, gazdasági és szervezeti átala-

31
K É K

kulácson is végigment. És ennek a folyamatnak – szerintem – még csak a közepénél (vagy talán még a közepénél sem) tartunk. Természetes, hogy sok egyéni érdek kap ideologikus vagy szakmai pántlikát. A rádió új típusú finanszírozása – hogy a ti. költségvetés már nem biztosítja teljesen a működéshez szükséges pénzt, mint a pártállam idején sokáig tette (ha nem is a kellő mértékben), és a finanszírozás egy részét a közrádióknak is meg kell „termelnie” – azt követeli, hogy a közszolgálati rádió is legyen versenyképes. A versenyképesség fenntartása persze nem azt jelenti, hogy ugyanolyan hallgatottságot, ugyanolyan beszédstílust, zenei hangzást kell megcélozni, mint a kereskedelmi rádióknál, hiszen akkor

megszűnne a különbség. A sajátos közszolgálati feladatokat kell oldottabban, frissebben és kreatívabban, a háttérrádiózás igényeit is jobban figyelembe véve megoldani. Voltaképpen egy „már” és „még” szituációban vagyunk. A Magyar Rádió már nem hagyományos közrádiózást valósít meg, de még nem talált rá arra az új a középútra – mondhatnám: arra a „harmadik útra” – sem, amelyen megmarad közszolgálatinak, nem utánozza a kereskedelmi csatornákat, de a közfunkciót radikálisan újragondolja műfajban, tematikában,

32 K É K

hangvételnél, időtartamban egyaránt, s ami talán még nehezebb: az adók versenyképes profiljaiban. Hiszen ma van három országos (Kossuth, Petőfi, Bartók) és egy negyedik, kvázi-országos program az öröndetesen terjedő regionális rádiózás révén, és van egy, a külföldieknek szóló műsorhálózat. Az ezek közötti munkamegosztást is újra kell szerveznie a kereskedelmi rádiók generálta verseny, illetve a technikai innováció, pl. az, hogy ma már a Duna TV hangcsatornáján jó néhány programot folyamatosan közölhetjük. Ez utóbbi például előbb-utóbb fölveti, hogy meddig lesz szükség a hagyományos, határon túl szóló középhullámú, illetve rövidhullámú sugárzásra, amire e pillanatban még nem tudnék megala-

pozott választ adni. A kérdés még radikálisabb módon merül fel majd a digitális sugárzás és vétel elterjedésével, továbbá az Internet-rádiók tömeges használatával. Ezek a technikai változások önkéntelenül is módosítják majd a mai, nem feltétlenül önvédelemből érvényesülő adóprofilokat. A „még” és „már” szituációhoz tartozik az is, hogy a legrádiószzerűbb kulturális-irodalmi műfajoknak most azért is van egyfajta dekonjunktuurája, mert az átalakulás mindig a legkönnyebben félreszorítható műfajoktól igyekszik műsoridőt, pénzt elvenni. A leginkább reklámhordozó műfajok, a zene, a hírek vagy éppen a szórakoztatóműsorok – és szerkesztőik – sokkal jobban tudják védeni pozícióikat. Másrészt az előbbieken is végig kell söpörjön, ha nem is hurrikán, de legalább egy frissítő szél. Mert hangvételnél, dramaturgiában például az irodalmi műsorok egy részénél nem pusztán a kereskedelmi verseny, hanem az immanens rádiószerszűség szempontjából is van mit újítani. Erről az irodalmi főszerkesztő, Kőrösi Zoltán is beszél a rádiós szakmai lap, a Pagoda legutóbbi, 1998. 4. számában.

Valóban akarni kell

– *A hagyományos közszolgálatosság feladatkörében mindig hangsúlyos volt a kultúráközvetítés, részint a művek megjelenítése révén, részint pedig a kulturális jelenségekről szóló közbeszéd fórumain keresztül. Nem véletlen talán, hogy a magyar rádiózás mélyebb és tágabb kérdéseiről elsősorban jeles írók gondolkodtak ko-*

rábban. Erről eszünkbe juthat az is, vajon miért nincs ma elméletibb megközelítése a rádiózás változó szerepének.

– Úgy is, mint aki művelődéstörténetet tanít, folyamatosan motoszkál bennem a kérdés, hogy a magyar író-értelmiségnek az a generációja, amelyik még egy kezdeti korszakában eszmélkedett és gondolkodott a rádiózásról – Németh László, Cs. Szabó László vagy Márai Sándor, másokat nem említve –, vajon mit szólnának a mai dilemmához. De ez nem is elsősorban történeti, hanem aktuális kérdés. Először is a kultúra, nem teoretikusan, hanem gyakorlatilag, sok mindenben mást jelent ma, mint húsz évvel ezelőtt. Ilyen értelemben a rádióknak egy progresszív „kultúrátágító” funkciója van. Ide tartozik, hogy ma jóval kevesebb a tabu; az intimitás – a szó minden értelmében – megnyílt a rádió nyilvánosságára számára, például szép számban vannak pszichológiai beszélgető műsorok, és életvezetési tanácsoktól kezdve helyi konfliktusok kihordásáig a rádió (és a televízió) tud segíteni. Két olyan emlék is eszembe jut, amelyik valószínűleg nemcsak kultúrhistoriái, hanem politikatörténeti eseménynek is számít. Az egyik az 1990-es taxisblokád egyik drámai pillanatában Baló György élő tévébeszélgetése, aminek akkor katartikusan felelősségvállaló szerepe volt egy súlyos, akár fegyveres konfliktus elhárításában. A másik pedig egy rádiós emlék 1989-ből, amikor a román forradalom idején a kitűnő rádiós riporter, Orosz József Aradról egy drámai helyszíni tudósítást adott az utcai lövöldözésről, az ablakpárkány alá bukva, rádöbbenve a ma-

gyarországi hallgatót a véres valóságra. Ma is beleborzongok, ha erre gondolok. Ez a primér valószerűség is beépült a köznapi kultúrába, annak hiteles és kreatív rádiós közvetítésébe. Ami pedig a hagyományos kultúrák közvetítő szerepet illeti, egy időszakos visszaesés után újra fog erősödni, vagy ha fogalmazhatok némi erőszakolt utópizmussal: újra kell erősödni. Egyrészt bővül a rádióműsorok kínálata, versenye. Megjelenhetnek majd kulturális kereskedelmi rádiók. Már vannak is ilyen kísérletek, például a komolyzeneben, sőt, ott, ahol nagyobb a fizetőképes kereslet – Nyugat-Európában és az Egyesült Államokban – már működnek speciális közszolgálati funkciókat is ellátó, úgynevezett PBS adók. Feltétlenül meg fog erősödni a magyar rádiózásban, akár a mostani közzáróban, akár másutt, a távoktatás, a felnőttoktatás rádiós változata. Volt erre is példa korábban, voltak hagyományos oktatóműsorok, nyelvoktató programok, amelyek megszűntek vagy minimálisra zsugorodtak. A finanszírozásnak is meg kell teremtenie ahhoz, hogy rádiós távoktató, átképző programok épüljenek be az átfogó felnőttképzésbe, amelyek képesítést is kínálnak – egyszerre jelentve közszolgálati feladatot és üzletet. Meg kell hogy erősödjön a rádió másodlagos kultúrák közvetítő szerepe is: oly mértékben kitágul a film, a színház, a zene és az új médiumok kulturális kínálata, s oly nehéz ezekben eligazodni, hogy a rádiónak ki kellene szélesíteni az értékekre való figyelemfelhívást és a válogatást-eligazítást. Mintha ez is egy kicsit meggyengült volna, viszonylag kevés és nem eléggé sokszínű

az ilyen kulturális beszámoló. Az efféle műsorok között természetesen kell legyen ízlésbeli vita is, kívánatos, hogy különféle hangvétel, orientáció, ha tesszük, elfogultság jelenjen meg bennük. Ezen kívül vannak a kulturális értéktérmentésnek olyan műfajai, amelyekben a Rádiónak továbbra is elsődleges szerepet kell betöltenie. Ilyen például a kortárs zene. Ennek felkarolása, mecénálása ugyan nem eredendően a rádió feladata, de nálunk – ironikusan fogalmazva – ez történetileg így alakult ki. Ez is meggyengült az utóbbi évtizedben, volt egy időszak, amikor szüneteltek az új felvételek, most ez a munka újra erősödik. Nem hiszem, hogy ezen kellene spórolni, mert nem lesz olyan intézmény, amelyik át tudná vállalni ezt a feladatot. Mivel a rádió együtteseket is fenntart, stúdiókkal is rendelkezik, a legkedvezőbb feltételekkel rendelkezik hozzá. Az is meggyőződésem, hogy a hangjátékokat sem szabad visszaszorítani, még ha vannak is ilyen sugallatok. Ezzel összefüggésben is nyilvánvaló, hogy az euroatlanti integráció egyrészt valóságos és pozitív esélyeket kínáló lehetőség, másrészt viszont kisszerűségek elkenésének is torz ideológiája lehet, a szolgalelkűségnek, a kreativitáshiánynak, a lustaságnak is mentőkötelet kínálhat. Mert nem hiszem, hogy felelőtlenül abban kellene egyes nyugati rádiókat követnünk, hogy csökkentjük a rádiójátékok számát, jöllehet e területen is szükség lehet a műfaji, technikai megújulásra. A másik nagy dilemma: a gyermekműsorok jövője. Nincs rá biztos megoldásom, de nem

tartom igaznak, hogy a gyerekeket nem lehet a rádióval lekötni. Nem szabad, hogy ez igaz legyen. Kétségtelen, hogy az a látvány, amit a televízió, a videó kínál, már a kisebb gyerekek számára is izgalmasabb, esetleg kreatívabb élményt nyújt, mint a rádió, azért itt is ki kell próbálni, képes-e az utóbbi a maga sajátos műfajában újat adni. Ha már elterjedt a walkman, miért ne lehetne a kazetták mellé a gyerekrádiók új típusú kínálatát megteremteni – akár a Bartók rádió sávján? Nem a régi Óvodások műsorát, de valami olyat,

amely azt is előkészíti, hogy a kamaszok, az ifjak vagy a középkorúak visszatérjenek a közszolgálati rádióhoz.

– *Néhány éve olvastam, hogy Anglia egyik vidéki városkájában egy kiskamasz saját rádióállomást hozott létre a barátaival, a szüleitől karácsonyra kapott kisteljesítményű adóval. A híreket, a zenét, a magazinokat mind ők készítették, nagy tetszésére a néhány kilométeres körzetben élő korosztályi közönségnek. Ebben a történetben az az igazán érdekes, hogy miután az ottani rádióhatóság bemérte az „illegális” adót, az állami BBC egyik csatornája felkérte a gyerekeket, hogy náluk folytassák a műsort. Vajon történhet-e ilyesmi a Magyar Rádión is?*

- Talán ez az egyetlen esély: gyerekek által vagy velük együtt jó gyermekműsorokat készíteni. Nem vagyok képes beletörődni, hogy jelenleg hétköznapi lényegében csak két gyermekműsor van, a Kossuthon és a Petőfin, még hozzá egy időben, egymás alternatívjaként: az Esti mese és a Kölyökrádió. Elvileg persze igaz lehet, én is értem, hogy „nincs rá több pénz és műsoridő”, de ha valamit akarunk, akkor azt valóban akarni kell. És ha egy új típusú közszolgálatosság kialakulását szeretnénk elősegíteni, akkor figye-

lembe kell ugyan venni a jelen minden nyűgét, de nem feledkezhetünk meg a jövőről sem, amelyből deduktíve visszakövetkeztetve kell meghatározni a mai feladatokat. Az ezredfordulás rádiózás követelményei közé pedig a gyerekközönség meghódítása feltétlenül beletartozik.

- *Előző fejtegetésedhez szeretnék hozzáfűzni egy elméletinek tűnő, valójában nagyon is gyakorlati követelményekkel járó problémát. A mai rádiózásban erőteljes fragmentálódás figyelhető meg, mind több az apró részlet – legyen szó zenéről, irodalmi műről vagy akár híradásról –, mind kevesebb a művész vagy az átfogó információ. Ez persze elsősorban a kereskedelmi rádiózás sajátja, amelyben*

MÉDIA ÉS KULTÚRA

olyan kis műsoregységek a kívánatosak, melyek sűrűn megszakíthatóak reklámmal vagy játékkal, és így a reklámozó rövid időre korlátozódó műsorhallgatás esetén is el tudja érni a közönséget. Úgy látszik, ez olyan kulturális-üzleti adókon is megvalósul, mint amilyenek a komolyzenét sugárzó Classic FM-ek. De ez a tendencia a hazai közrádióban is fel-felbukkan. Vajon célt ér-e a rádiós kultúraközvetítés, ha csak hangmozaikokat juttat el a hallgatóhoz?

- Én ezt a problémát alapvetően nem a műsoridőtartam kérdésének vélem. Hiszen nagy terjedelmű irodalmi műsorok a hatvanas-hetvenes-nyolcvanas években, amelyek látszólag „műegészet”, totalitást kínáltak, valójában nemritkán csak részletekben váltak befogadhatókká. És ismerek olyan tíz- vagy ötperces minihangjátékokat – volt most egy ilyen pályázat, sajnos eléggé visszhangtalanul –, amelyekben ott van a totalitás. Ez ugyanilyen időtartamú beszélgetésekben is lehetséges. A fragmentáció felületeségre csábít, elharapott mondatokra, félszavakra, nyegleségre, de kitűnő és felkészült riporterek képesek arra, hogy akár három percben is kínálják azt az intenzív totalitást – hogy hirtelenjében ezt a lukácsi esztétikai kategóriát alkalmazsam a rádióra –, ami „több”, mint a terjengős, de gondolatilag szegényes műsorok önvédelmi reflexe, az extenzív totalitás. Ha mondjuk, Rádai Eszter, Rangos Katalin, Rékai Gábor beszélgetései, hogy egészen különböző egyéniségeket említsek, vagy Varsányi Anikó hangjátékai,

Markovits Ferenc dokumentum-összeállításai képesek az előbbire, akkor mégis csak vannak erre eszközök a rádióban. Természetesen az igazi Shakespeare-t nem lehet a Komédiumban játszott, egyébként kitűnő SÖR-rel helyettesíteni. És nem ajánlatos képregénnyel oldani a valódi regényeket. Azaz is egyetértek, hogy a Kossuth rádió megőrizze a hétköznapi délelőttönként húsz percen át tartó felolvasásokat, mert vannak hallgatók, akiknek föl kell olvasni. Egészen biztos ugyanakkor, hogy a fragmentáció reális veszélyét részben műfaji újításokkal lehet kivédeni. Ez a portrékra és a hírekre is vonatkozik. Lehet az öt perc is emberi teljességet kínáló, és lehet egy ötven perces beszélgetés is semmitmondó. Nyugaton már vannak kereskedelmi és közszolgálati hírrádiók is, és nálunk is fenn kell tartani a Kossuth „beszélő rádió” jellegét. Emlekszem, milyen nehezen lehetett elfogadtatni, hogy óránként mondjanak híreket a Kossuthon, vagy hogy félórásra bővüljön a Krónika. Kérdés persze, van-e elég hír, és van-e ennyi hírérték?

- *A fragmentációt némiképp oldják a folytonos sorozatok. Ezekhez azonban szigorúan sávok programbeosztás kell. Vajon kellően él-e ezzel a lehetőséggel a közrádió?*

- Ebben is a köztes állapot a jellemző. Van néhány olyan személyiség és műsor, aki, illetve amely állandó vagy növekvő hallgatóságot vonz. Ilyen például a 16 Óra, a Vasárnapi Újság, a Gondolat-jel. De ide tartozik a Kabarécstörtők, éppen a maga megbízhatóságával és színvonalával, vagy Bolgár György délutáni telefonos

beszélgető adása is, mely utóbbi nagyon sok rosszindulatú támadásnak volt kitéve...

– *Pedig a hiányolt közrádiós újtásoknak egyik legjobb példája.*

– Egyetértek, és én az ilyen típusú műsorokat szaporítanám. Hasonlóan kiszámítható és gyakori műsor a Magyarországról jövök című, amely Kosuth-adásként indult, de mára már integrálódott a regionális adásokba. Ez azonban még mindig kevés. A közszolgálat fejlesztésének útját abban látom, hogy kevesebb egyedi műsort kínáljunk, de az állandókat gyakrabban adjuk. Kevesebb állandó belső műsor-készítőre, szerkesztőre lehet szükség, de ők legyenek vitathatatlanul tehetséges, vonzó, kreatív egyéniségek. Olyanok, akik valóban elcsábítják a hallgatókat. Ki lehet próbálni Csiszár Jenőt is, aki egy kereskedelmi rádióban vált ismertté, majd a Petőfi „vette meg” őt, és most nagy vita van róla. De egész biztos, hogy a rádió belső munkatársai között is van jó néhány olyan szakember, akit hetente akár ötször érdemes a mikrofon elé ültetni. És persze meg is kell fizetni. Tudom, hogy ennek emberi következményei is lennének, mert akkor másoknak viszont – s nem feltétlenül csak a szürkébbeknek – kevesebb lehetőség, műsoridő maradna. De ha nem személyiség- és sávközpontú a közrádiózás, akkor nem tud kulturaközpontúvá sem válni. A versenyt csak akkor tudjuk állni, ha a hírszolgáltatásban megbízhatóak, érdekesek és gyorsak vagyunk, szolgáltató és portréműsorainkban, a közszolgálat hagyományos és új tematikájában pedig sokkal szélesebb és egyedibb választékot kínálunk, mint a kereskedelmi rádiók.

Kétharmad, egyharmad

– *Tagadhatatlanul új hang és módszer a Petőfi késődelutáni sávjában a Juventustól átjött Csiszár Jenő jelentkezése, ami egy sajátos ifjúsági korosztálynak szóló gesztus. Kíváncsi vagyok a véleményedre abban a meglehetősen heves szakmai vitában, ami körülötte dúl.*

– Eddig azért is hallgattam meg viszonylag többet ebből a műsorból, mint más, hasonló beszélgetős adásból, mert izgat a vállalkozás műsorpolitikai újdonsága és generációs jellege. Mindazonáltal csak magánbenyomásaim vannak, nincs végleges véleményem. Azt feltétlenül üdvözlöm, hogy egy, a kereskedelmi szférában már bizonyított, népszerű műsorvezetőt a közrádió is megpróbál alkalmazni. Azt is jónak tartom, hogy egy szokatlan hanggal kísérletezik. A bevett hangok egy ponton túl már nem képesek új közönséget szerezni, a szokatlanságnak pedig mindig van kihívó, provokáló és ezáltal vonzó jellege, különösen az oly sok akusztikus kihívásnak kitett fiatal generáció esetében, amelynek Csiszár az egyik kedvence. Nem lehet ugyanazzal a zenével, ugyanazzal az udvarias, kiglancolt, minden érdességet lecsiszoló vagy éppen kedélyeskedő hangvétellel megnyerni ezt a tizenéves réteget, mint amelyet mások elfogadnak. Nos, Csiszár azon megszólalásainak kétharmada, melyeket hallgattam, számomra bensőleg is elfogadható volt. Nem az én világom persze az *Apukám világa*, de nem a magam ízléséhez

mérem, hanem, azt a szempontot követem: ad-e ez a műsor egy mai tizenéves számára intenzív totalitást. Lehet, hogy blaszfémia, hogy esztétikai kategóriát használok Csiszár Jenő kapcsán. Úgy érzem, hogy az általam hallottak kétharmada a műfaj sajátos közegeben jó, a maga érdességével, pongyolosságával, olykor durvaságával is, mert emberi és helyzetekben próbál emberi hangon szólni és tanácsokat adni. Nem úgy, mint a más közönségre szocializált, kitűnő C. Molnár Emma vagy Popper Péter éveken át sikeres

35
K É K

kitűnő éjszakai műsorukban. És megintcsak nem úgy, mint Szilágyi János, korábban. De ezt a fajta intimitást egy – hangsúlyozom – irritációban élő tizenéves generáció számára Csiszár kétharmad részt jól használja ki. Válságos pillanatokban vagy élethelyzetekben tud, olykor ironikusan, olykor durván vagy nagy csavarok árán mentőkötelet nyújtani, vagy legalább is átlendíteni fiatalokat és nem fiatalokat nehéz pontokon, ami tiszteltre méltó. Bár a hallgatók többsége fiatal, nagyon érdekes, hogy könnyebben talál hangot a tinédzserek mellett a nagymamákkal, mint a középkor-osztállyal. A betelefonáló nagymamák közül sokkal több érti meg Csiszár szándékait, ha nem is azonosul az ízlé-

sével, mintsem a közép-generáció tagjai. Ezután nézzük, melyik az az egyharmad, ami nem tetszik. Előrebocsátom: nagy megterhelés hetente ötször másfél órán át adásban lenni. Ez is magyarázza, hogy sokszor előfordul: Csiszár egy jó poénért föladja azt az emberi hangot, azt az intenzív totalitást, amit kétharmad részben jól csinál. Amikor például a fiatalok teljesen érthető szexuális érdeklődését nem a dolog fiatalosan intim és akár érdes kezelésével, hanem egy nyegle verbális megoldással vagy közhelyekkel pró-

36 K É K

bálja kielégíteni, sőt gerjeszteni. Amikor nyelvi poénokat ad abszurdum visz – nem a kukacról van szó, mert ez jó poén és nyelvi lelemény, nem is az óvszer-reklámról, amit helyeslek. De némelykor elcsúszik, izléstelen, és egyszer-szeder egyszer méltánytalanul durva, olykor pedig nem engedi beszélni az iránta bizalommal levő telefonálót. Bizonyára ezeket a problémákat elmondják neki a Petőfi rádió vezetői is. A lényeg: nem az a kérdés, helye van-e egy kereskedelmi műsornak a közszolgálati rádióban, mert Csiszár közszolgálati műsort csinál. Lehet, hogy még nem egészen jól csinálja. Mindenesetre drukkolok – lévén, hogy tetszik a kísérlet iránya – neki, hogy megtalálja azt a számára is működtethető

keretet, amelyben a fiatalosság, az érdesség és a tapintat létrehozza azt a humánus intenzív totalitást, amit egy ilyen műsortól is el lehet várni. Szurkolok neki és a hallgatóknak, mert Csiszár még olykor kulturális ismeretében is hatásosabb, függetlenül attól, hogy egyénileg mennyire művelt, mint egy hagyományos kulturális ismeretterjesztő műsor. Ugyanakkor nem baj, ha kritizálják, még ha támadják is; egyedül az nem lenne jó, ha hisztéria alakulna ki körülötte. Főleg valamiféle konzervatív-morálprédikációs vagy nemzetieskedő hisztéria nem tenne jót, mert persze lehet unalmas, a fiatalokat elidegenítő műsorokat csinálni, de ez nem lehet cél, miként az olyan adás, sem amely csupán a hallgatottság bármi áron történő növelését célozza meg. Ajánlatos viszont, hogy egyszersmind mások is megkapják – persze más tematikával és hangvétellel – a Csiszáréhoz hasonló kiugrási lehetőségeket, mert belső versenyre van szükség abban, ki hogyan tudja újszerű lehetőségekkel, megnyerni a hallgatókat.

– *Csiszár átcsábítása mögött a közrádióknak részben az a súlyos gondja húzódik meg, hogy elöregszik a hallgatótábor, a fiatal nemzedékek zömmel más rádiókon szocializálódnak. Ezen kívül külön fejtörést okoz, milyen legyen a Petőfi adó vonzó műsorprofilja.*

– A hallgatottság csökkenésében két dolog találkozik. Részben a műsorkínálattal szembeni elégedetlenség, illetve a kereskedelmi rádiók vonzóbb kínálata, részben pedig egy technikai

ellehetetlenülés. A Petőfi rádió január óta hallgatói mintegy egynegyedét vesztette el, de ez a szám nagyjából azonos azoknak a hallgatóknak a számával, akik korábban csak középhullámon vagy csak régi URH-sávon tudták fogni az adást. A korszerű, CCIR-hullámsávra történt átállás kizárta azokat, akiknek készülékén ez a sáv nem áll rendelkezésre. Főleg idős, vidéki hallgatókról van szó. Ennek megfelelően a Kossuth hallgatótáborának növekedése mögött sem feltétlenül a műsor látványos javulása keresendő, hanem az, hogy az említett réteg kényyszerűségből áttért a középhullámú Kossuthra. Ezek a készülékhasználati problémák nem elhanyagolhatóak, és jó lenne új ötleteket kitalálni, hogyan tudnánk a hallgatókat jobban tájékoztatni a vételi lehetőségekről és a korszerű rádiókészülékekről. A kereskedelmi expanziót össze kellene kapcsolni a műsorpropagandával.

Ami a Petőfi műsorkínálatát illeti, az alapdilemma a következő: korszerű lehet-e egy olyan program, amelyik nemcsak egyetlen korosztályt, társadalmi réteget, műfajt céloz meg? Nagyjából kezd kialakulni, hogy a Bartók a komolyzene és az irodalmi kultúra adója. Az is világos, hogy a Kossuth beszélő rádió, amely az óránkénti hírszolgáltatással, politikai-közéleti adásaival és az ezek közé ékelődő kulturális és zenei műsoraival alapvetően információs igényt elégít ki. A Petőfi két nagy, polárisan elkülönülő társadalmi csoport érdeklődésére igyekszik építeni, az egyik a nyugdíjasok, az otthon rádiózók köre – ők igénylik a zenei kínálatból a legtöbb magyar nótát, operettet és népzenei, de

nekik készülnek a nyugdíjasoknak szóló sajátos műsorok is – , a másik pedig a legfiatalabb generáció. Vannak, akik azt állítják, hogy ez feloldhatatlan ellentmondás. Én nem vagyok ilyen magabiztos. Persze, jobb volna, ha lenne egy negyedik közszolgálati program, mert akkor ki lehetne tisztítani a profilokat. Ha tehát álmodozunk, akkor én így álmodnék. De a jelenlegi helyzetben inkább azt mondom, mind a két nézőtábor sávján belül kellene dinamizálni, kreatívabbá tenni az adásokat. Nem hiszem, hogy eleve vesztes ez a hibrid-kínálat.

Ugyanakkor azt sem tartom szentségtörésnek, hogy a közrádió hosszabb távon megcélozzon egy négycsatornás adásrendet. A fejlett nyugat-európai közszolgálati rádiók általában négy vagy öt programmal rendelkeznek. Emellett működne a mára kiépült regionális hálózat, amelyen belül a vidéki stúdiók a mostani napi tizenhat órás adásból tízben már összekapcsolódnak, közös műsort sugároznak. Ez utóbbiban is sok lehetőség van még. S mindez legalább olyan versenyt jelent a három országos közszolgálati program számára, mint amennyire a vidéki napilapok számítanak az országos újságok konkurenseinek.

– Bár az imént azt említetted, nagyjából kialakulnak tekinthető a Bartók profilja, mégis hadd adjak hangot az ezzel kapcsolatos kétségeknél is. Ami a totalitás iránti igényünket illeti, az ezen az adón valóban kiélégülhet, hiszen elhangozhatnak teljes és akár nagyon hosszú zeneművek, operák, irodalmi és rádiós dramaturgiai alkotások, színházi előadások, beszélgetések. Ugyanakkor nagyon ala-

csony a hallgatottság, hosszabb időszakokban csupán tizenöt-húszezren követik az adást, némelykor ennél is kevesebben. Emiatt már azt a vélemény is megfogalmazódott, hogy sokkal gazdaságosabb és hatékonyabb lenne időnként egy-egy CD-lemezt küldeni ennek a párezer embernek, mintsem az adót fenntartani. Nem luxus-e manapság egy olyan önálló értelmiségi programot finanszírozni Magyarországon, amelyet az értelmiségnek is csak egy töredéke hallgat?

– Be kell vallanom, én is sokkal ritkábban hallgatom a Bartókot, mint azt zeneszeretetem és rádiós elkötelezettségem diktálná. Egy paradoxonnal kezdeném: attól, hogy egy adó kulturális, még nem kell, hogy unalmas legyen. Ez így persze nem vonatkozik a Bartókra, csak általános tétel. Mint ahogy ez is: attól, hogy valami tömör, nem biztos, hogy felületes. Természetesen a Bartók rádióknak lehetőleg teljességében kell közvetítenie a zeneműveket. De biztos, hogy ennek az adónak a szerkezete, hangvétele is rászorul, hogy az új kihívásoknak megfelelően korszerűsödjön. Felmerültek olyan javaslatok, hogy a Bartókot Classic FM típusú programmá alakítsák át, aminek az a lényege, hogy a közvetített komolyzene, amelynek hátán a reklámot eladják, a legnépszerűbb műveket fragmentálja. Én ezzel az iránnyal nem tudnék azonosulni, noha elismerem, hogy a Bartókon is a mainál sokkal változatosabb zenei és prózai programra van szükség. Jónak látszik az a kísérlet, hogy nemcsak a reggeli, hanem a délutáni komolyzenei sávban is

érdekes személyiségek moderátori szereplései próbálják érdekesebbé tenni a produkciót, bár még nem mindig találják meg a hallgatóság számára kellemően vonzó hangúakat. Nem lehet persze a Bartókra „terhelni” mindazt a kulturális adást, amire másutt nem maradt idő, mert ennek az adónak a programja is „vegyesfelvágottá” silányul, ha nem belső logika szerint építkezik. Mondom ezt annak ellenére, hogy az előbbieken éppen én szorgalmaztam gyerekműsorok itteni kipróbálását – abból kiindulva, hogy a Bar-

tók CCIR-sávját a gyerekek könnyebben elérhetik, mint egyes felnőtt hallgatói csoportok. De hogy tömörebben válaszoljak a kérdésre: nem tartom elfogadhatatlannak, ha alkalmanként nyolc-tízezer hallgatója van egy-egy kortárs zeneműnek, ez az adott műfajban jelentős közönségnek számít, amely az élményt azután tovább sugározza. S korántsem „drágább” – és hatásában sem ugyanaz –, mintha e közönség CD-én érné el a műveket. Én tehát minden erőmmel védném az adó komolyzenei és kulturális főprofilját, de ugyancsak mindent beleadnék, hogy e műfaji és minőségi keretek között megújulás történjen.

– Szóba került már, hogy az évtized közepén csorbát szenvedett a kulturális mecenatúra a súlyos finansziális problémák miatt. A tavalyi évről szóló kuratóriumi beszámoló szerint azonban javult a rádió anyagi helyzete. A legutóbbi hírek már kifejezetten okot adnak a derűlátásra. Hosszabb távon hogyan alakulhatnak a közrádió működésének anyagi feltételei?

– Nincs abszolút biztosíték arra, hogy minden rendben lesz. A média-

MÉDIA ÉS KULTÚRA

komat, elsősorban az MTV-t, hogy takarékosabban gazdálkodjanak, próbálják a belső megújulással is enyhíteni a költségterheket. Ezt elvileg el lehet fogadni. A gyakorlatban azonban, ha sikerül kiegyenlíteni a tartozásokat és egyensúlyi helyzet áll be – a Rádióban ez történt –, akkor már „csak” az kell, hogy legyen végre kiszámítható a médiatörvény gyakorlata, illetve az Országgyűlés mindenkorli határozata abban, hogyan fog alakulni a finanszírozás. Jónak látszik az az ideai megoldás, hogy – az eredeti rendelkezéssel szemben – nem a közalapítványon keresztül finanszírozza a költségvetés a részvénytársaságnak az Antenna Hungáriát megillető sugárzási költségeket, hanem a költségvetési törvényben rögzíti: melyek azok a közszolgálati programok, amelyekért a törvényhozás közvetlenül a Kincstáron keresztül fizet a műsorszórónak. Így azonban minden évben újra kell tárgyalni, hány órát sugározzon a Magyar Rádió (és az MTV), ami nem szerencsés. Mint ahogy az sem jó, ha a médiumokon „verik le” annak következményét, hogy az Antenna Hungaria monopolvállalatként állapíthatja meg a sugárzási árakat. Elodázhatatlan, de a lakosság számára fájdalmas dolog, hogy emeljék a Rádió finanszírozásának másik nagy forrását, az úgynevezett üzembentartási (régiben: TV-előfizetési) díjat, amely jelenleg 530 forint havonta. Ezt osztják el a két köztvév és a közrádió között. Ez az összeg ma mintegy a felét éri annak, mint néhány évvel ezelőtt. Újabb eladósodási spirálba kerül a rádió is, a té-

vé is, ha ezt a fontos bevételi forrást az Országgyűlés hagyja elértéktelenedni. Kénytelen leszek javasolni, hogy – a szociális szempontokat is figyelembe véve – a T. Ház hozzon döntést az emelésről. Ezen kívül a médiatörvény kétféle céltámogatást is lehetővé tesz a közrádió számára: a művészeti együttetések és a külföldi adások közfinanszírozását. Zenei együttéseire tavaly kapott támogatást a rádió, de a külföldi adásaira nem. Az idén pedig egyáltalán nem kapott. Ez ugyan közvetlenül nem teszi kockára a zenei együttések működését 1998-ban, de nem tudhatjuk még, mi lesz jövőre. És mivel itt egy olyan tevékenységről van szó, amely nem köthető közvetlenül és kizárólag a rádió közszolgálati funkciójához, mert az együttéseknek nemzeti kulturális funkciójuk is van, ezt az Országgyűlésnek támogatnia kellene. Ugyanez a helyzet a külföldi adásokkal. A kilencvenes évek elején voltak olyan elképzelések, hogy ezeket az adásokat meg lehetne szüntetni, azonban figyelembe kellett venni, hogy ez hátrányosan érintené részben a határon túl élő magyar hallgatókat, azon kívül egy kultúrdiplomáciai missziót, az országkép-bemutatást is sértené – különös tekintettel az euroatlanti integrációból ránk háruló feladatokra. Ezért feltétlenül indokolt, hogy ez a tevékenység külön támogatásban részesüljön. Végül van egy további lehetőség is – a reklámozást nem számítva –, a különféle alapítványi támogatások megszerzése. Ebben még kevés történt. Nem indult el a törvény által felállítandó Műsorszolgáltatói Alap működése, amelyből közszolgálati műsorok készítéséhez lehet támogatásokat kér-

törvény finanszírozási szabályai eddig egyetlen évben sem teljesültek maradéktalanul. Az első, 1996-os évet óriási adósságokkal kezdték az létrejövő média-részvénytársaságok. 1997-re pedig éppen a sugárzási költségeket terhelő adósságok „leírása” miatt nem adta meg az Országgyűlés az előírt költségvetési támogatás teljes összegét, hanem annak csak 57 százalékát. Nem akarom erkölcsi fölényrel minősíteni a Parlamentet, de tény, hogy eddig egyszer sem tartotta, amit vállalt, hiszen az ideai költségvetést tartalmazó törvénnyel is módosult a médiafinanszírozás korábban elhatározott formája, mértéke. Nyilvánvaló, hogy a pénzügyi kormányzat és a törvényhozás igyekszik rászorítani a közmédiu-

ni. De sok egyéb belföldi és külföldi alapítványnál is szerencsét lehetne próbálni, amit a rádióban szorgalmazni kell. Mindezt kiegészítve a közszolgálati ágat nem veszélyeztető, sőt erősítő reklámtevékenységgel és a

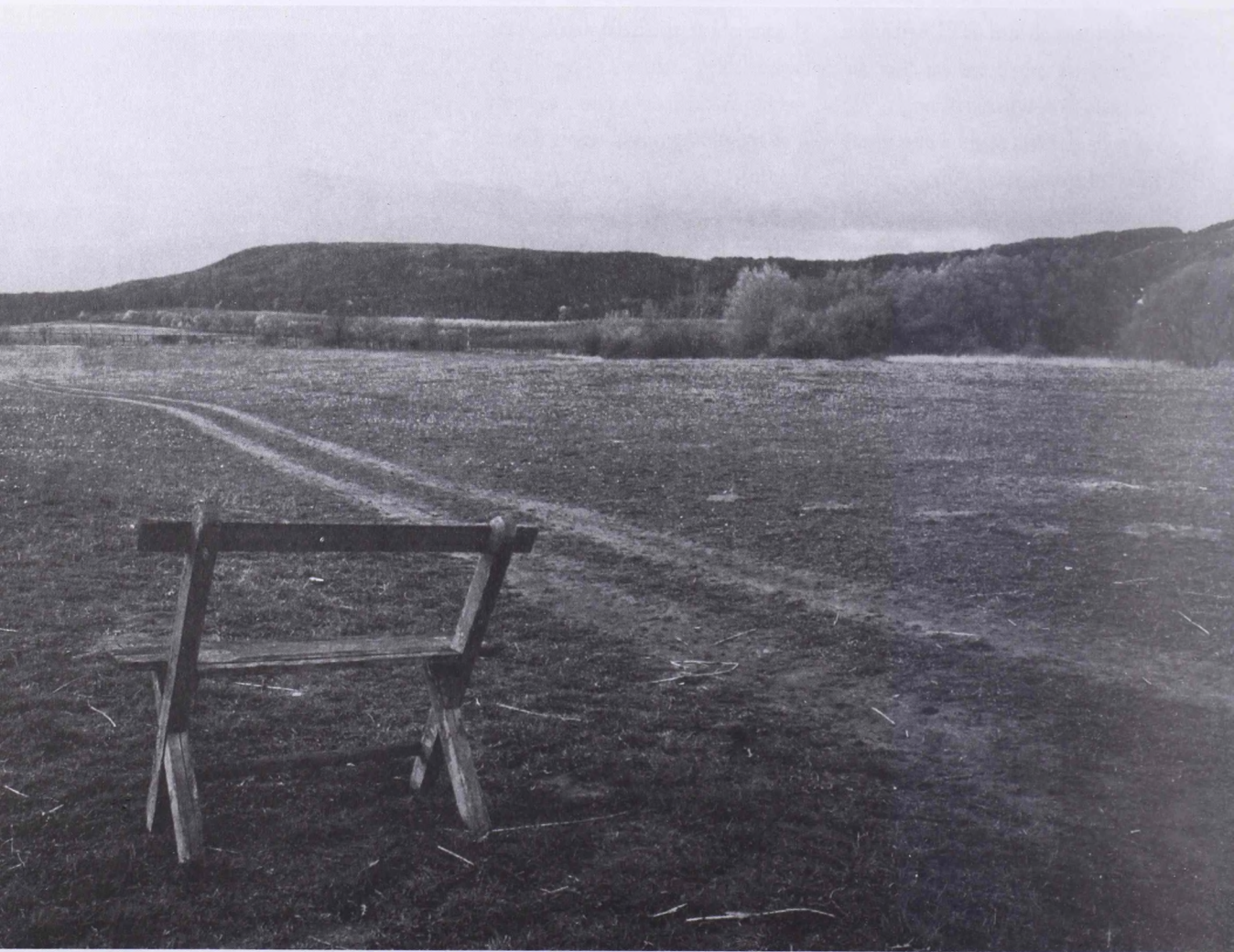
MÉDIA ÉS KULTÚRA

rádiós szellemi kincs másodlagos hasznosításával – a CD- és könyvkiadásra gondolkodok – a finanszírozás fenntartható, stabilizálható. Az említett problé-

mák, a sok bizonytalansági tényező miatt azonban egyelőre még nem zárható ki egy újabb anyagi válság, adósságspirál kialakulásának veszélye.

(A beszélgetés 1998. május 19-én készült.)





I. A hagyományos közszolgálati válsága

A rádiózásban közszolgálati műsorszolgáltatásnak hagyományosan bizonyos műsортípusok – például tájékoztató és hírműsorok, kulturális és oktatóprogramok – rendszeres sugárzását tekintik. Az újságírók, a törvényhozók és a médiakutatók a hagyományos közszolgálati rádiók mellett rendszerint ebből a szempontból közelítik meg és értékelik a rádiózás két másik alaptípusát, a kereskedelmi

amely elengedhetetlen a társadalmi folytonosság fenntartásához és a politikai rend megőrzéséhez.

A közszolgálati rádió fogantatásától, vagyis a húszas évektől kezdve a legtöbb nyugat-európai országban évtizedeken keresztül műsorszolgáltatási monopóliumot élvezett. Privilegizált helyzete szorosan összefüggött azzal, hogy évtizedeken keresztül meghatározhatta mind a szakma, mind a rádióhallgató közönség, mind pedig a politika által a rádiózásról kialakított képet. A közszolgálati műsorszorgálat-

Bajomi-Lázár Péter

A közszolgálati alakváltozásai a nyugat-európai rádiózásban*

41
K É K

és a közösségi műsorszorgálatot is.

E nézőpont dominanciáját a rádiózás európai fejlődési útja magyarázza. A legtöbb nyugat-európai demokráciában az állami felügyelet alatt álló közszolgálati rádiók a *British Broadcasting Corporation* műsorszórási hagyományait követték. E hagyományok szerint a közrádió feladata az, hogy közéleti és politikai kérdésekben tájékoztassa a közönséget. Ugyanakkor célja az is, hogy a klasszikus művészetek élvezetére tanítsa hallgatóit. Általában az a szerepe, hogy továbbítsa azt az évtizedeken vagy évszázadokon keresztül felhalmozott társadalmi tudást,

tás hagyományos eszménye bekerült a médiatörvényekbe és a közrádiók belső szabályzataiba, de maguk az újságírók is sokszor interiorizálták a benne megtestesülő értékrendet.

Pedig a közszolgálati bevett értelmezése ma már korántsem magától értetődő. A rádiófonía szerkezetének átalakulása, különösen a magánbefektetők által üzemeltetett kereskedelmi állomások és az egyesületek által működtetett közösségi rádiók megjelenése az elmúlt évtizedekben átalakította a rádiózással kapcsolatos közgondolkodást és a rádiók társadalmi szerepének megítélését. A hagyományos közszol-

* Az alábbi tanulmány részlet a szerző *Szmokingban a mikrofon előtt, A közszolgálati alakváltozása a nyugat-európai rádiózásban* című kötetéből, amely várhatóan ez év végén jelenik meg az Új Mandátum kiadó gondozásában

galati műsorszolgáltatás népszerűsége csökkent. A nyugat-európai országokban mind kevesebben hallgatják a közrádiók műsorát, és mind többen a magán – azaz kereskedelmi vagy közösségi – rádiókat.

Az elmúlt évtizedekben megkérdőjeleződött a közrádió privilegizált helyzete. A legtöbb nyugat-európai országban (csakúgy, mint a fiatal közép- és kelet-európai demokráciákban) megszűnt az állam műsorgárzói monopóliuma. Csökkent a közszolgálati rádióban dolgozó újságírók tár-

sága csökkent, megjelentek a közszolgáltatás értelmezésének alternatív formái. A kereskedelmi és közösségi rádiók hívei másképpen értelmezik a közszolgáltatást és a rádiók társadalmi-politikai szerepét, mint a hagyományos közszolgálati rádiók újságírói. A közszolgáltatás hagyományos koncepciójában még a paternalista-normatív elemek domináltak. Lord John Reith, a BBC első igazgatója és műsorpolitikájának kidolgozója még az „oktatásban és a nevelésben” látta a rádiózás célját, és azt vallotta, hogy a közönségnek „egy kevéssel jobbat kell kapnia annál, amiről azt hiszi, kapni szeretne” (Crisell 1994:21-22). Az ausztrál származású Rupert Murdoch, az egyik nemzetközi kereskedelmi média-hálózat tulajdonosa viszont már így fogalmazott: „bárki, aki – törvényes keretek között – azt a szolgáltatást nyújtja, elérhető áron, amelyre a közönségnek igénye van, közszolgálati feladatot lát el” (Keane 1991:121). A közösségi rádiózás aktivistái szerint pedig a közszolgálatat a hátrányos helyzetű társadalmi rétegek felemelése, a társadalmi egyenlőtlenségek kiegyenlítése jelenti. E koncepció szerint a rádió a társadalmi-politikai érdekérvényesítés eszköze (Curran 1991:29-30).

A közszolgáltatás tehát ma már nem stabil, hanem olyan rugalmas eszmény, amelyet a média világának különböző szereplői más-más időpontokban és helyszíneken másképpen definiálnak. A gyakorlatban és a médiatörvényekben azonban továbbra is a hagyományos értelemben vett közszolgálati műsorszórás tekintik mérvadónak.

2. Társadalmi változások

A húszas években működésbe lépett közrádiók hagyományos koncepciója magán viseli koruk társadalmi-kulturális valóságának számos jegyét. Az azóta eltelt évtizedekben azonban jelentős mértékben megváltozott az a társadalmi és kulturális légkör, amely működésük feltételeit is meghatározta. A változások legfontosabb trendjeit a következőkben foglalhatjuk össze:

A fokozódó urbanizáció, az iskolázottság növekedése, a technológiai fejlődés és a piac expanziója nyomán megnőtt a társadalmi mobilitás (Weymouth & Lamizet 1996:13-30). Átalakult a különféle társadalmi csoportok viszonya. Különböző értékrendek keveredtek.

Megnőtt a világ: a homogén társadalom helyét heterogén váltotta fel. A sokszínűség, a választás élménye mindennapos tapasztalattá vált. A „főáramú” és a „marginális” fogalma mind nehezebben értelmezhető. A kulturális és társadalmi értékek relativizálódtak.

A háború után felnőtt a „babyboom” generáció, amely értékrendjében és életmódjában már más normákat követett, mint szülei. A gazdasági fel lendülésnek köszönhetően életmódjában fontos szerepet kapott a fogyasztás. Kultúrájában pedig meghatározó volt a függetlenség élménye. Megnőtt az individualizmus értéke.

Az iskolázottság növekedése, a társadalmi mobilitás fokozódás nyomán megváltozott az állampolgár és a politikai intézményrendszer viszonya. Az állampolgárok és a helyi intézmények növekvő autonómiaja mellett megkérdőjeleződött az állami beavat-

sadalmi presztízse. És miközben mind kevesebben hallgatják a hagyományos közszolgálati rádiókat, egyre többen fogalmazzák meg a kérdést: mi indokolja, hogy az állami rádiót közpénzekből tartsák fenn?

A közrádió válságban van. Az elmúlt két évtizedben a klasszikus közműsorszolgáltatók – például a BBC, a *Radio France* vagy a *Radiotelevisione italiana* – megpróbálták alkalmazkodni a változó körülményekhez és a közönség új elvárásaihoz. Újra és újra átszervezték intézményeiket és módosították műsorprofiljukat. Mindezidáig azonban nem sikerült hallgatóságuk csökkenését megállítaniuk.

Miközben a közszolgáltatás hagyományos koncepciójának elismert-

kozás szükségessége. Az önállóság növelésére tett kísérletek ugyanakkor aláásták a centralizált politikai és gazdasági irányítás legitimitását. Megjelentek az érdekérvényesítés új formái – például a regionális sajtó és a helyi rádióállomások formájában.

A nemzeti állam koncepciója korábban a közgondolkodás és a politika egyik szervező elve volt. Az elmúlt évtizedekben azonban megnőtt a helyi szerveződések és a nemzetközi intézményrendszerek szerepe. A nemzeti állam (és az azt képviselő intézmények, így a közmédia) szervező és integráló ereje csökkent (Kovács 1995:63-74).

Az egykor a szektor egyetlen szereplőiként működő közrádióknak e változások nyomán számos közvetlen kihívással kellett szembenézniük. Megjelentek azok a versenytársak, amelyek koncepciójuk és műsorpolitikájuk folyamatos átalakítására és frissítésére kényszerítették a hagyományos közszolgálati műsoralkotókat.

A harmincas években Nyugat-Európában is színre léptek az amerikai mintákat követő első kereskedelmi rádiók. A *Radio Normandie* (1931) vagy a *Radio Luxembourg* (1933) például francia és angol területre is sugározta műsorát, megsértve ezzel az ottani állami közrádiók monopóliumát – ám elcsábítva közönségük jelentős részét. A negyvenes évek végén megjelent a rádió legveszélyesebb riválisa: a televízió. Az ötvenes évekre mindenhol népszerűvé váló médium gyökeresen átalakította a rádióhallgatási szokásokat. Mindenekelőtt az esti órák közönségét vonzotta magához. Ugyanakkor

a rádiót másodlagos médiummá tette: a rádióműsorok hallgatása háttértevékenységgé vált. A hírek és a szórakoztató műsorok híveinek figyelmét a képes beszámolók, a látványos műsorok kötötték le.

A hatvanas években megjelentek az Északi tengeren azok a kalózádiók is – például a *Radio Caroline* (1964) és a *Radio London* (1965) -, amelyek fiataloknak szóló, könnyűzenéből álló műsoraikkal óriási népszerűséget vívtak ki maguknak, és rövid idő alatt elhódították a hagyományos közszolgálati rádiók hallgatóságának jó részét. A hetvenes évek közepén pedig Európa-szerte színre léptek a közösségi rádiók, amelyek elsősorban a területi, etnikai vagy kulturális alapon szerveződő közösségeknek sugároztak műsorait.

A társadalmi-kulturális környezet átalakulása, illetve a szektorban bekövetkezett változások hatására fokozatosan átalakult a közszolgálati koncepciója is. A következőkben e változások legfontosabb trendjeit vesszük sorra.

3. A közszolgálati koncepció változásai

A közszolgálati koncepció változásait két szinten vizsgálhatjuk. Egyrészt azokat a radikálisan új koncepciókat kell felidézniük, amelyek az elmúlt évtizedekben megjelentek a nyugat-európai rádiófoniaiában. Ide tartozik a kereskedelmi és a közösségi rádiózás koncepciója. Másrészt azt az átalakulást kell számba vennünk, amely a közszol-

gálati koncepció három alternatív paradigmáján belül ment végbe. Vagyis azt kell megvizsgálnunk, hogy az elmúlt évtizedekben milyen változáson ment keresztül a nagy nyugat-európai közrádiók, a kereskedelmi és a közösségi adók műsorpolitikája.

3.1. A közszolgálati koncepció alternatívái

A tágabban értelmezett közszolgálati koncepció három legmarkánsabb koncepciója a hagyományos közszolgálati

modell, a kereskedelmi vagy piaci, valamint a közösségi vagy közvetlen demokratikus modell volt. Ezeket a következők jellemzik:

A hagyományos közszolgálati modell több különböző, ám egymáshoz sok ponton kapcsolódó hagyományelemből áll. Ezek abból indulnak ki, hogy a közszolgálati rádió a politikai intézményrendszer szerves része, és mint ilyen, politikai szocializációs, kulturálisközvetítő és nemzeti integrációs feladatokat lát el.

A közszolgálati rádió tehát olyan vitafórumot kínál, amelyen a közügyekkel kapcsolatos álláspontok nyilvánosan artikulálódhatnak, lehetőséget kínálva a hallgatóknak az érvek és az ellenérvek mérlegelésére. Vagyis

információkat közvetít, és képessé teszi az embereket arra, hogy a választások, referendumok alkalmával a legbölcsebb döntést hozzák. A közzérádióknak ezért részrehajlás nélkül, objektív módon kell tájékoztatnia. E koncepció szerint a közszolgálati média hozzájárul ahhoz, hogy a népszuverenitás elve a gyakorlatban is megvalósuljon (Owen 1993:18).

A közszolgálati rádió – az iskolaszerkezethez hasonló módon – szerepet játszik a többségi társadalom értékrendjének átadásában. Ugyanakkor

MÉDIA ÉS KULTÚRA

A közszolgálati média tükrözi és megerősíti a nemzet egységét és az ország kulturális homogenitását. E koncepció a nemzetállam hagyományos felfogását erősíti. A közzérádió egyfajta integrációs szerepet tölt be a társadalomban.

Válságos időkben – természeti katasztrófák vagy háborúk idején – a közszolgálati média a kormányzat szócsöve. Feladata, hogy a kormány üzeneteit közvetítse a lakosságnak.

A *kereskedelmi vagy piaci modell* arra az elvre épül, hogy a média kínálatának a közönség keresletéből kell kiindulnia (Lázár 1995:32). A műsor-szolgáltatók közötti szabad versenyt hirdeti. A piacot a különböző igények leghatékonyabb közvetítőjének tekintik. E koncepció hívei szerint a szabad piac mechanizmusai a média szakosodásához, így a rétegigények kielégítéséhez, vagyis a plurális és sokszínű kínálat kialakulásához vezetnek. E rendszerben maguk a kereskedelmi rádiók testesítik meg a piac logikáját: céljuk a közönség elvárásainak minél tökéletesebb kielégítése, az igények változásainak folyamatos felmérése. E koncepció hívei szerint a kereskedelmi rádió tulajdonképpen magát a közakaratot testesíti meg.

A kereskedelmi rádiózás hívei a szektor deregulációja, az állam szabályozó szerepének erőteljes korlátozása mellett érvelnek. Szerintük a médiának mind a kormánytól, mind a parlamenttől függetlennek kell lennie ahhoz, hogy megőrizhesse kritikus hangját. Az így felfogott rádiózást őr-kutyá (*public watchdog*) modellnek is

nevezik is. Úgy gondolják, a médiának folyamatosan örködniük kell afölött, hogy a politikusok és közalkalmazottak nem élnek-e vissza a rájuk ruházott hatalommal (Curran 1991:84-85). A gazdaságilag a piactól függő, ám szervezetileg az államtól független kereskedelmi média hívei szerint erre a szerepre a központi költségvetésből finanszírozott és a mindenkori politikai erőviszonyoktól függő közmédia nem alkalmas.

A kereskedelmi média legfontosabb funkciója azonban a szórakoztatás. Ám ez – érvelnek a koncepció hívei – korántsem öncélú. „A szórakozás lehetőséget teremt arra, hogy az ember feltárja, megismerje és kifejezze saját személyiségét és a többi emberhez fűződő viszonyát... A média e funkciója, az általa közvetített szórakoztató tartalmak (*human interest stories*) lehetőséget kínálnak a társadalom feldolgozására és megértésére is” (Curran 1991:34).

A *közösségi vagy közvetlen demokratikus modell* a médiát a politikai intézményrendszerrel párhuzamos, ám attól független társadalmi intézménynek tekintik. Legfontosabb feladata az, hogy ellensúlyozza a politikai intézményrendszer hiányosságait. Az a cél vezérli, hogy az alulreprezentált és hátrányos helyzetű társadalmi csoportok, kulturális, etnikai vagy nemzeti kisebbségek lehetőséget kapjanak arra, hogy a médiában a lakossághoz viszonyított arányuknál többet szerepeljenek vagy létrehozzák saját médiumaikat, és nyilvánosan beszélhessenek az őket foglalkoztató kérdésekről. E koncepció hívei a piaci szabadsággal szemben az egyenlőségre, pontosabban

segít az emberek életében és környezetében végbemenő változások megértésében és feldolgozásában, az új társadalmi konszenzus kialakításában. A közszolgálati média oktató-nevelő szerepet tölt be. Klasszikus vagy „magas” kultúrát sugároz, azzal a céllal, hogy csiszolja a hallgatók-nézők ízlését. E nyíltan elitista koncepció figyelmen kívül hagyja a kereslet és a kínálat törvényeit. Műsorpolitikáját a „minőségi műsorgyártásra” való hivatkozással kívánja elfogadtatni. Eszerint a minőséget azok a kulturális javak jelentik, amelyek „kiállják az idő próbáját”. A posztmodern értékek, a „három perces” kultúra ugyanakkor lényegében kiszorul az effajta műsorból.

az esélyegyenlőségre helyezik a hangsúlyt. Azt követelik, hogy azok a csoportok, amelyek nem rendelkeznek a médiába való belépéshez szükséges forrásokkal, kapjanak kedvezményeket vagy támogatást az államtól – mind anyagilag, mind pedig a frekvenciák kijelölése során.

A közösségi rádiózás hívei elutasítják a hagyományos közszolgálati műsorszórást. Úgy vélik, az – hasonlóan a politikai intézményrendszerhez – a többségi elven alapul, és a többség értékrendjét közvetíti. Ugyanakkor kizorulnak belőle a kisebbségek, az egyéni és csoportos partikularitások. De elutasítják a hagyományos közszolgálatosság mögött rejlő elitista és paternalisztikus koncepciót is.

És persze elutasítják a kereskedelmi rádiózást is. Úgy vélik, a fizetett hirdetések sugárzása ellentmond az újságírói autonómia eszményének. A hirdetésekben élő rádióállomás nem fogja azokat a gazdasági vagy politikai csoportokat kritizálni, amelyek műsorait finanszírozzák. A kereskedelmi média ezért szerintük alkalmatlan az örktutya szerepére.

A közösségi rádiók olyan aktív állami szerepvállalást követelnek, amely megkönnyíti a közösségek belépését a szektorba. E tekintetben koncepciójukat a *dirigiste* címkével jellemzik. Finanszírozásuk szempontjából redistribúciónak nevezhetjük.¹

A három koncepció² rendszerint különböző mértékben érvényesül a nyugat-európai országok törvényeiben. A közszolgálatosság hagyományos koncepciója többnyire ma is különleges helyzetben van. Egyrészt abban az értelemben, hogy a közrádiót közpénzek-

ből finanszírozzák, és fenntartják számára a legjobb frekvenciákat. Másrészt pedig abban az értelemben, hogy a médiatörvények rendszerint előírják a kereskedelmi műsorszolgáltatóknak a tájékoztató műsorok, illetve a hazai gyártású programok arányát – vagyis a hagyományos értelemben vett közszolgálati feladatok betöltésére kötelezik őket.

Egyes nyugat-európai országokban – például Nagy-Britanniában – a kereskedelmi rádióknak kedvező deregulációs folyamat indult el az elmúlt évtizedben. Csökkentették a műsorkvótákat és a technikai előírások szigorát. Ugyanitt több ízben is felmerült az a javaslat is, hogy – eltörülve az előfizetési díjak és a központi támogatás intézményét – a közrádió működését piaci alapokra helyezték. Ezeket a javaslatokat azonban a törvényhozók nem támogatták. A hagyományos

a frekvenciaspektrum egy részét (közel harmadát) fenntartja számukra.

3.2. A műsorok

A hagyományos közszolgálati, a kereskedelmi és a közösségi rádiókat markánsan megkülönböztette egymástól műsorpolitikájuk és hangvételük. Különböző profilú adásait különböző közösségeknek szánták. Működési feltételeik és műsorpolitikájuk legfontosabb sajátosságait az 1. táblázat összegzi.

1. táblázat
A közszolgálati, kereskedelmi és közösségi rádiók működési feltételei és műsorpolitikája

	Közszolgálati rádió	Kereskedelmi rádió	Közösségi rádió
Tulajdonos	állam	magánbefektetők	egyesületek
Vételkörzet	országos	helyi/regionális	helyi/regionális
Célcsoport	az egész népesség	behátárolt csoportok	behátárolt csoportok
Funkció	tájékoztatás és nevelés	szórakoztatás	politikai/kulturális propaganda
Politikai orientáció	politikailag semleges	apolitikus	politikailag elkötelezett
Műsor- struktúra	egyedi műsoregységek	folyamatos zene és hírek	kötetlen

közszolgálati média ma is különleges kiváltságokat élvez.

A rádiózás közösségi koncepciója pedig csak néhány országban – például Franciaországban – került be a törvénykönyvekbe. Az állam itt feladatának tekinti az ilyen rádiók támogatását mind anyagilag, mind azzal, hogy

A kereskedelmi és közösségi rádiók sikere nemcsak abban rejlett, hogy más, a közönséget jobban vonzó témákra fektették a hangsúlyt, mint a közrádiók. Újrafogalmazták a rádiók és a közönség viszonyát is. Új hangnemet alakítottak ki. Lecsökkentették azt a távolságot, amely az átlagos hall-

gatót a műsorkészítőtől elválasztja. Viszonyukat egyenrangúbbá tették. Legfontosabb jellemzőik e tekintetben az alábbiak:

MÉDIA ÉS KULTÚRA

Az elmúlt évtizedekben a közszolgálati rádiók új csatornákat indítottak. Jellemző a csatornák közötti sza-

Miközben csökkent a didaktikus és paternalisztikus műsorok aránya, megnőtt a dinamizmust és rugalmasságot sugárzó programoké. Előtérbe kerültek a szórakoztató és politikai-tájékoztató műsorok, miközben a klasszikus kultúrát feldolgozó programok a háttérbe szorultak.

2. táblázat
Az egyes típusok és a közönség viszonya

	Közszolgálati rádió	Kereskedelmi rádió	Közösségi rádió
Nyelvezet	ünnepélyes, paternalisztikus	dinamikus, közvetlen	dinamikus, közvetlen
Bemondó	„decens”	„nonkonformista”	„nonkonformista”
Hallgató	„kliens”, távoli	„barát”, közeli	„barát”, közeli
Műsorpolitika	normatív	piac-orientált	normatív
A rádiózás felfogása általában	küldetés	szolgáltatás	küldetés

3.4. A kereskedelmi és közösségi rádiók fejlődése

Az elmúlt három évtizedben a kereskedelmi rádiók is átalakultak. A hatvanas években az Északi tengeren megjelenő kereskedelmi kalózok, később pedig szárazföldi kollégáik közvetlen stílusukkal, dinamizmusukkal, a fiataloknak szóló könnyűzenei műsoraikkal még szöges ellentétben álltak a kortárs közszolgálati rádió ünnepélyes hangvételű, paternalisztikus hangnemű, a klasszikus kultúrát népszerűsítő műsoraival. Stílusuk a társadalmi normák felrúgását, és az individualizmus új eszményét testesítette meg.

A kereskedelmi rádiók működésük első évtizedeiben felpesztítették a médiát. Szakosodott műsorprofiljaikkal, rugalmas műsorpolitikájukkal megteremtették a közönség elvárásaihoz igazodó, plurális rádiófoníát. A korabeli média valóban leképezte a társadalom jelentős részének értekeit és igényeit. A piac törvényei kezdetben valóban a sokszínűségnek, a közönség-igény érvényesülésének kedveztek.

Néhány év elteltével azonban kiderült, hogy a piaci mechanizmusok hosszabb távon a tőkeerős befektetők számára előnyösek. E folyamatok

kosodás, a mind világosabb műsorprofil felvállalása.

Fokozatosan csökkent az oktató-nevelő műsorok aránya. Ugyanakkor mind nagyobb szerepet kaptak azok a magas előállítású költségekkel járó politikai és hírműsorok, amelyek fontos szerepet játszanak az iskolázottabb közönség megtartásában.

A közszolgálati rádiók állomásai a korábbinál hosszabb műsoridőben és szélesebb választékban kínáltak zenét – mégpedig elsősorban könnyűzenét.

A közzáradiók alkalmazkodtak a hallgatók változó szokásaihoz és ízléséhez. Fiatal szerkesztőket vettek fel, és olyan, új szemléletű műsorokat indítottak, amelyekben a közönség is aktív szerepet játszik. Új műsorpolitikájuk nagyobb dinamizmust és sokszínűséget kínál.

A legtöbb nyugat-európai közszolgálati rádió kiépítette a maga regionális és helyi állomásait. Ezzel együtt átszervezték irányítási rendszerüket is. A rugalmasság növelése érdekében jelentős mértékben decentralizálták a döntési folyamatokat.

A fenti jellemzők természetesen általánosítanak, és ezért szükségszerűen pontatlanok. Nem mutatják be a rádióállomásokra jellemző egyedi különbségeket, és nem tükrözik azokat a hangsúlyeltolódásokat sem, amelyek az egyes típusokon *belül* az elmúlt évtizedekben végbementek. A következőkben ezeket kíséreljük meg számba venni.

3.3. Változások a közzáradióban

A közszolgálati rádió, engedelmessé válnak a változó társadalmi igényeknek és a konkurencia jelentette kihívásnak, sok tekintetben módosította korábbi műsorpolitikáját. A változások legfontosabb trendjei az alábbiak voltak:

eredményeképpen pedig a gazdaságilag erős résztvevők kezdeti előnyei akkumulálódtak: a gazdag állomások mind gazdagabbá váltak, a szegények pedig mind jobban elszegényedtek. Az utóbbiak előbb-utóbb rákényszerülnek arra, hogy függetlenségüket feladva betársuljanak az Európa-szerte kialakuló franchise-rendszerű kereskedelmi hálózatokba. A tőke- és médiakonzentráció folyamata mind jobban felgyorsul.

A nagy kereskedelmi csatornák tömegtermelésre rendezkednek be. Már csak a szélesebb közönségreteknek sugározzák műsoraikat, miközben a hallgatóság specifikusabb igényeket megfogalmazó csoportjai műsorszolgáltató nélkül maradnak. A kereskedelmi rádiók történetének második, máig tartó szakaszát tehát egy új típusú homogenizálás jellemzi. A kereskedelmi rádió ma a többség igényeit elégíti ki. Nonkonformizmusa és individualizmusa többnyire csak a felszín. A plurális rádiófonía a legtöbb nyugat-európai országban ma már csak látszólagos. A valóságban a tőkeerős hálózatok oligopolisztikus pozíciót vívtak ki maguknak (Keane 1991:64-91). A legtöbb kereskedelmi állomás csupán nevében őrzi függetlenségét, miközben hálózatának központi műsorát sugározza.

A közösségi rádiózás történetének két évtizedében is markánsan elkülönül egymástól két szakasz. Az elsőben a rádiót elsősorban a politikai harc eszközeként tekintették. A neomarxista eszmék propagandaeszköze volt, amellyel mozgósítani lehetett a társadalmat az uralkodó osztályok hatalmának megtörése és a fennálló társadalmi

rend megváltoztatása érdekében.

A második szakaszban a közösségi rádiók tábora ketté oszlott. Míg az ilyen adók egy része hű maradt eredeti célkitűzéseikhez, a többség műsoraiban a hangsúly az érdekek képviseletéről a nézőpontok és a kultúra sokszínűségének megjelenítésére tolódott. A közösségi rádiók zömének célja ma már nem a fennálló rend kihívása, hanem a legkülönbözőbb – kulturális, nemzeti, etnikai vagy helyi – kisebbségek megjelenítése. Többségük a nyolcvanas évek végére erőteljesen depolitizálódott.

4. Köszölgálat és magánérdek

A köszölgálatosság mindhárom koncepciója – a hagyományos köszölgálati, a kereskedelmi és a közösségi koncepció – egyformán hangsúlyozza a média „demokratikus” szerepét és társadalmi hasznosságát. Híveik egyaránt arra hivatkoznak, hogy munkájukkal a köz javát szolgálják.

Az egyes koncepciók alátámasztására megfogalmazott érvek nemcsak önidentifikációs célokat szolgálnak, hanem magukat a koncepciókat is megpróbálják legitimizálni. Ennek gyakorlati oka is van. A rádiózásra alkalmas frekvenciák száma korlátozott. Ugyanakkor formálisan köztulajdonban állnak. Használatuk kiváltság. Nem közömbös, hogy ki veheti bérbe őket. Azoknak, akik igényt támasztanak rájuk, olyan indokokkal kell szolgálniuk, amelyek más pályázóknál alkalmasabbá teszik őket. Talán ez a magyarázata annak, hogy mindhárom

koncepció hívei magukat tartják a közjó valódi szolgáltójának. Mindhárom hangsúlyozza saját típusának demokratikus szerepét. E demokratikus szerepet azonban mindegyik koncepció másképpen értelmezi.

A *köszölgálatosság hagyományos koncepciója* azt emeli ki, hogy a köz-média demokráciára neveli az embereket. A társadalmi és politikai rend fenntartásában elengedhetetlen szerepet játszó értékek és normák egyik leghatékonyabb közvetítője. Hangsúlyozza a társadalom egységét, és fontos

szerepet játszik annak a folyamatosan formálódó nemzeti konszenzusnak a kialakításában, amely elengedhetetlen a társadalmi változások feldolgozásához és sikeres integrálásához, a rend és a társadalmi béke megőrzéséhez. A köszölgálati rádió hosszú múltra visszatekintő, szilárd jogi és gazdasági alapokra helyezett intézményként tölti be ezt a szerepet. Privilegiumait demokratikus és rendmegőrző funkciója hivatott indokolni.

Ez a felfogás azt a meggyőződést tükrözi, hogy a fennálló rend lényegében jól működik. A társadalom jól szervezett, a demokratikus intézmények pedig megfelelően látják el feladatukat. A rádió mint az *establishment* hangja ennek a bevált rendszer-

nek az értekeit közvetíti. Nemcsak a társadalmat, de az államot is képviseli, hiszen és e kettő összhangban van.

Az így felfogott rádiózás mind a műsorsugárzásban, mind a politikában általában a fennálló viszonyok konzerválására törekszik. A közszolgálati rádió vezetői és újságírói igyekeznek megőrizni kiváltságos helyzetüket. A közszolgálatiságról folytatott vitában képviselőik által felhozott érvek a társadalmi hierarchiában elfoglalt kiváltságos helyzetüket tükrözik.

MÉDIA ÉS KULTÚRA

Így egy-egy állomás számtalan különböző forrásból szerzi bevételeit, miközben közvetlenül egyiknek sincs kiszolgáltatva. E megközelítési mód a szektor reformját és a politikai intézmények feletti ellenőrzés szigorítását sürgeti. Egy olyan társadalom eszményét fogalmazza meg, amelyben a piaci szabadság megteremti a nagyobb társadalmi mobilitás feltételeit, a közintézmények ellenőrzése pedig az állampolgárok kezébe kerül.

A kereskedelmi rádiózás koncepciója kritikusabb meg az *establishmenttel* szemben, mint a hagyományos közszolgálatiságé, bizonyos elemeinek hatékonyságát pedig egyenesen megkérdőjelezi. Mégsem utasítja el az egész rendszert: „belülről” kívánja megreformálni. Logikája azoknak az embereknek a helyzetét tükrözi, akik elégedetlenek a *status quo*-val, és szabadságuk és befolyásuk növelésére törekednek. Azokét, akik már szert tettek egyfajta függetlenségre, de nagyobb részesedést követelnek a gazdasági és politikai hatalomból.

A *közösségi rádiózás* filozófiája szintén egyfajta demokratikus küldetést tulajdonít a médiának. Szerepét abban látják, hogy közvetlenül képviselje a politikai intézményekben nem vagy csak kevésbé megjelenő csoportok érdekeit és értekeit, és ellensúlyozza a parlamentáris rendszer hiányosságait. Mivel a kialakult intézményrendszer a többséget képviseli, a közösségi rádiók azoknak a közösségeknek az érdekei mellett kötelezik el magukat, amelyek a politikai intézményekben nem jelenhetnek meg. E koncepció is a rádiózás demokratikus szerepére hivatkozva

igyekszik alátámasztani a közösségi rádiók közszolgálati szerepét és az éterben való megjelenésük igényét.

A *status quo* megváltoztatásának és a média radikális átalakításának igénye a közösségi rádiók filozófiájában a legszembetűnőbb. E törekvések a demokratikus intézményrendszer hatékonyságának általános bírálatával párosulnak. Képviselőik mind a hagyományos közszolgálati, mind a kereskedelmi médiából kiszorultak. Nem foglalnak el elég fontos helyet a társadalmi hierarchiában ahhoz, hogy érdekeiket nyomtatékosan megjeleníthessék a közmédiában. Eközben rendszerint arra sincs elegendő gazdasági erejük, hogy megteremtsék a maguk médiumait. Ugyanakkor az elektronikus médiában (és a nyomtatott sajtóban) látják az egyetlen lehetséges módját annak, hogy érvényesítsék érdekeiket. Erre azonban csak a szektor teljes átszervezésével nyílna lehetőségük. Csak akkor tudnának erőteljesebben jelen lenni a médiában és tudnák kompenzálni jelenlegi hátrányaikat, ha a frekvenciákat és a forrásokat újra elosztanák. E célkitűzésüket a „valódi” demokráciára és a médiában való „igazságos” képviselőre hivatkozva indokolják.

Az a közszolgálatiság, amelyet a közösségi rádiók fogalmazznak meg, magán viseli a kisközösségek társadalmi pozíciójának nyomait. Azok az érvek, amelyek a média „társadalmalmsítással” kívánják a közjót elősegíteni, egyéni és csoportérdekeket is fednek.

Más logikát követ a kereskedelmi műsorszolgáltatás liberalizálása és a szféra deregulációja mellett kiálló *kereskedelmi rádiósok* érvelése. A médiát a szabad verseny színterévé kívánják alakítani. A piacot tartják a közönség-igények leghatékonyabb és legpontosabb közvetítőjének. A kereskedelmi műsorszolgáltatást a demokratikus közakarat megtestesítőjének, következőképpen a köz valódi szolgálatának tekintik.

Ezt az érvet egészíti ki a média örkutya szerepének hangsúlyozása. Ezvéleményük szerint – csak akkor szavatolt, ha az állam szabályozó szerepe a minimálisra csökken. A rádió finanszírozásának leghatékonyabb módja a fizetett hirdetés – mondják -, hiszen

5. Összegzés helyett

Ahogy az eddigiekből is kiderült, a hagyományos közszolgálati rádió vezetői és újságírói a rend – vagyis a fennálló viszonyok és privilégiumok konzerválásának – hívei. A kereskedelmi rádiók a szabadság eszményét – a nagyobb társadalmi mobilitást – hirdetik. A közösségi rádiók pedig az egyenlőség – a társadalmi esélyegyenlőség – megteremtése mellett állnak ki. Míg a közszolgálati hagyományos koncepciója a konzervatívizmus jegyeit viseli magán, a kereskedelmi koncepció a neoliberalis elvek szülötte, a közösségi rádiózás pedig a neomarxista törekvések örököse. Az egyes típusok legfontosabb politikai társadalmi sajátosságait a 3. táblázat összegzi.

3. táblázat

Az egyes típusok társadalmi-politikai háttere és hatása

	Közszolgálati rádió	Kereskedelmi rádió	Közösségi rádió
Társadalomkép	homogén	heterogén	heterogén
Társadalmi hatás	integratív	–	dezintegratív
Ideológiai háttér	konzervatívizmus	neoliberalizmus	neomarxizmus
Közvetített érték	rend	szabadság	(esély)egyenlőség

A közszolgálati különböző értelmezési formái mögött különböző, jól körülírható társadalmi csoportok állnak. A rádiózásról kialakított nézeteik nemcsak politikai orientációjukat, de a társadalmi hierarchiában elfoglalt helyüket és a fennálló rendhez fűződő viszonyukat is tükrözik.

Nyugat-Európa legtöbb országában a médiatörvények ma még azokat a prioritásokat tükrözik, amelyek a közszolgálati domináns – hagyományos – értelmezéséből fakadnak. A közzérádió azonban válságban van. Koncepcióját és az abból következő

MÉDIA ÉS KULTÚRA

privilegizált helyzetét mind többen vitatják. Az elmúlt évtizedekben egyre népszerűbb lett ugyanakkor a rádiózás piaci koncepciója. A közösségi rádiózás híveinek álláspontja azonban csak kis mértékben érvényesült.

A rádiózás eszköztárának fejlődése – a digitális technika, a kábele és a műholdas műsorszórás megjelenése – hamarosan lehetőséget teremt arra, hogy a mainál jóval több rádióállomás működhessen. A most érvényes médiatörvényeket hamarosan át kell fogalmazni. Ezzel ismét lehetőség nyílik a különböző koncepciók átgondolására, a média társadalmi-politikai szerepének megvizsgálására. Nem volna szerencsés, ha a jövőben az új feltételek mellett is egyetlen szempontrendszer –

Keane, John: *The Media and Democracy*, Cambridge, UK: The Polity Press, 1991.

Kovács, Ildikó: Közszolgálati műsorszórás és nemzetállam. In: Terestyéni, Tamás (szerk.): *Közszolgálati média a médiában*. MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, Osiris, Budapest, 1995.

Lázár, Guy: Média és politikai közgondolkodás. *INFO-Társadalomtudomány*, 1995 December.

Owen, Fiss: The Democratic Mission of the Press. In: *The Development of Rights of Access to the Media*. Conference Materials, Central European University, Budapest College, 1993 June 13.

Weymouth, Tony & Lamizet, Bernard (szerk.): *Markets & Myths. Forces for Change in the European Media*, Longman, London and New York, 1996.

49
K É K

JEGYZETEK

- 1 Franciaországban például az a gyakorlat, hogy a kereskedelmi műsorszolgáltatók jövedelmének bizonyos százalékát egy állami alapon keresztül szétosztják a non-profit rádiók között.
- 2 A teljesség kedvéért meg kell említeni a közszolgálati negyedik megközelítési módját is, noha ez a nyugat-európai demokráciákban ismeretlen volt. Az államszocialista országokra jellemző *hegemon modell* az országos médiumokat a vezető politikai erők *de facto* és *de jure* tulajdonának tekintette. A média itt a politikai intézményrendszer szerves része volt. E koncepció képviselői nem éreznek ellentmondást abban, hogy az egész lakossághoz szóló közzérádió és –tévét egyetlen politikai csoport, a kormány befolyása alatt áll, hiszen úgy vélik, a kormány a teljes lakosság érdekeinek kizárólagos képviselője, és ezt tükrözniük kell a médiában sugárzott műsoroknak is.

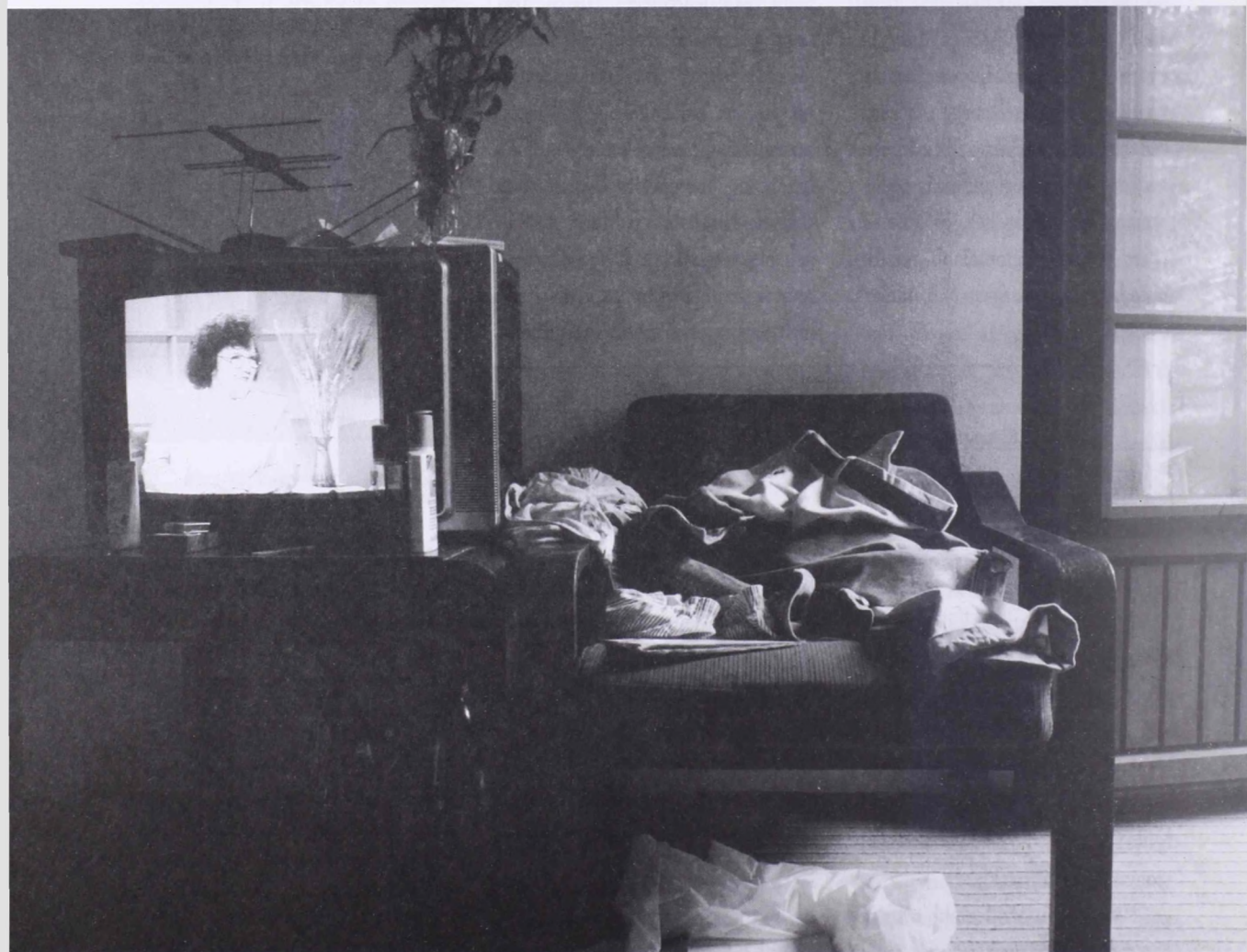
a hagyományosan értelmezett közszolgálati dominálna.

FELHASZNÁLT IRODALOM

Crisell, Andrew: *Understanding Radio*. Second Edition. Routledge, London & New York 1994.

Curran, James: Rethinking the media as a public sphere. In: Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (szerk.) *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere*, Routledge, London and New York, 1991.

Curran, James: Mass Media and Democracy: A Reappraisal. In: James Curran & Michael Gurevitch (szerk.): *Mass Media and Society*, Arnold, London, 1996.



Antalóczy Tímea
Szijártó Imre

A közlés titkai

A szappanoperák világképéről

A szappanoperák mind előkelőbb helyet foglalnak el a közvéleménykutatások nézettségi mutatóin, jelenlétük hétköznapi életünkben, napi időbeosztásunkban, sőt társalgási témáinkban és nyelvi fordulatainkban is egyre nyilvánvalóbb. A televízió hőskorában azért jártak össze az emberek, hogy nézzék a műsort, voltaképpen mindegy is volt, hogy mit. A szappanoperák éppen ezt a közösségi szellemet élesztették újjá: a történetek a társasági élet legfontosabb témájává váltak, az egyes epizódokban megjelenített emberi

tervezni, hiszen a sorozatműsorok természetétől viselkedik, azaz egy csapásra akár évekre is megoldható egy adott adásidő ellátása. A nézői igények is éppen a sorozatok sugárzása felé terelik az elektronikus médiumok gazdáit. Az adásidőt -és a nézői figyelmet- fokozatosan éppen ezek a filmek hódítják meg, amint azt számításaink is mutatják. Ugyanakkor azt kell mondanunk, hogy a szappanopera, a rajzfilm, a vetélkedő és a sportközvetítés mellett valószínűleg a monitorok kultúra leginkább érvényes

helyzetek folytonos véleménynyilvánításra készítetik a nézőket. A nézők pedig mi vagyunk, valamennyien. Felmérések bizonyították ugyanis, hogy a szappanoperák nézettsége és tetszési indexe kevésbé függ az iskolai végzettségtől, foglalkozástól, és a nézők művelődési-szabadidős szokásai befolyásolják a leginkább a viszonyulásukat a szappanoperákhoz. Mivel azonban a nézők egy része háttérműsorként kezeli a sorozatokat, nehéz mérni és megítélni valódi jelenlétüket.

A szappanopera ma valószínűleg a legbiztosabb pontja a televíziós állomások műsorrendjének, olyan műfaj és műsortípus, amely számos műsorszerkesztési nehézséget képes megoldani. Megvásárlásakor hosszútávra lehet

műfaja. A világban történt eseményekről ugyanis mozgékonyabban tudósítanak más elektronikus tömeg-tájékoztatási eszközök, játékfilmeket, az új hálózatok és készülékek elterjedéséig az ember jobb minőségben nézhet mozivászonon. A televíziós reklámok nézettségi és tetszési mutatóiról ehelyt csupán annyit, hogy ezek a műsorrend és a műsortípus szempontjából szorosan összekapcsolódnak a szappanoperákkal. Erről a jelenségről még lesz szó a későbbiekben.

A szappanopera nem csupán az elektronikus médiumok arculatát formálta át, hiszen dinamikus fejlődő üzletágak alapja lett a nyomtatott sajtó területén is (olyan magazinok jelennek meg, amelyek kizárólag a filmek-

51

K É K

kel és a körülöttük kialakuló kultusz-
szal foglalkoznak).

Miben rejlik tehát a szappanope-
rák valóban elképesztő sikerének titka?
Milyen nézői elvárásokat szolgál ki és
teremt a szappanopera? Melyek világ-
képünk legfontosabb, meghatározó ele-
mei? Milyen típusokat és altípusokat
mutatnak az egyes sorozatok? Ezekre a
kérdésekre keressük a választ.

Jelen szövegünk előzménye egy
kérdőíves vizsgálat, illetve a vizsgálat
alapján született tanulmány.¹ (Az
1992-ben készült felmérést 1996-ban

52 K É K

megismételtük, az eredmények feldol-
gozása folyamatban van).

A kérdőív három sorozatról
(*Szomszédok*, *Familia Kft.*, *Dallas*) va-
lamint a megkérdezettek nézői szoká-
sairól tartalmazott kérdéseket. Tanul-
ságosak voltak azok a pontjai, ame-
lyek a szappanoperákkal kapcsolatos
befogadói beállítódásokat egyéb mű-
sorok nézettségével összefüggésben
vizsgálta. Kiderült például, hogy az
úgynevezett szórakoztató műsorok
vagy a rajzfilmek a politikai adások-
kal vagy a tudományos ismeretterjesz-
tő műsorokkal párba állítva elsöprő
főlényben vannak: *Walt Disney* 82 %
- *Delta* 18 %, *Friderikus show* 78 %
- *Össztűz* 12 %, *Bűvös hatos* 100 % -
Parlamenti napló 0 %. A kérdőív tar-

MÉDIA ÉS KULTÚRA

talmazott kérdést a sorozatokat kísérő
reklámokról is. A megkérdezettek 70
%-a nem emlékezett a *Familia Kft.*
című műsor egyetlen szponzorára sem.
Az idézett tanulmány értékelte azokat
a válaszokat is, amelyek a nézőknek a
sorozatok szereplőjéhez fűződő érzelmi
viszonyulására kérdezett. A kérdőív
legizgalmasabb része azonban az volt,
amelyben a megkérdezettek folytatták
az éppen műsoron levő szappanopera
történetét. Ez azt bizonyította, hogy a
szappanoperák modern felnőttmesék,
amelyek teljesítik a nézők naív és ősi
igényét a kalandra, a különlegesre.

Ezúttal a kérdőíves felmérés ered-
ményeit igyekszünk továbbgondolni.
Számos szappanopera-epizód történe-
sinek és szövegének kijegyzetelése, a fil-
mek emberi és tárgyi világának, élet-
helyzeteinek, helyszíneinek megfigye-
lése szolgál alapot megállapításainkhoz.
Figyeltük a filmek nyelvi közegét, a
bennük megjelenő kommunikációs vi-
szonyokat, a szereplők viselkedési szo-
kásait, a szereplők egyes csoportjainak
megkülönböztető jegyeit. A szociológiai
megközelítés helyett tehát az alábbiak-
ban tartalmi, nyelvi-stilisztikai és lé-
lektani szempontokat igyekszünk al-
kalmazni. Nyilvános elmélkedésünk
célja végső soron a szappanoperák társa-
dalom- és emberképeinek lehetséges
pontossággal való megrajzolása.

Köszönettel tartozunk értékes
észrevételeikért valamennyi, nálunk
sokkalta hűségesebb szappanopera-
néző családtagunknak és barátunk-
nak, akik nélkül a filmek számos tit-
ka megfejthetetlen maradt volna szá-
munkra.

A műfaj

A fentiekben úgy beszéltünk a
szappanoperáról, mintha valamiféle
egységes műsortípus lenne. A felületes
sorozatkedvelő is észreveszi azonban
azokat a jellegzetességeket, amelyek
megkülönböztetik a különböző orszá-
gokban és különböző forgatókönyvírói
és műsorszerkesztői elvek alapján gyár-
tott filmeket. Még az sem biztos, hogy
kizárólag egymással összefüggő részek-
ből álló sorozatokról van szó, hiszen
például az *Őn dönt* című adásban lát-
ható filmek képi világa, cselekményve-
zetése és dramaturgiája erősen emlékez-
tet a szappanoperákéra. Ugyan az álta-
lánosan elfogadott szóhasználat erre
csábít, mégsem azonosíthatjuk a szap-
panoperákat a televíziós sorozatokkal,
amelyek egyszerre tágabb (van például
történelmi témájú és más sorozat is) és
szűkebb (a szappanopera speciális vál-
tozata a sorozatoknak) értelmezési ke-
retet jelentenek. A továbbiakban az
egyszerűség kedvéért azonban színóni-
maként kezeljük a két fogalmat.

A hazai csatornákon is elszaporod-
tak a 20-25 perces epizódokból álló
sorozatok, más filmek hossza pedig
hatvan perc körül van. Ez utóbbiakat
az esti főműsoridőben vetítik, az előb-
bieket pedig éppen abban a műsorsáv-
ban, amely egészen a legutóbbi időkgi
kevésbé népszerű időszak volt a befo-
gadók körében. A műsorszerkesztők
tehát pontosan ezeket a rövid részek-
ből álló filmeket használták fel arra,
hogy a kora esti műsorsáv műsorainak
nézettségét növeljék.

Újabb altípust képeznek azok az
elsősorban Dél-Amerikában készült
sorozatok, amelyek általában 150-250

részből állnak, szemben azokkal az Amerikai Egyesült Államokban gyártott filmekkel, amelyek ennél jóval több folytatásban készültek. Az előbbiek fontos szerkezeti sajátossága a szakirodalom szerint² az, hogy a történetük lezárul, míg az USA-ban forgatott filmek cselekménye végtelenített egyebek mellett ezért érnek meg ezek a filmek jóval több folytatást. A népszerűségi listákat egyébként az egész világon ezek a Dél- és Közép-Amerikában gyártott sorozatok vezetik, amelyek kivétel nélkül spanyol nyelvek.³

Valószínűleg külön altípusokat képeznek a Nyugat-Európában és újabakat a Kelet-Európában készült sorozatok. Nálunk elsősorban olyan német filmek voltak láthatók – *A Goulden-burgok öröksége*, *Klinika* –, amelyek szerkezetükben talán követik az amerikai mintákat, de azoknál emberközelibbek és kevésbé mozgalmasak. Elég ehhez összehasonlítani a *Vészhelyzetet* és a *Klinikát*: az amerikai film, noha jellemző rá bizonyos családias hangulat, nem mentes a horrorisztikus elemektől, míg a *Klinika* ilyeneket egyáltalán nem tartalmaz, és egészében véve bensőségesség hatja át. A német filmekben megjelenő társadalomkép is mintha emlékeztetne az amerikai filmekre, hiszen gyakran láthatunk arisztokratákat és gazdagokat.

A kelet-európai sorozatok leginkább szembetűnő sajátossága az, hogy a dolog természetéből adódóan világuk könnyen azonosítható, többségük cselekménye erőteljesen a mához kötődik. Helyszíneik megfigyeléseink szerint sokban emlékeztetnek az adott országok mozifilmjeinek helyszíneire. A

cseh új hullám és a budapesti iskola történetei például gyakorta játszódnak élelmiszerboltban vagy iskolában (mint a *Szomszédoké* vagy a *Familia Kft.*-é), kocsimában (mint a *Surdasorozaté*), egészségügyi intézményben (mint a *Patikáé* vagy a *Kórház a város szélén* című filmé) vagy kisvárosban (mint az *Angyalbőrben* című filmé vagy éppen a *Kisvárosé*). A hazai és a kelet-európai filmek rövidebb lejárta, éppen időszerejük és még a külföldi filmekénél is szűkebb terük miatt. Külön típust képvisel közülük a *Familia Kft.*, amely azonban a *Melrose Place*-szerű filmekkel tart rokonságot: a szövegek alá kevert közönséghang a színházi előadás hangulatát kölcsönzi ezeknek a filmeknek, amelyeknek további megkülönböztető jegyük a humor és a helyzetkomikum. Emlékeztetnünk rá, hogy szinte valamennyi eddig említett szappanopera komoly hangvételű, éppúgy hiányzik belőlük a nyelvi mint a képi humor. *A Familia Kft.* és más filmek által képviselt alfaj ugyanakkor még egy lényeges megkülönböztető jellemvonást mutat, ez pedig filmnyelvi természetű, és szorosan összefügg a megcélzott közönség jellegével is. Míg ugyanis más sorozatok vizuális közegét a lassú vágások, a kimért tempó, a kiegyensúlyozott kamerakezelés jellemzi, addig ezek a sorozatok pergőbbek, merészebb beállításokkal és gyorsabb vágásokkal dolgoznak. Az idősebb nézők éppen ezért előnyben részesítik a *Dallas* vagy *A homok titkai* típusú filmeket. Újabb jelenség viszont ebből a szempontból a pampák királya, amelynek képi vilá-

ga már-már artisztikusnak mondható.

Említettük, hogy a szappanoperák vagy kortárs eseményeket dolgoznak fel, vagy üzleti és dramaturgiai megfontolások miatt kortalanok, azaz idejük a folyamatos és azonosíthatatlan időnkivüliség. Van azonban néhány archaizáló, félmúltra vagy távolibb időszakra stilizált film is. Ilyen a *Gyökörek*, a *Kisasszonyka* vagy az újabbak közül *A szerelem jogán*. Ezek a filmek a századelő hangulatát idézik. Ebből a szempontból sajátos változatot képvisel a *Szomszédok*, hiszen a rádiós novel-

láktól átvett örökségként (*Szabó család*) közvetlen aktualizálás jellemző rá.

Érdekes története van a *Megperzselt szívek* és a *Helene szeme* című sorozatoknak: afféle sorozat a sorozatban, keletkezett ilyenformán, hiszen az eredeti film mintegy osztódással szaporodott. Rá kell mutatnunk tehát a hasonló produkciók interaktív jellegére (alig van olyan televíziós műfaj, amelyet hasonló mértékben befolyásolna a nézők tetszése vagy nemtetszése).

Külön vizsgálatot igényelne a reklámok jelenléte és szerepe a filmekben (köztudott, hogy az őszappanoperák elindítója éppen a reklám volt. A mai, sugárzásra hozzánk kerülő filmekből, pontosabban a filmek szűken vett adásidejéből hiányzik a reklám, de

MÉDIA ÉS KULTÚRA

előttük és utánuk szinte teljesen elfogadott a hosszabb hirdetési blokk. Más a helyzet a hazai filmekkel, amelyekben veszélyesen, azaz közvetetten felbukkannak a reklámok, azonban utaltunk rá, hogy valószínűleg kis hatásfokkal. Folyamatos viták tárgya a *Szomszédok* erősen ideologikus jellege, hiszen valószínűleg a rejtett (politikai) reklám egy különös változatáról lehet szó a filmben.

Az ötvenes években megjelenő szappanoperák éltető eleme a reklám volt. Ma a két műsortípus kölcsönösen

szűnnek meg társadalmi és szakmai aktivitást tanúsítani, a férfiak mindkét műsortípusban egyrészt időnként gyámoltalanok, másrészt keményen dolgoznak.

Sajátos jelenség továbbá a szappanopera-paródia, amelynek népszerűsége furcsa vagy éppen nagyon is érthető módon soha nem vetekedhetett az eredetiekével. Ilyen volt a nálunk is bemutatott *Twin Peaks*, amely a maga (a Vészhelyzetéhez képest egyébként kisebb mértékű) morbiditásával meglepte a közönséget. Arról lehet szó, hogy a nézők elváráshorizontja beállt a szappanoperák által megkövetelt szintre, és ami ettől eltér, azt nehezen fogadja be. A *Twin Peaks* parodisztikus jellegét David Lynch mozifilmjei is hordozzák, ezek közül jónéhány kultuszdarabbá vált.

Elsősorban az Amerikai Egyesült Államokban léteznek a szappanoperának további alfajai is, amelyek nálunk kevésbé honosodtak meg. Ilyen az úgynevezett sit-com, a szituációs komédia. Ez olyan, egymással össze nem függő epizódokból álló film, amelynek a szereplői azonosak. Az egyes részek egy-egy szituáció köré szerveződnek, és valamilyen időszerű eseményt dolgoznak fel. A Pilot afféle kísérleti film, amelyet próbaközönségnek vetítenek le először. A megfelelő szempontok alapján összeválogatott közönség reakcióit figyelembe véve alakítják aztán a következő részeket.

Éppen egy nagyvárosi gyorsétkezdeben elmélgedtünk a fenti örök téma szappanoperabeli megjelenítésén, amikor egy fiatalasszonyra lettünk figyelmesek, aki éppen egy családnak való adag készített csomagolt a bevásárlókosarába. Ez lenne a hagyományos női szerep, amely az otthoni főzés költségkímélő voltán és a főzés kizárólagos és mindennapi kötelezettségén alapszik? Hiszen innen már csak néhány lépés a szappanopera női hőseinek öntudatos, házi munkát nem ismerő viselkedése. Nehéz tehát egyetérteni a nők tömegkultúrabeli szerepét vizsgáló német szerző megállapításaival: „a férfi és nő közötti viszonyt hierarchikus elv, a férfi dominanciájának és a nő alárendeltségének elve rendezi. A férfi dominanciáját a stabil, biztos kiállás, egyenes tartás, közvetlen, komoly tekintet jelzi. A női állapot jellemzői ezzel szemben a bizonytalanság, a komolytalanság - ezért kell nekik gyakran a férfiakra támaszkodniuk. A férfiakkal ellentétben a nőket gyakran ábrázolják ágyban vagy földön fekvő, illetve ülve. Folytonos mosolyuk barátságosságot, ártatlanságot, nyíltságot jelez. Tekintetük nem a kamerát, a szemlélőt célozza (a férfiakkal ellentétben), hanem vagy a mellettük levő férfira néznek, vagy pedig álmódózn, céltalanul a semmibe”⁴

Sorolhatnánk azokat a férfiszereplőket, akik éppenséggel nem a határozottságukkal tűnnek ki. Egyebek mellett ezért tartjuk a *Dallas* nálunk vetített utolsó fejezetét a sorozat legtalányosabb, ugyanakkor legizgalmasabb részének, hiszen ebben az epizód-

áthatja egymást, a szappanopera (legalábbis néhány, a fentiekben jelzett mutációja) telítődik a reklám elemeivel, a hirdetések világa pedig egyre inkább átveszi a filmek stílusát, a bennük megjelenő élethelyzeteket. A szappanoperásodó reklám legjobb példái talán éppen a mosóporhirdetések: szereplők éppen olyan komótosan beszélgetnek a legtökéletesebb banalitásokról, mint a szappanopera hősei, a túltengő verbalitás tehát valóságos dramaturgiai kényszer és védjegy ezekben a jelenetekben. Utalhatunk továbbá a szappanopera által kialakított és terjesztett férfi és női szerepekre is. A nők a reklámokban és filmekben mintha most léptek volna ki a fodrászüzletből, ugyanakkor nem

ban történik meg az, hogy a sorozat baleskja, Cliff Barns az Amerikai Egyesült Államok elnöke lesz. Ennél vitriolosabb Amerika-kritikára úgy gondoljuk az ellenkultúra fenegyerekei is alig vállalkoztak.

A szappanoperák női hősei tehát korántsem játszanak alárendelt szerepet, éppen ellenkezőleg: céget, vállalkozást vezetnek, ha kell, az üzleti cselszövekből éppúgy kiveszik a részüket, mint a férfiak. Erős és szenvedni képes asszonyok ők, akik azonban az élet más területein is megállják a helyüket. Nem csupán hagyományos vagy kevésbé hagyományos szerepekről van szó egyébként, hiszen ezek a hősök többet képviselnek: "Egy nő megjelenítése és viselkedése a vásznon vagy a képernyőn nem csak a szándékaira és céljaira mutat rá az elmesélt történetben, hanem egyidejűleg a (háttérben) felvilágosít minket a nőiség mint olyan különleges természetéről."⁵ A női szereplőkben rejő lélektani és narrációs energiákat mutatja, hogy néhány sorozatot szó szerint uralnak a nők, hiszen egyszerűen alig van bennük férfi szereplő ilyen például a *Kisasszonyka* vagy *A homok titkai*.

A filmek gyakori szereplője az aljas és kétszínű férfi. Érdekes módon ezek sokkalta jobban megragadják a nézők figyelmét, mint a másik típusba tartozók, azaz a gyengék és gyámolatlanok, de becsületesek ilyen a típus klasszikusa, a *Dallas Bobbyja*, valamint az újabb sorozatok egyikének, *A pampák királyának* a főszereplője. Úgy tűnik tehát, hogy az erős jellemű szereplők vonzzák a nézőket, még ha az általánosan elfogadott értékrend alapján ezek nem éppen tiszta erköl-

csiségű emberek. Jockey és *A homok titkai* Olegariója éppen karakteres, de nem becsületes férfiak. Úgy tűnik tehát, hogy ellentétben a szappanopera más elemeivel a lélektan szférájában éppen a kirívó, a nyugtalanító tulajdonságok a meghatározóak.

A ház

A szappanoperákkal foglalkozó magazinok is hozták, hogy a *Dallas* központi helyszíne, a southforki birtok a turisták kedvelt látogatóhelye lett. Nem véletlenül, hiszen a ház valóságos mítoszi építmény: a nemzetség eredetének helye, ahonnan minden és mindenki elindul, ahova a tékozló fiúk és a dinasztiaába bekerülni vágyó trónkövetelők megtérnek. Megfigyelhetjük, hogy szinte valamennyi szappanoperában van hasonló archetipikus hely, ami tehát egyszerre tekinthető a cselekmény földrajzi és lelki energiaközpontjának, a meseszálak találkozási helyének és dramaturgiai csomópontnak. Ilyen a *Bor és hatalom* című film-ben látható birtok, *A pampák királya* kúriája, a *Savannah* egyik főszereplője édesanyjának háza, a *Familia Kft.*-ben a bolt, de a *Szomszédok* lakótelepe is.

A ház ilyenformán a szappanoperákban elengedhetetlen állandóság egyik eszköze. Dramaturgiai szükségszerűség ugyanis az, hogy valamilyen nem változó elem szerepeljen a mesében, amelyek az epizódok egymásutánjának megnyugtató folytonosságát megteremtik. Észrevehetjük, hogy ezekben a házakban szinte soha nincs felújítás, változatlanok a berendezési tárgyak. Örök

darab bennük néhány szereplő is: ezek jellemző módon nők, a nemzetség eredetének és folytonosságának letéteményesei. Ilyen Ellie a *Dallasban*, Lenke néni a *Szomszédokban*, de ilyenek a szolgálok a *Kisasszonykában* és *A pampák királyában*, a házvezetőnő a *Savannahban*. Jellemző, hogy ez utóbbiról kiderül, hogy gyereke a ház urától, azaz a család férfi fejétől származik.

A nemzetség története ilymódon a fokozatos leépülés története, hiszen a vagyon széthullani látszik, az ősapák és ősanák leszármazottai egyre értékte-

55
K É K

lenebbek. Különösen erősen jelentkezik ez a folyamat a *Dallasban*, ahol a degeneráció fokozatosan mindent áthat.

A fenti változásokkal függ össze a gyerekek sorsa a szappanoperákban. Szerepük a filmekben meglehetősen csekély: a szappanoperák a felnőtt világ filmjei. A gyerekek nem járnak iskolába, ha mégis, azt csakis a bizonyítvány megszerzése érdekében teszik (Jockey arra biztatja a fiát, hogy járja ki csak az iskolát, hiszen kötelező, de ő, az apja fogja megtanítani neki, hogy mi kell az életben való boldoguláshoz. A gyerekek ilymódon kikerülnek a szocializáció államilag felügyelt rendszeréből. Jellemző ez a filmek egészére is: alig láthatunk ben-

nük hivatalt, bíróságot, rendőrséget vagy más, nem a család vagy az üzlet (vállalkozás), azaz a magánlét szférájába tartozó helyszínt.

A gyerekek növekedése a filmekben nem folyamatos, életüket hosszú évek kihagyásával követhetjük. Az egyenként is nyitott szerkezetű epizódok ugyanis egyrészt nem viselik el a gyerekek növekedésének bemutatásához szükséges lélektani kisrealista módszert, másrészt egy olyan elemet hoznának be a sorozatok világába, aminek a hiánya éppen a szappanope-

MÉDIA ÉS KULTÚRA

halmozott vagyokra pályáznak a cél érdekében gyűjtött információk segítségével. Ezekre az epizódokra valószínűleg éppen azért van szükség, hogy dinasztia éppen az idő dimenzióját nem ismerő békéjét ellenpontoszák. Általában is elmondható, hogy a szappanoperák világára az ellentétes, egymást kizáró erők egyensúlya jellemző.

Valóság és fikció

Különösen a Dél-Amerikában forgatott sorozatokra igaz, hogy a néző nem veheti össze az ezekben a filmekben látható emberi és tárgyi közeget a saját tapasztalataival egyebek között azért sem, mert a filmek világa meglehetősen szűk, kizárja mindazokat a szférákat, amelyek megkönnyíthetnék a helyszín felismerését. A szappanopera csakis az élethelyzetek legelvontabb szintjén (szerelem, család, hazugság, hűség) vagy a játék, azaz a műfaji fikció szabályai között (a néző gyűlöli az ellenszenves hőst, szurkol a gyengének vagy éppen megveti) von be a saját terébe. Teszi ezt úgy, hogy nem szűnik meg hangsúlyozni: ez egy kitalált világ. A kérdés tehát az, hogy a néző azonosítja-e ezeket a távoli helyszíneket és a filmekben kialakuló emberi helyzeteket? Ha igen, megkérdezhetjük, hogy mi köze hozzájuk, hiszen úgy tűnik, hogy nagyonis távol vannak tőlünk. Ha azonban nem, mi vonzza mégis a képernyő elé? Úgy gondoljuk, hogy ezeknek a filmeknek a cselekménye térben és kulturális szempontból elég messze van

tőlünk ahhoz, hogy felülről-kívülről szemléljük azt, ami történik. Ez talán a *Dallas-effektus* lényege is: azok az emberek ott gazdagok és a legtöbb esetben sikeresek, de mire mennek a pénzükkel, ha egyszer nem boldogok? Másrészt viszont az események stilizáltak és modellszerűen értelmezhetők, hiszen végtelenül egyszerű helyzetekre épülnek, így kínálják a nézői azonosulás lehetőségeit. Extremitás (a bolond fiú, a lány-ikerpár *A homok titkai*-ban, számos különleges helyzet mást) és intimitás (szerelemek és szerelmespárok sokasága a *Savannah*-ban, más érzelmi és testi viszonyok) kettősége jellemzi az említett filmek világát. Jellemző, hogy a *Dallas* egyik első külső, azaz nem a birtokhoz kapcsolódó helyszíne akkor jelenik meg, amikor Aprilt lelövik, a bensőséges hangulat akkor törik meg, amikor a betolakodó külső világ rakényszeríti a törvényeit a film szereplőire. Több elemző is leírta már, hogy a szappanoperák túlnyomórészt belső helyszíneken játszódnak. Új jelenség ebből a szempontból *A pampák királya*, amelyben a megszokotthoz viszonyítva jóval több külső felvétel van. Ez azzal függhet össze a feltételezéseink szerint, hogy *A pampák királya* maga a szétesés filmje. A külső-belső felvételek aránya és a családi kohéziós, illetve széthúzó erők mintha ezen a módon kapnának vizuális kifejeződést.

A filmeknek tehát a fenti tényezők alapján nincsenek kapcsolódási pontjaik a valóságos tapasztalati térhez és időhöz. Erősíti ezt a jellegüket az is, hogy legtöbbször évekkel a bemutatásuk előtt forgatták őket, sőt a képek alapján még megközelítőleg sem

ra egyik legfontosabb vonása: az idő folytonossága nem tartozik bele ábrázolt világukba.

A nagycsalád egyébként sem nagyon biztos harmóniáját gyakorta zavarnak meg váratlanul felbukkanó alakok. Ezek gyakran bizonytalan származású, törvénytelen vagy eltitkolt gyerekek vagy más hozzátartozók. Számos szereplő múltja kétséges, a családban és környezetében lezajló beszélgetések időnként ezek körül a valaha létezett, eltűnt, majd újra előkerülő családtagok körül forognak. Találkozhatunk ilyenekkel a *Dallasban*, a *Bor és hatalomban*, a *Savannah*-ban és más filmekben. Ezek a törvényes vagy csaló új szereplők általában a megjelenésük előtt, azaz a mítoszi időben fel-

állapítható meg, hogy mikor. Az örök jelen idő uralmának képzetét erősíti az is, hogy a külsőre gyorsan változó, éppen ezért könnyen avuló technikai eszközök alig kerülnek a kamera látóterébe. Megfigyeléseink szerint a *Dallas* egyetlen epizódja kivételével egyszer sem fordult elő, hogy televíziókészüléket láthatnánk a filmekben, ezek a berendezések ugyanis gyorsan változtatják a külső megjelenésüket. Ez a tévé sem volt azonban bekapcsolva, hiszen a televíziós műsorok kiállítására rendkívül változékony. Paradox módon tehát a gyorsan változó monitor-kultúra leginkább állandó elemei éppen azok a szappanoperák, amelyeket pontosan a konzervatívizmus és veretes klasszicizálás jellemez.

Az elemzők hangsúlyozzák, hogy a szappanopera mentes a tömegkultúra más területeit elárasztó erőszaktól. Van olyan szerző, aki ezt a vonását egyenesen önértéknek tekinti, és kiemeli, hogy „a szappanopera az egyik legértékesebb műfaj, mert nincsen benne igazi konfliktus, nincs erőszak, éppen ezért nyugodt szórakozást nyújt.”⁶ Eből a szempontból is különleges a *Dallas* utolsó fejezete, amelyben meglepően brutális jeleneteket láthattunk. Az amerikai szakirodalomban ugyanakkor meglepő megállapításokkal is találkozhatunk a szappanopera valóság-ábrázolásával kapcsolatban. A fent idézett kötet szerzője úgy ítéli meg, hogy ezek a filmek következetes bírálatot mondanak a társadalom visszasságairól.⁷

A szappanopera tehát olyan naív nézői beállítódást feltételez, amely képtelen rögzíteni a fikció jelzésit. Ugyanakkor a show-business megteremtette

ezek körül a sorozatok körül a színészek kultuszát, ami a filmek legismertebb szereplőinek meghívásával és a filmekben kívüli szerepeltetésével jár. A színészek ilyenformán való megjelenése az egyik fogódzó ahhoz, hogy a fikciós mező ne szakadozzon meg a mese mégoly naív módon való hihetőségét akadályozó mértékben sem. Ilyen módon a filmek világának referenciája egy ugyancsak teremtett, mediatisztált valóság: a média közege, a szórakoztatóipar által kialakított látszatvilág. A sorozatok fikciós tere ráadásul érdekes módon kettőződött meg akkor, amikor a román televízió néhány résszel előbbre tartott a *Dallas* bemutatásában. A magyar nézők közül sokan először a román tévében nézték meg a megfelelő epizódot (úgy látszik értették is a történetét), majd a magyar tévében már az események ismeretében követhették a hősök sorsának fordulatait. Rá kell mutatnunk továbbá még egy sajátos jelenségre. Gyakran előfordul, hogy nemcsak az eredeti színész, hanem a színkronhangok, illetve a hangot szolgáltató színész is felruházódik a film eredeti szereplőjének tulajdonságaival. Néhány sorozatban ráadásul ugyanazok a színészek szerepelnek, mintegy erősítve ezzel a filmek teremtette fikciós mező belső összefüggéseit.

A néző

A televíziós médium természetéből fakadóan a közönség felé forduló közlési eszköz. Egyes műsортípusai azonban a többenél is demokratikusabb módon veszik figyelembe a nézők elvárásait. Mint a színház történetének néhány

fejezetében vagy a bábszínházi előadásokon, a szappanoperák meséjébe is bele lehet szólni, és a nézők észrevételei valóban alakíthatják a cselekmény menetét: emlékezzünk arra a világméretű felháborodásra, amely a *Dallas* Bobbyját visszahozta a filmbe. A szerencsétlen rabszolgalány felszabadítása érdekében indított adománygyűjtés is azt jelzi, hogy az éppen futó szappanopera valamiféle közösségi mozgalmat indíthat el, hiszen a publikum folyamatos párbeszédben van a művel.

Valószínűleg éppen a szappanope-

rák elterjedése és fokozatos térhódítása eredményezte azt, hogy míg 1993-ban Magyarországon a képernyő előtt átlagosan heti 17 órát, azaz körülbelül napi két és fél órát töltött egy néző, addig 1995-ben hetente 26 órát, vagyis körülbelül naponta három és fél órát.⁸ A nézettség értékei éppen azokban az időszakokban emelkedtek ugyanis, amikor az új sorozatokat elkezdtek sugározni, tudniillik a késő délutáni és a kora esti órákban. A számítások azt mutatják, hogy a szappanoperák fogyasztói az idősebb korosztályból és a nők köréből, továbbá ezeken a csoportokon belül elsősorban az alacsonyabb képzettséggel rendelkezők köréből kerülnek ki. A szappanoperák nézettsége, illetve az ezeket

a műsorokat kedvelők köre nagyjából megegyezik a vetélkedőműsorokat kedvelők körében mért adatokkal. Figyelembe kell azonban venni azt is, hogy a népszerűség közel felét az a nézői kör teszi ki, amely elsősorban, sőt szinte kizárólag a főműsoridőben néztétét, azaz éppen akkor, amikor a szappanoperák többségét sugározzák.⁹ Igaz ez a diplomával rendelkezőkre is, ugyanis ennek a nézői csoportnak a közel kétharmada inkább a televízió szórakoztató és kikapcsoló szerepét részesíti előnyben. A szappanoperák

mán a túlélés mítoszaként olvasható. Az életbenmaradás igénye ugyanis a szappanopera fő hozadéka, gondoljunk az anyagi és emberi csődhelyzetekből újra és újra talpraálló vagy egyszerűen a halottaikból visszatérő hősökre. Az öreg Jock képe mindörökké ott marad a nappali falán, jelezve, hogy a nemzetség atyja szüntelenül szemmel tartja a késői utódokat. Jock ráadásul öröké fiatal marad a film szereplőinek és nézői számára, úgy, ahogy a fénykép ábrázolja. Az élet mindig győzedelmeskedik ezekben a filmekben a halál és az öregedés felett, a folytatás és az újrakezdés igénye munkál valamennyi szereplőjükben. A túlélés ilyen módon nemcsak szerkezeti és narrációs tényező a sorozatokban, hanem világképük meghatározó eleme.

JEGYZETEK

nézői rétegeket kiegészítő hatása tehát itt érhető tetten: abban ugyanis, hogy ezeket a műsorokat azok is nézik, akik egyébként kevesebbet töltenek a képernyő előtt az átlagosnál. A sorozatok tehát a legkisebb közös többszöröst képezik valamennyi tévéműsor, illetve több, egymástól igencsak eltérő szociológiai jellemzőket mutató nézői csoport között.

Összegzés

Miközben e tanulmányt írtuk, a *Dallas* véget ért, de műsoridőbeli helyét átvette a *Savannah*. Az éppen lendületbe jött új sorozat egyik hősnőjének megölték a férjét, mi több a gyilkos is megtaláltatott. A *pampák királyát* el-

hagyta a felesége és a fia is, a lánya viszont folytatta szerelmi viszonyát a háznál vendégeskedő egyik zenésszel, eközben a pampák királya is viszonyt kezdett az egyik cseléddel. A *Bor és hatalom* című filmben tovább folyt a harc a piacokért és a mezőgazdasági termékek minőségéért, *A szerelem jogán* fiatal szerelmespárja szépen egymásra talált. A *Szomszédok* folytatták véget nem érő eszmecseréiket árakról és bérekről, illetve a köztük levő és egyre növekvő feszültségről. Persze a szappanoperák kulisszáin túl is történt egy s más, de ez utóbbi események kevésbé voltak fontosak számunkra.

Nem mondhatjuk, hogy az elemzett filmek bármelyike kitűnt volna a dramaturgia, a jelenetezés, a párbeszéd vagy a nyelvhasználat különlegességeivel. A sorozatok képi világa meglehetősen szegényes, a bennük megjelenített élethelyzetek eléggé sematikusak lennének. Külön-külön tehát egyik hatáskeltő elem sem látszik figyelemreméltónak. Mégis van azonban az egésznek valami összhangja, ha nem is teljessége, ami az egyes elemek egymás mellé rakásából adódik. A szappanopera végső soron a hatás sokrétűségének műfaja.

Valóságos és szerves folyamat képeznek, áradata szinte megállíthatatlan tovább. Ezért nehéz megragadni a jellegzetességeit, mert kisiklanak az értelmezés racionalizáló szándéka alól. A szappanopera ellenáll a józan megítélésnek, hiszen maga az elemi érzelmek birodalmába tartozik. Az élet szerves folyamatát úgy ábrázolja, hogy közben maga is létté válik, ilyenfor-

- 1 Antalóczy Tímea: Nézők a szappanoperák tükrében. In: Szórakozás, te Janus-arcú. Szerk. Aszalós Éva, A MTA Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei Tudományos társaságának 2. kötetete
- 2 Gerlinde Frey-Vor: Szappanoperák és teleeregyenye. Jel-Kép, 1991 1-3 sz
- 3 Joseph R. Dominick: The Dynamics of Mass Communication Updated Edition 1994. University of Georgia, Athens
- 4 Gitta Mühlen-Achs: Weibliche Sozialization durch Massenmedien: Karikaturen als Verbilder? in red: Helga neuseck Fischer: Frauen Abhängigkeit München Verlag 1991.
- 5 Gitta Mühlen-Achs id. mű
- 6 Robert Atwan, Barry Orson, William Westerman American Mass Média New York, Random House 1985
- 7 Atwan-Orton-Westerman id. mű
- 8 Angelusz Róbert-Tardos Róbert: Médiahasználat vagy médiafogyasztás? A televízió nézés egy új empirikus tipológiája. MTA Szociológiai Intézet, Kézirat
- 9 Sándor György: A televízió és a közönség, Gondolat, 1973

Tizenegynéhány évvel ezelőtt minden nagyobb városban, és a főváros egyes kerületeiben megjelentek a városi televíziók. A hatalom országos szinten nem tudott mit kezdeni az únalulról jövő kezdeményezéssel. Minden az adott városban dőlt el. Volt néhány megszállott helyi újságíró, pedagógus, fotós, televízió szerelő, akik felismerték a kor technikai forradalmi újdonságának, a videózásnak és a közösségi televíziózásnak a hatását. Minden lakótelepi házban volt már központi antennarendszer, amelyen akár 4-5 televízi-

kábelrendszerre, amelyen német vagy angol nyelvű, de magyar hangalámondással készült filmeket adtak, heti rendszerességgel. Mindeközben a közönség nagyon örült, a hatalom képviselői nem tudtak mit kezdeni a jelenséggel. Hivatalosan már nem lehetett megállítani a nagyközösségi kábelrendszer elterjedését.

Az ügyes helyi szakemberek felkeresték az adott város párttitkárát, tanácselnökét, akiket nagyon hamar sikerült meggyőzni, hogy az MSZMP akkor tudja elfogadtatni politikáját a

Bolyáki Attila

Helyi média – helyi hatalom

59
K É K

ós csatornát is lehetett látni. A műholdas adások megjelenésével több háztömbben, a padlástérben, a mosókonyhában élelmes és ügyes emberek létrehozták a kábeltelevíziózást. Hamar elterjedt a szomszéd háztömbben az újdonságnak a híre, és hamarosan őket is "rákötötték" a fejjállomásnak helyet adó épület kábelrendszerére. Az így összekapcsolódott lépcsőházak rövid idő alatt több ezer lakást összekötő nagyközösségi kábelrendszerre alakultak. Megjelent az üzlet. Nagyon hamar felbukkantak azok, akik építették a rendszert, és csak később szakosodtak és álltak munkába azok a mérnökök, akik tervezték az építést, szükség esetén még visszamenőleg is. Eleinte még csak egy videomagnót kapcsoltak a

lakossággal, ha a vezetők nem esti szemináriumokon és városi nagygyűléseken találkoznak az emberekkel, hanem a képernyőkön keresztül bekerülhetnek az otthonokba. A Népfront mindenütt támogatta az elképzeléseket. Több millió forintot szavaztak meg azokban az időkben a kábelrendszerek kiépítésére, és a helyi stúdiók létrehozására. A televíziók vezetőit a párt javaslatára nevezték ki, általában 4-5 évre. Minden nagyon szép volt mindaddig, amíg Magyarországon egy pártrendszer volt.

A rendszerváltás után alaposan megváltozott a helyi média szerepe. Esettanulmányom egy olyan helyi televízió működését mutatja be, ami jellemző a hasonló térségek kábeltelevízi-

óra is. Jelenleg közel kettőszáz helyi tévének van működési engedélye. Lehet vitatkozni sok-e ez vagy kevés. A két éve érvényben lévő média törvény alapján az ORTT-nek műsor-szolgáltatási szerződést kellett volna kötni mindazokkal a televíziókkal, rádiókkal, amelyek megfelelnek a parlamenti pártok által elfogadott Általános Pályázati Feltételeknek. A televíziók többsége önkormányzati tulajdonú, de a hatályos jogszabályok alapján nem irányíthat helyi politikusokból álló képviselői testület helyi televíziót.

60 K É K

Ezért mindenhol átalakították az önkormányzati tulajdonformát Közhasznú Társasággá vagy Kft-vé.

Közben az Országos Rádiós és Televíziós Testület végrehajtási utasításban nyilvánította ki, hogy a frekvencia át nem ruházható, tehát ahol tulajdonosi váltás történt, vissza kell vonni a működési engedélyt. Nagy felháborodást keltett ez a szakmában és az önkormányzatoknál egyaránt, ezért néhány hét elteltével az ORTT visszavonta korábbi állásfoglalását.

A média tulajdonosai és munkatársai már több mint két éve várják, hogy műsor-szolgáltatási szerződést köthessenek. A helyi televíziók a nagyok árnyékában eltörpülnek, Révész

T. Mihály az ORTT elnöke több társával együtt soknak tartja a helyi médiumok számát. A testületben a pártok által delegált személyek hozzák a döntéseket, és választás előtt kellene az egész országra hatással lévő helyi televízió és rádió frekvenciákat elosztani. Most még hat párt szólhat bele a döntésbe, de a májusi országgyűlési választás után esetleg csak három-négy párt delegáltjai osztják fel tíz évre az ország frekvencia térképét.

Talán Magyarország a világon az egyetlen olyan demokratikus ország, ahol nem a sajtó, a rádió, a televízió nyilvánossága leplezi le a hazug és korrupt politikusokat, hanem ők váltják le a számukra nem megfelelő helyi média vezetőjét.

A Média Törvény megjelenése előtt mindenki megváltóként tekintett a majdani törvényre, s lett belőle egy politikai egyezsége nyugvó torzszülött.

Nézzük a valóságot! 1996 júniusában Kiskevelyén^o a helyi Szakmunkásképző Intézet egyik műszaki szaktanára az ELTE Bölcsészkarán befejezi 3 éves pedagógia szakos tanulmányait, amelynek során az oktatástechnológia órák alatt megismerkedett a videokamera kezelésével. A gyakorlatok során felvették egymás óráit, majd elemezték. Mindenki szembesült a hibáival, a felvételek könyörtelenek voltak. Akkor döbbsent rá történetünk főszereplője a kamera erejére. Egyre inkább hajtotta a kíváncsiság, saját környezetében hogyan tudná alkalmazni?

A közel tízezer lakosú kisvárosban abban az évben kezdődött meg mun-

kahelyén egy teljeskörű iskolai felújítás, új tanterem, tornaterem, tanműhelyek, korszerű oktatási eszközök váltak elérhetővé. A háromszázezer forint pénzmaradványból kamerát vásároltak, amelyre egy zárt rendszerű iskolai hálózatot lehetett kiépíteni. Az elképzelés egy éven belül valósággá vált. Tizenöt tanteremben volt telefon és televízió készülék, amelyek segítségével a tanár az órájának bármely szakában felhasználhatta az iskola-videó szemléltető anyagait. A stúdióból bejátszásra kerültek az oktatófilmek, és a nagyszünetben megjelent az iskolai televízió. Abban az évben a szaktanár írásban megkereste a helyi párt és állami vezetőket, akiktől támogatást kért a városban kiépítendő kábelrendszerre. A tanácsiak a járdaépítési programot fontosabbnak tartották a helyi televíziózásnál. A tájékoztatást a TIT-re és a Népfontra bízták. A rendszer-váltás előtti évben ismét visszatértek a korábban elutasított előterjesztésre, amit már az iskola kamerájával rögzített az időközben videó szakkör vezetőnek kinevezett szaktanár.

Megszavazták az elvi támogatást, de pénzt nem adtak a kábelrendszer kiépítésére. Hősünk segítségére sietett egy történelem-magyar szakos tanár, aki már régóta írt a megyei újságba, és a városban történt eseményekről minden hónapban egy harminc perces összeállítást készített. A technikát az ipari iskola biztosította, az elkészített videokazettát a kultúrház dolgozói vitték ki az emberekhez. Egy televízióval, egy videó magnóval keresték fel azokat a helyeket, ahol délutánonként sokan voltak. Így lett állandó vetítési hely a város legnagyobb ABC-je, a

^ofiktív település

kórház előtere vagy akár a mozi, és az autóbusz állomás várója.

Jött a rendszerváltás, mindenki nagy reményeket fűzött a demokratizálódáshoz, új megvilágításba került Kiskevélyen is a helyi televíziózás. A megválasztott önkormányzati testület első napirendjei között szerepelt a városi kábelrendszer kiépítése, és a helyi televízió létrehozása. Pénzt ez a testület sem tudott adnia beruházáshoz, de létrehozott egy új intézményt: a Városi Televízió és Kábelhálózatot. Vezetőjeként kinevezte azt a műszaki tanárt, aki megvásárolta a városban az első videokamerát, és aki társával közel két évig készítette a harminc perces MOZGÓKÉPEK-et. Az önkormányzat hozzájárult 3 fő alkalmazásához, fedezte a munkabéruket, és egy évre kölcsönt adott a saját intézményének kamatmentesen.

A kultúrház épületében helyt kapott a műholdas vételre is alkalmas fejállomás, a televízió stúdió és az iroda. Az új intézmény vezetője megtervezte a város kábelrendszerének nyomvonalát, megkezdődött a lakások „kábelezése”. Amikor már öt-hatszáz család rácsatlakozott a rendszerre, megkezdődött az ipari iskola stúdiójában elkészített felvételek bejátszása.

Ezzel egyidőben a Városi Televízió minden önkormányzati ülésen ott volt, és felvette a gyakran 4-5 órás határozathozatalokat. Voltak olyan képviselők, akik hamar felismerték a kamera hatását, nagy és hangzatos hozzászólásaikkal hívták fel magukra a nézők figyelmét. Voltak viszont olyanok is, akik nem tudtak vagy nem akartak megszólalni a kamera jelenlétében.

1991-ben kedvező fordulat történt.

Az akkori kormány ipari minisztere a településre látogatott, ahol a Városi Televízió és Kábelrendszer intézmények vezetője ismertette vele fejlesztési elképzeléseit, amely már túlmutatott a város határain is. Egy (még Magyarországon nem ismeretes) műszaki megoldással kívánta a Városi Televízió adásait eljuttatni a környék településeire. Ez a pont-multipont AM MIKRO rendszer volt. A miniszter látott fantáziát benne, és javasolta, pályázzon.

A projekt elkészült, és az Országos Műszaki Fejlesztési Bizottság elfogadta. Az intézmény kapott nettó 15 millió forintot a megvalósításhoz. Ez azt jelentette, hogy nem kellett a városnak kifizetni a helyi televíziózáshoz szükséges stúdiótechnikai berendezéseket.

Ugyanakkor megszűnt az önkormányzati gazdasági függőség, hisz a televízió működése hosszútávra biztosított volt. Az önállóság a műsorokban is érzékelhetővé vált. Egyre több olyan téma került adásba, amelyben bírálták a képviselőtestület döntéseit, és a lakossági elégedetlenségeket is a felszínre hozták.

Az 1994-es országgyűlési választás után a tizenhárom tagú helyi képviselői testület tíz tagja az MSzP támogatásával került be a hatalomba. A polgármestert is ez a párt támogatta. Az új testület egyik fontos feladatának tekintette a helyi televízió szabadságának a korlátozását. Tanulva az előző ciklusból, tudták, hogy a testületi ülések közvetítése kapcsán a nézők gyakran szembesítik a helyi vezetőket döntéseikkel. Egyik alkalommal a polgármester felvetette, a tele-

vízió ne közvetítse az üléseket, csupán egy rövid, 4-5 perces összefoglalóban tudassák a polgárokkal a meghozott határozatokat.

A televízió vezetője állásfoglalást kért a Belügyminisztériumtól, ahonnan rövidesen írásban közölték: a testület nem tilthatja ki a nyilvánosságot, így a helyi televíziót sem az önkormányzati ülésekről. Közben a városban a televízió munkatársai kérdőívekkel szondázták a lakosságot, hogy akarják-e látni a testületi üléseket. Több ezren szavaztak a közvetítések mellett.

Ezzel párhuzamosan tűzte műsorára a Városi Televízió azokat a harminc perces MOZGÓKÉP-es havi összefoglalókat, amelyek még a rendszerváltás előtt készültek. Bizony sok képviselőnek kellemetlen volt szembeülni néhány évvel korábbi önmagával, kijelentéseivel. Ez a két mozzanat változtatta ki, hogy már nemcsak kellemetlen volt a helyi televízió a helyi hatalmat megtestesítő polgármesternek és a képviselőknek, hanem ellenfélnek tekintették a vezetőjét. És elindult hősünk lehetetlenné tétele.

Megkezdődtek a különböző bizottsági vizsgálatok, az igazgató-főszerkesztőnek beszámolókat kellett készítenie, el kellett fogadtatni a televízió műsor-politikai koncepcióját. Az

első próbálkozások egyike az éves költségvetések tárgyalásakor abban mutatkozott meg, hogy a testület már nem fedezte saját intézményének a Városi Televízió és Kábelrendszernek a bérkeretét sem, hanem azt mondta: gazdálkodják ki. Tudatták a főszerkesztővel, ki kinek diktál. A taktika sikertelen volt, mert az intézmény így is nyereséggel zárt.

A következő évben szintén nem adtak támogatást, de most már az elmúlt 4 évet átfogó, több hónapig tartó pénzügyi vizsgálatba kezdtek. Közben

62
K É K

megjelent a településre kiírt televíziós UHF 38-as frekvencia, a pályázat elkészítésére 3 hét volt. Két bizottság tárgyalta az intézményvezető előterjesztését, melyben javasolja: pályázza meg a város a helyi televíziós frekvenciát. A döntés NEM, az indok pedig az volt, hogy ne lássák más településeken, miként dolgoznak Kiskevény vezetői „nem mutogassuk magunkat”, érveltek.

A televízió vezetője tudta, milyen nemzeti kincs a frekvencia, és tudta, ha veszni hagyják a lehetőséget, sokáig nem lesz mód a televíziós adások sugárzására abban a kis szatmári térségben. Feleségének gazdasági vállalkozá-

sa jogilag alkalmas volt arra, hogy megpályázza a frekvenciát. Megtette és napi 24 órás stúdióalapítási engedélyt kapott. Létrejött a Maros Televízió,^o tehát hivatalosan két televízió lett a városban.

A bizottságok tudomást szereztek a másik televízióról, és a pénzügyi vizsgálatok során megállapították, hogy az önkormányzati televízió vezetőjének felesége frekvenciatulajdonos lett. A képviselőtestület tagjai összeférhetlenséget állapítottak meg, fegyelmit adtak a vezetőnek, és a korábban általa vezetett televízióban két egyetemi és két főiskolai diplomája ellenére technikus munkakörbe helyezték.

Az intézet megbízott igazgató-főszerkesztője a korábban a televízióban dolgozó érettségivel rendelkező technikus lett. Természetesen a korábbi főszerkesztőt nem engedte a képernyőre. A volt főszerkesztő fegyelme előtt a Helyi Televíziók Egyesületének vezetőségi tagja volt, de a fegyelmi után már az újonnan kinevezett főszerkesztő képviselte (nem vezetőségi tagként) az egyesületben a Városi Televíziót. A korábbi főszerkesztő felesége Kft-t akart létrehozni egy egy helyi vállalkozóval, egy budapesti műsorgyártóval és Kiskevény város támogatásával, amely üzemeltette volna a Maros televíziót. A város polgármestere azonban elutasította az ajánlatot, félt, hogy kikerül ki zárólagos irányításuk alól a helyi média.

Közben a megbízott főszerkesztői állásra pályázatot írtak ki. Ketten próbálkoztak: a korábbi főszerkesztő és a jelenleg megbízott, akinek nem volt

meg a kiírásban feltételként szereplő főiskolai végzettsége. Semmiképpen sem akarták visszahoznia a régi vezetőt, ezért a hatalom úgy döntött, nem hirdetnek eredményt. Marad a korábbi állapot, s mert az érvényben lévő törvény szerint a műsorszétoztó nem lehet műsorgyártó is, ezért az önkormányzat 1997 április hónapban kettéválasztotta intézményt.

Létrehozta a kábelrendszert üzemeltető Maros-Kábel Kft-t, ügyvezető igazgatója, az érettségizett, és már előzőleg megbízott vezetőként alkalmazott fiatalember lett.

A korábbi Városi Televíziót megszüntették, eszközeit (OMFB pályázatból megvásárolt stúdióberendezéseket) átadták a városban működő Kettőskötés Alapítványnak^{oo}, amelynek kuratóriumi tagjai között ott találjuk a város polgármesterét és két helyi MSZP-s képviselőt. A kábelrendszeren a műsorokat ettől kezdve az Alapítvány készíti. Természetesen több millió forintos önkormányzati támogatást kapnak. Az így létrejött kábeltelevízió főszerkesztője egyszemélyben az Alapítvány elnöke, a Művelődési Ház igazgatója és a Város Könyvtár vezetője.

Közben 1996. november 16-án a magántőkeből létrejött Maros Televízió sugározta első adását, ami a település stúdiójában készült és a városban felállított 40 méter magas adón keresztül jutott el a térség közel százezer nézőjéhez.

Megjelent egy másik televízió a városban, és sokan gondolták, hogy ebbe már nem tud beleszólni a helyi hatalom. Nem így történt, mert ahhoz, hogy az adótoronyot felállítsa a Maros

^o fiktív elnevezés

^{oo} fiktív elnevezés

Televíziót üzemeltető gazdasági társaság, szükséges volt az önkormányzat építési engedélyére. Több kifogást emeltek a hivatalban, és két háromhónappal elodázták a torony megépítését. A vezetők, ha már megakadályozni nem is tudták a Maros Televízió működését, de nem is nyugodtak bele.

Több kormánypárti képviselőt kerestek meg, hogy segítsenek a majdan kiírásra kerülő UHF 38-as frekvenciát elvenni a Maros Televíziótól és a Kettős Kötés Alapítványnak adni azt. Elképzelésük nem is volt olyan megalapozatlan, mert a jelenleg ezen a frekvencián működő Maros Televíziónak újból pályázni kell a már korábban elnyert frekvenciára.

Jogállamban felvetődhet a kérdés, hogyan lehet úgy engedélyt adni egy sugárzó televízióknak, ha nem garantálják a működés hosszútávú jogi feltételeit. Nem lehet üzleti tervet készíteni a napi adásra kötelezett televízióra, ha nem lehet tudni a működési időtartamot, azt, hogy mikor térül meg a vállalkozás?

Minden önkormányzati tulajdonú helyi televíziót üzemeltető képviselő testület érezteti és tudatosítja a kinevezett vezetővel, főszerkesztővel, hogy ők adják a működési feltételekhez szükséges pénzt. Emellett a polgármester az igazgató munkáltatója, aki meghatározza fizetését, esetleg jutalmának összegét. Ahol nem álltak be a sorba ezek az intézményvezetők, és nem vették tudomásul a helyi hatalmasságok, pártok irányító szerepét, azok már rég nem dolgoznak a helyi televíziókban. Így történt ez Szolnokon, Oroszlányban, Székesfehérváron,

Zalaegerszezen, Egerben, Debrecenben és Kiskevélyen is.

Térjünk vissza a Maros Televízióhoz, amelynek ügyvezető igazgatója az a személy lett, akit összeférhetetlenség miatt fegyelmileg leváltott, majd elbocsátott az önkormányzat. Ő lett annak az országos hálózati televíziózásnak az egyik kezdeményezője, amelyhez jelenleg 52 helyi televízió csatlakozott. Az országgyűlési és helyi választások évében nemcsak szakmai kérdés egy hálózatos televíziósrendszer kiépítésével a Magyar Televízió 2-es csatornával, mint műsorszolgáltatóval, amely műholdra kerülésével kivonult sok magyarországi család otthonából. Nem szabad megfeledkezni az időközben működését megkezdő két országos kereskedelmi televízióról sem.

Talán ez az az időszak, amikor a Magyar Televízió legalább olyan szüksége van a helyi televíziók frekvenciáira, mint a helyi televízióknak a műsorgyártóra és műsormegrendelőre.

A televízió, legyen az országos, vagy helyi, esetleg regionális, mindig is közvéleményformáló volt, és lesz is. A televízió esetében a kommunikációs közvetítéssel elérhető szükséglet kielégítés korábban soha nem tapasztalt mennyiségét egyetlen közlési eszköz nyújtja. Azokban az országokban, ahol a televízió tömegesen elterjedt, az emberek milliói ülnek naponta a képernyő elé, és rendszerint több időt töltenek el a televíziózással, mint amennyit az összes egyéb kommunikációs közleménynek szentelnek. A televízió megjelenése nemcsak a közlési eszközökre fordított idő arányait változtatja meg, hanem megnöve-

li a tömegkommunikáció-fogyasztásra fordított összidő mennyiségét is. Széleskörű elterjedése, mindennapos jelenléte, a használatára fordított napi időmennyiség, valamint az a sajátossága, hogy az élet csaknem valamennyi területén a témák, a benyomások, az élmények sokaságát a valóság illúzióját keltő audiovizuális közegen keresztül közvetíti, a hatékonyság pozitív lehetőségeit és veszélyeit illetően egyaránt új távlatokat teremt.

Növeli a véleményformálás lehetőségeit, azonban csökkenti a befogadás

63

K É K

szelektivitását. A válogatás szempontjait nemcsak a műsorok iránti érdeklődés és szükséglet határozza meg. A többszöri közlés megnöveli az információ célba érkezésének valószínűségét, ha az nem kelt mélyebb benyomást, az emberek rövid idő alatt elfelejtik. A felejtési görbék rövid ideig tartó, lassú süllyedés után rendszerint rohamosan zuhan. Az ismételten közölt megerősítő közlemények azonban elősegíthetik az információ tartósabb rögzülését, és az így hangoztatott vélemény (ha nem is jelent feltétlenül elfogadást) kiindulópontul szolgálhatnak egy esetleges véleményformáláshoz.

Az ismétlések túlfeszítése ugyanakkor keresztelheti a közlő céljait, esetleg már a téma pusztá említésére is

„kikapcsolhat” az emberek figyelmébe. A kommunikációs eszközök növekvő univerzalizációja ebből a szempontból is új lehetőséget teremt. Az egyszerű ismétlés módszerét fokozatosan kiegészítik a változatos ismétlések. A témák, a műsorok, a kommunikációs műfajok számának növelése lehetővé teszi az ismétlés rejtettebb módszereit. Azonos tartalmak különböző formákban szinte korlátlanul újra játszhatóak anélkül, hogy a nézőkben ellenérzést váltanának ki.

64
K É K

A helyi médiák sikeres működésének is alapfeltétele: az információk mennél szélesebb körben való terjesztése, a mondandó hitelessége, aktualitása, amely a nézőt nap mint nap meg erősíti abban, hogy a tájékoztatás/szórakoztatás neki szól.



A média a XX. századvég modern államainak gyakran bírált jelensége. Lehetséges, hogy olykor kacérkodik hatalmi csoportosulásokkal, pont azért, hogy elérje célját: működhessen függetlenül a hatalomtól. Tömegbefolyásoló szerepe nem vitatható. Ha azonban a funkcióira tekintünk, akkor világméretben a célközönség és a médium sajátos kommunikációs kontaktusának épülését, erősödését figyelhetjük meg. Kihívás ez a médiával szemben. Demokratikus viszonyok között funkcióit a médiafogyasztó szükségle-

különböző médiumok szelektíven vesznek részt, ami lehetővé teszi, hogy az adott befogadó igény szintje szerint választhasson a médiumok közül. Akadémikusnak érzem tehát azt a kérdésfeltevést, hogy a kereskedelmi médiumok tölthetnek-e be kultúra-közvetítő szerepet? Különösen óvatosan kell a kérdést kezelni, ha Magyarországról beszélünk, ahol az elmúlt évtizedekben az egypólusú elektronikus médiarendszer gyakorlatilag kereskedelmi jelleggel működött. Nem kerülhette meg azt a korszakvetelményt,

Szombati Béla

Új dimenziók a rádiózásban*

te, igénye határozza meg. Ha leszűkítjük vizsgálatunkat a tömegkommunikációra, akkor világosan láthatjuk, hogy a tájékoztató, a szórakoztató és szocializációs funkció a médiaszerkezetben elfoglalt hely szerint eltérő intenzitással jelenik meg, míg a kulturális értékközvetítő szerep deklarált feladatként vállalt minden médiumnál. A konferencia eddigi munkájában érzelhetően a kultúra tradicionális értelmezéséből indult ki. Abból, hogy a felhalmozott anyagi és szellemi kultúra, az értékek, hagyományok, normák, viselkedési módok mennyire lehetnek a közvetítő média centrumában. Megállapította azt is a konferencia, hogy a kulturális értékközvetítő szerepben a

hogy a nézettség, vagy hallgatottság érdekében a kulturális értékközvetítő szerep és alapfunkció mellett a többi tömegkommunikációs funkciót is teljesítse. Nevezetesen a tájékoztató, szórakoztató és szocializációs funkciót is. Tehát helyes-e ma különválasztva közszolgálati, vagy kereskedelmi jellegű médiáról beszélni, amikor sem az országos már nem lehet tisztán közszolgálati, a helyi pedig még nem lehet, illetve nem is tud laboratóriumi módon közszolgálati lenni. Természetesen helyes, de csakis a jövőbeni munkamegosztás markáns elkülönítésével. Aminek következménye lesz, hogy a közszolgálati koncepció csakis az állam anyagi támogatásával érvényesíthető, s

65
K É K

*Elhangzott a Média és Kultúra konferencián Debrecenben, 1997. október 14-én

a kereskedelmi műsorszolgáltatóknak az általuk célzott réteg kulturális aktivitása és igény szintje fölött kell kínálni adekvát műsorokat. Ugyancsak vitatható az az állítás is, hogy a kereskedelmi média csak szennyet sugároz! Nem csak azért vitatható, mert Révész T. Mihály, az ORTT elnöke biztosított mindenkit, az új kereskedelmi adók főműsoridőben 40 %-ban kötelezően sugároznak közszolgálati műsort. Az én megközelítem szerint a szórakoztatás értéktartalma is felfedezhető, ha a szórakoztató műsort készítő igényes

66 K É K

modulokból építi fel programját. Ki vitatná azt, hogy van zene és zene, riport és riport, játék és játék között különbség. A célcsoport számára készített önfenntartó műsor rejthet életmód-mintákat, erkölcsi intelmeket, információkat, viselkedésmódokat az egyébként tömegek számára élvezhető játékba, vagy akár szponzorált műsorba.

A média a modern piacgazdaságokban túlkínálatot teremtett. Ezért az új belépők csak sajátos marketing-logikával találhatnak maguknak olyan szegmenst, vagy réseket, ahol épp a programmegfeleléssel sikert remélhetnek. Ennek a kiindulópontnak a következménye, hogy az Amerikai Egyesült Államokban és Nyugat-Eu-

rópában is az elmúlt két évtized a rétegre irányuló média története. Mi lesz azonban holnap? Már próbálják több országban a digitális műsorsugárzást, ami a gyönyörű hangzás új korszakát nyitja. A kábelrendszerek az interaktív kommunikáció új lehetőségeit készítik elő, lehetséges az egyéni igények szerinti műsorkiválasztás CD-n és sorolhatnánk. A média forradalma tehát tovább tart, vagy mondhatnánk úgy, hogy a technológia XX. századvégi robbanásához épp a média az egyik innovatív fogadóközeg. Sajátos média-funkciókat tölt be az Internet, amely a választás abszolút és intim szabadsága mellett kínálja az interaktivitást is. Hol tart azonban hazánk?

Magyarország vívódik dilemmáiban. Milyen utat válasszon a médiaszerkezet kiteljesedéséhez. Alulról felfelé, vagy a már jól ismert fölülről lefelé irányt kövesse? Mennyire lehet szabad a média? A kormányzati hivatali előírások, vagy a potenciális néző, olvasó, hallgató ízlésvilága és elvárása legyen a mértékadó? Európai modelleket tanulmányozunk és tradicionális eljárásokat követünk. Villognak a vívók pengéi. A politika prominens képviselői felülről lefelé gondolkodnak, azaz csak a makrofeladatok megoldása után hajlandók letekinteni a végekre. Holott a médiatörvény demokratikus-liberális jellege épp a helyi média kiépülését részesítené előnyben. Várjunk tehát. Várjunk arra, hogy a felsőbb döntéshozók a nagy országos gondok megoldásán túllegyenek. A döntés a törvénnyel megszületett a kétpólusú médiaszerkezetre és elindultak az or-

szágos magán-televíziós programok és indulnak a kereskedelmi rádiók. Tehát nem marad más hátra, mint foglalkozni a helyiekkel. A helyi média problémahalmaza a kritikus ponthoz ért. A végrehajtott elismeri hibáját és megbocsát azoknak, akik szintén nem tartják be a törvényi előírásokat.

Vizsgáljuk meg a média paradigmaváltását most a helyi konkrét történetek dimenziójából! A médiatörvényt a helyi média kétpólusúvá válása megelőzte. A kilencvenes évek elejétől a helyi kezdeményezések ereje feszítővé vált, a törvény megalkotása pedig késétt. Az akkor illetékes Művelődési Minisztérium enged a nyomásnak. 1994-ben kiírja az első pályázatot és minden elfogadható kezdeményezésre ideiglenes stúdióengedélyeket ad ki. Ekkor még meghatározott időre szóló engedélyek születnek, a második fázisban, 1995. végén azonban már - a médiatörvény születésének előestéjén - az engedély a törvény illetékességére utal. A látszat demokratikus: jusson minél több pályázó frekvenciához! A legtöbb engedély így osztott frekvenciára szól. E döntések elindítanak egy folyamatot, amelyre a nyertesek a győzelem első eufóriájában nem gondolnak: arra, hogy azonos frekvencián két, vagy több műsorsugárzó aligha képes a hallgatók szempontjából is egy rádiót csinálni. Mert a hallgató ilyen. Nem tudja pontosan mit, miért hallgat, mert jobbára háttérjelleggel fogyasztja a rádió által sugárzott műsort. Nem vitat, nem kérdez, nem követel. Valami miatt valamelyik frekvenciát hallgatja és ha nem tetszik neki, átkapcsol. Ha egy frekvencián az érzékenységi küszöbét meghaladó módon érzel negatív im-

pulzusokat, akkor e frekvenciát nem próbálja ki többször. Tehát az osztott frekvencián az eltérő célok, stílus, az eltérő szakmai felkészültség, eltérő érdekek a hallgató számára nem értelmezhetőek. Ő olyan rádiófrekvenciát akar hallgatni, ahol mindig pontosan ugyanazok a jellemzők érhetőek tetten. A médiatörvény által életrehozott Országos Rádió és Televízió Testület 1996. nyarára már felismeri: e helyzet problematikus, a frekvenciák megosztása tévedés volt.

A Rádió Lady gondolatának megalkotói Debrecenben ebben az elmentmondásokkal terhes időszakban, pontosan 1995. augusztusában és szeptemberében vetik papírra koncepciójukat. A csaknem féléves előkészítő munka konzekvenciái:

1. A médiaszervezetben rövid idő alatt sok szereplő jelenik majd meg, ezért olyan rádióprogram szerezhethet és tarthat meg pozíciókat, amely egyedi előnyöket, sajátos karaktert képes felmutatni.

2. Illetve amely valamilyen hallgatói szegmens, vagy szegmensek várakozásával találkozik.

Az elvégzett kutatások tapasztalatai igazolják: a hallgatók többsége három lényegi funkciót vár el a rádiótól. Szórakoztasson, informáljon és teremtsen valamilyen interaktivitási lehetőséget. Pártpolitikáról hallani sem akar, a helyi történelemszerű viszont igen. Elvárja azt is, hogy a rádió adjon számára inspirációt a reménykedéshez, derítse jó hangulatra ha autót vezet, ha dolgozik, vagy ha otthoni elfoglaltságában mélyül el. A társadalmi feszültségek közvetítésére nem tart igényt, magánéleti konfliktusait feledni akar-

ja. A honi helyi rádiózás tehát alapvető dilemma elé kerül. Közszolgálati funkciót töltsön-e be, ami az eddigi rádiózási gyakorlat követését jelenti? Vagy a médiamarketing logikája szerint új modellt alkosson? A közszolgálati funkciók mellett szól a küldetés-tudat. Az új, helyi modell mellett a hallgatói elvárás. A dilemma nehezen oldható fel. A döntéshozó testület a közszolgálati funkciókat értékeli, a hallgató a számára való megfelelést. Van-e e két pólus között összekötő híd? Lássuk a nyugati tapasztalatokat. A helyi rádiók inkább kereskedelmi jellegűek. Az Egyesült Államokban markánsan, Európában puha kompromisszumokkal. Magyarország Európa felé tart. Tehát a logikus választás: célozd a kompromisszumot! A helyi rádió legyen fontos információs csatorna, érték közvetítő szocializációs tényező és szórakoztató médium.

A Rádió Lady három kérdést tesz fel önmagának. Kikhez kíván szólni? Milyen tartalommal? Milyen egyedi jellemzőkkel, amelyek megkülönböztetik a többi rádiótól?

A válaszok: A célcsoport centruma a 22-49 éves korosztály legyen, amely leginkább aktív a társadalomban. E korosztályi kritérium mellett azonban fontos szempont az is, hogy a rádió verbális közléseire nyitott legyen a hallgató, azaz az igényesebb műsortartalom befogadásának készlete adott legyen. Ezért a célzott közönség iskolai végzettségeként a Lady alkotói legalább középfokot jelölnek meg. Döntő fontosságú dimenzióknak tekintik az életmód, az életstílus jellemzőit. A tár-

sadalom azon csoportjai kerüljenek fókuszba, akik akarnak és képesek alkalmazkodni a változásokhoz, illetve, akiknek vannak ambícióik, aspirációik, hogy a társadalom presztízs-hierarchiájában felfelé törekedjenek. A Szonda Ipsos legutóbbi vizsgálati adatai alapján a magyar össznépeség 27 + 33%-a tartozik ide, tehát összesen 60%! 7% a már befutott, sikeres ember. Nyilván a rádió számított és számít e mikrocsoport érdeklődésére is. Lehetőséges, hogy tájegységünkben e mutatók némileg eltérőek, anyai azonban

bizonyos, hogy a jelzett életmód-dimenzió alapján Debrecen város és a környező hajdúvárosok felnőtt népességének kb.60 %-a sorolható a potenciális célcsoportba.

A műsor tartalmát a célcsoport mentalitása, ízlésvilága határozza meg. Programunk ezért mívesebb riportokat, interjúkat éppúgy tartalmaz, mint igényes hír-és információs blokkokat. Könyvajánlatokat, műsorokat a tudomány hétköznapijairól, az emberi lélek rejtelmeiről, szocializációs problémákról, a deviancia veszélyeiről A zenei stílusunkban a hallgatói elvárás szerint a lágyabb, romantikusabb, dallamosabb és igényes hangvétel kapott előnyt.

Végezetül a Rádió Lady név-választásával kapcsolatos magyarázattal

kell szolgálnom. A döntést komoly mérlegelés előzte meg. Lehetett volna valami szokásos rádiónevet választani a csillagok világából, a hallgató által magasra értékelt fogalmakból, mi mégis e név mellett döntöttünk. Ennek három oka volt. Először az, hogy a magyar társadalom mikrovilágában a nők befolyása rendkívül erős. Például a családi döntéshozatalban, vagy a személyes kapcsolatokban. A férfiak érdeklődése a nők aurája, stílusa, szerepei iránt igen intenzív, ami kihat például a női lapok férfiak általi olvasási aktivi-

tására. Ez volt az egyik dimenzió.

A második: a hagyományos társadalmi sztereotípiáknak megfelelően a lágyabb, romantikusabb zene csak női stílus lehet. Persze az előkutatásokból mi tudtuk, hogy a férfiak érzékenysége az érzelmesebb dallamok iránt legalább olyan magas hőfokú- sőt egy kicsit magasabb- mint a nőké. Tehát a név a zenei karaktert fejezi ki leginkább. Végül a marketingkommunikációs érv: a rádiók név-választásában teljességgel szokatlan az egyik nem megjelenítése, pontosabban markáns hangsúlyozása. Számolnunk kellett az- zal, hogy e név ebből az aspektusból is el fog indítani egyfajta belső dilemmát

MÉDIA ÉS KULTÚRA

a potenciális hallgatóknál is: Vajon nem valami feminista szélsőségről van-e szó? A férfiak ezt nyíltan nem vállalnák, hiszen a szerepükből következően erre a fíntor látszik a legkézenfekvőbb reaklási gesztusnak. A titkok iránti vonzalom viszont motiválja a legalább egyszeri-kétszeri kipróbálásra. S ha e próba során az azonosulást sikerül elérni, az arra való rácsodálkozást, hogy ez számára is kitűnő élményt (intellektuális és érzelmi) nyújt, akkor megnyertük őt is a rádióknak.

A magyar rádiózási szokások megváltozását várjuk, pontosabban prognosztizáljuk a jövőben. A kínálat növekedésével párhuzamosan az átkapcsolási gyakoriság nőni fog. A nyugati rádióállomások erre úgy reagáltak, hogy minden rádióknak van egy eléggé jól karakterizálható stílusa, zenei kínálta. A játszott felvételek számát 5-600-ra minimalizálták. Nevezhetnénk ezt hamburger-szindrómának. Tehát lehet, hogy nem eszem mindennap hamburgert, de ha azt kívánom, akkor biztosan tudom, hogy friss, meleg és akár autóban is elfogyasztható. Azaz, számíthatok mindig az ismert és megtapasztalt tartalomra, tulajdonságokra és akkor veszem igénybe, amikor a hangulatom és a vágyam arra indít. Lehetőséges, hogy erre felé tartunk. A Rádió Lady e pillanatban mégis 1200 olyan tesztelt zenei felvételt játszik, amely a célcsoport reprezentációs mintája által értékelten legalább 65 %-os tetszési indexet mutat. Tehát nem biztos, hogy nekünk is másolni kell a fejlettebb vi-

lág ilyen módszereit, mert nem biztos, hogy közel vagyunk ehhez a fejlődési szakaszhoz, másrészt a magyar kulturális hagyományok mássága miatt nem biztos, hogy valaha is pontosan ilyen választ kell adnunk a média-tülkínálat jelenségére. Mi szeretnénk a rádióhallgatók hűségét elnyerni, ezért jól átgondoltan, folyamatosan befogadható értékeket és színeket próbálunk közvetíteni. A GFK-kutatóintézet vizsgálatából kiderült: a célzott csoport adja a hallgatóink többségét és aminek igazán örülünk: az egyetemi kollégiumokban is szívesen hallgatott műsor a Rádió Lady.

Összegezve: a média metamorfózi- sa ma - mint a gazdaságban és társadalomban is általában - sok hordalékot vonszol magával. Vannak, akik gyorsítanak a folyamatot, vannak akik úgy vélik a jó munkához sok idő kell. Az elvesztegetett idő azonban megakadályozza a születő új médiakezdeményezések megerősödését és az új feladatokra való koncentrációt. A legjobbat, a legjobban. Emerson azt mondja: "Ha az ember csábítóbb csapdát állít... a világ csakúgy tolong az ajtajánál" Mi nem csapdát akarunk állítani, hanem olyan médiát teremteni, amely a magyar kultúra és az európai tapasztalatok talaján szelektíven kínál az emberek különböző csoportjai számára igényes műsorokat. Választani az emberek fognak. Ez pedig a szabadság lényege.

Mennyiben indokolta közgazdasági, tartalmi, szerkesztési „átalakulási kényszer” a tulajdonváltást?

A rendszerváltozás alapfeltétele volt Magyarországon a sajtó szerkezet- és tulajdonosváltása. Különösen igaz ez a megyei napilapokra, amelyek párt-, illetve párt-tanácsi tulajdonban voltak, felügyeletüket a pártbizottságok ideológiai titkárai látták el. Alapjaiban sérült tehát a sajtószabadság, nem teljesíthetett ki a független, demokratikus újságírás hazánkban. Csakis a tulajdonosváltás, a napilapok magánkézbe

tek meg, adott volt tehát a feltétel az újságkiadás nyereséges vállalkozássá alakítására. ugyanakkor a kiadók marketingtevékenysége, hirdetési osztályainak aktivitása fejlesztésre szorult. A korábbi tulajdonos, az országot uraló egyetlen párt hatalmi pozíciójából adódóan nem törődött a hirdetéssel, az újságkiadás, csakúgy mint az egész társadalom, nem piacgazdasági alapokon működött. Ezzel együtt az újságszerkesztésben sem az olvasói igények kielégítése volt az elsődleges, hanem a pártpropaganda továbbítása. Az

Mankó Mária

Beszélgetés Dr. Stephen Chatt-tal

a Kisalföld Kiadó Kft ügyvezető igazgatójával

69
K É K

adása adhatott lökést a magyar sajtó demokratizálódásának. Hiszen egy magántulajdonban lévő, politikai függetlenségre kényes regionális napilap csak akkor lehet sikeres, ha elnyeri olvasói rokonszenvét. Hűséges házörzőként védi a helyi közösségek érdekeit, folyamatosan kommunikál olvasóival, elsősorban helyi híreket, információkat szolgáltatva. Az olvasottság, a nagy példányszám alapfeltétele annak, hogy az üzleti élet kiváló hirdetési lehetőségnek tekintse a napilapot. A reklámbevételek, a szilárd gazdasági háttér pedig lehetővé teszi a kiadó számára a pártsemleges újságírást.

A rendszerváltás idején az új tulajdonosok jelentős olvasótáborral rendelkező megyei napilapokat vásárol-

újságírók elszakadtak az olvasótól, a hírlapírás gyakorta öncélú hivatássá vált, a cikkek nem az olvasók közérthető informálását, hanem az újságírók szépirodalmi tehetségének hirdetését szolgálták.

Az új laptulajdonosoknak tehát úgy kellett megtartaniuk az újság jelentős olvasótáborát, hogy közben átszervezésre szorult a lapok hirdetési osztálya és átalakításra maga a szerkesztőség is. Az elmúlt évek magyarországi gyakorlata azt bizonyítja: néhány kiadónál ez az átalakulás sikerrel járt, míg másutt kudarcba fulladt. A Kisalföld Kiadó Kft. a magyarországi regionális napilapok privatizációjában egyedülálló sikertörténetet írt. A siker már az új tulajdonos személyisége

megalapozta. A világszerte jelentős vállalatbirodalmat irányító Rothermere család és a brit sajtó évszázados demokratikus gyakorlata megadta a siker alapfeltételét. Erre az alapra épült föl egy jól működő vállalkozás: az újság oldalszáma a kezdeti 8-ról 24-36-ra bővült. A Kisalföld elsőként jelent meg színesben a hazai regionális sajtópiacon, minőségi szolgáltatást nyújtva a hirdetőpartnereknek. Ugyanúgy a szerkesztésben a helyi hírek kezdtek dominálni, az információk felépítése közérthetőbbé, gyorsan fel-

dolgozhatóvá és sokoldalúbbá vált. Az újságkészítésben a korábbi egyéni vilongások helyett ma már a csapatszellem dominál. A háttér az új, modern sajtóház, a formai kiteljesedést pedig a korszerű, több milliárd forintos beruházással épült nyomda jelenti. A Kisalföldben folyó magas színvonalú szakmai munka elismerését mi sem bizonyítja jobban, mint az, hogy az új sajtóházat 1996-ban Göncz Árpád köztársasági elnök avatta fel, a tulajdonos Lord Rothermere ugyanabban az évben állami elismerést kapott, engem pedig II. Erzsébet királynő tavaly kitüntetett a magyarországi sajtó demokratikus átalakításában kifejtett tevékenységemért. Az olvasók háláját viszont az jelzi, hogy nem fordultak el

MÉDIA ÉS KULTÚRA

a laptól. A Kisalföldnek jelenleg is csaknem 300 ezer olvasója van, ezáltal a második helyen áll a magyarországi napilapok rangsorában, a regionális toplistát pedig nagyságrenddel vezeti.

Milyennek látja a privatizáció elmúlt 3 évét az írott sajtóban?

A magyarországi írott sajtó a rendszerváltozást követően jelentős százaléokban külföldi tulajdonba került. Azok a kiadók, amelyek a anyaországban bevált gyakorlatot változás nélkül próbálták megvalósítani hazánkban, eleve kudarcra ítéltettek. Hiszen az újságírásnak és az újságolvasásnak más hagyományai vannak Magyarországon, mint mondjuk Franciaországban vagy Németországban. Ugyanúgy a hirdetési piacon is más hozzáállást várnak el nálunk egy hirdetésvezetőtől, mint például Angliában. Azok a kiadók, amelyek tiszteltben tudták tartani a magyar újságkészítés hagyományait és csak azokat a bevett, anyaországi gyakorlati fogásokat vették át, amelyeket itthon is sikerrel fogadtak az olvasók, megerősítették pozíciójukat. Ahol ez nem sikerült, ott hanyatlani kezdett a vállalat.

Az új tulajdonos mennyiben szolgálja a régió sajtó igényeit („szolgál-e” egyáltalán)?

A Kisalföld Kiadó Kft. nyereségesen működő vállalkozás. Bevételeinek jelentős részét visszaforgatja a helyi közösségbe karitatív, jószolgálati tevékenységével. Az újságkészítők személyes példával élve, önmaguk is aktív szerepet vállalnak a karitatív szerve-

zetek munkájában. Miután a lap példányszáma tekintélyes, befolyása is jelentős a hazai közéletben. Ebből adódóan sikeres érdekérvényesítő tevékenységet tud folytatni a régió szolgáltatásban. A Duna elterelését követően például a Kisalföld napilapnak jelentős szerepe volt abban, hogy a helyi elvárásoknak megfelelően valósultak meg a szigetközi kárenyhítő beruházások. A régió sajtós érdekeit szolgálja az is, hogy az olvasók (egyedülálló módon a magyar sajtópiacon) mindennap kommunikáltak egymással a Kisalföld hasábjain. (Postabontás rovatumunk naponta egy teljes kolumnán jelentkezik.) Ezen a fórumon a polgárok, civil szervezetek, önkormányzatok, hatóságok közvetlenül kommunikálhatnak egymással a régió fejlődése érdekében.

Mit tart jelentős eredménynek, illetve eredménytelenségnek eddigi munkájában?

Sikerült hatékony csapatszellemet kialakítani a vállalatnál. Ezáltal a cégen belüli kommunikáció ugyanúgy javult, mint az olvasók és az újság közötti párbeszéd. A kiadóvállalatnál mindenki fontosnak érezheti önmagát a saját helyén, az újságíró ugyanúgy, mint a hirdetésvezető vagy a pénzügyi előadó.

Kiadásunkban megjelent termékek jelentős tartalmi és formai változások mentek át. A Kisalföld például a korábbi 8 oldalas fekete-fehér napilapból 24-36 oldalas, színes újsággá vált. A tipográfiai változások modern arculatot adtak a Kisalföldnek, és a hirdetés-tervezésnél is maradéktalanul érvényesülhetnek a partnerek elvárásai.

Tudjuk, hogy olvasóink elsősorban a helyi hírekre kíváncsiak. Ezért állí-

tottunk fel megszerezte helyi szerkesztőségeket, hogy a híráramlás gyors és folyamatos legyen.

Azt szeretnénk, hogy olvasóink úgy érezzék: nagyobb értéket kapnak a pénzükért annál, mint amennyit elvárnának egy napilaptól. Ezért a Kisalfölddel együtt naponta önálló, hetilapnak beillő mellékletet is közlésezünk. Az üzleti, női, ifjúsági, gyermekmagazin ugyanúgy megtalálható a Kisalföldben, mint az életmód- vagy a kulturális melléklet és a műsorújság. A Kisalföld előfizetői a megye több száz üzletében kedvezménnyel vásárolhatnak. Az új előfizetőket ajánlók ajándékot kapnak. Olvasóink rendszeresen ingyenesen adhatják fel lakossági apróhirdetéseiket. Ezek mind-mind olyan plusz szolgáltatások, amelyek összességükben egyedülállóak a magyar sajtópiacon, s amelyekre méltán lehet büszke a Kisalföld. Talán ennek is köszönhetjük, hogy a Kisalföldre alapoz-

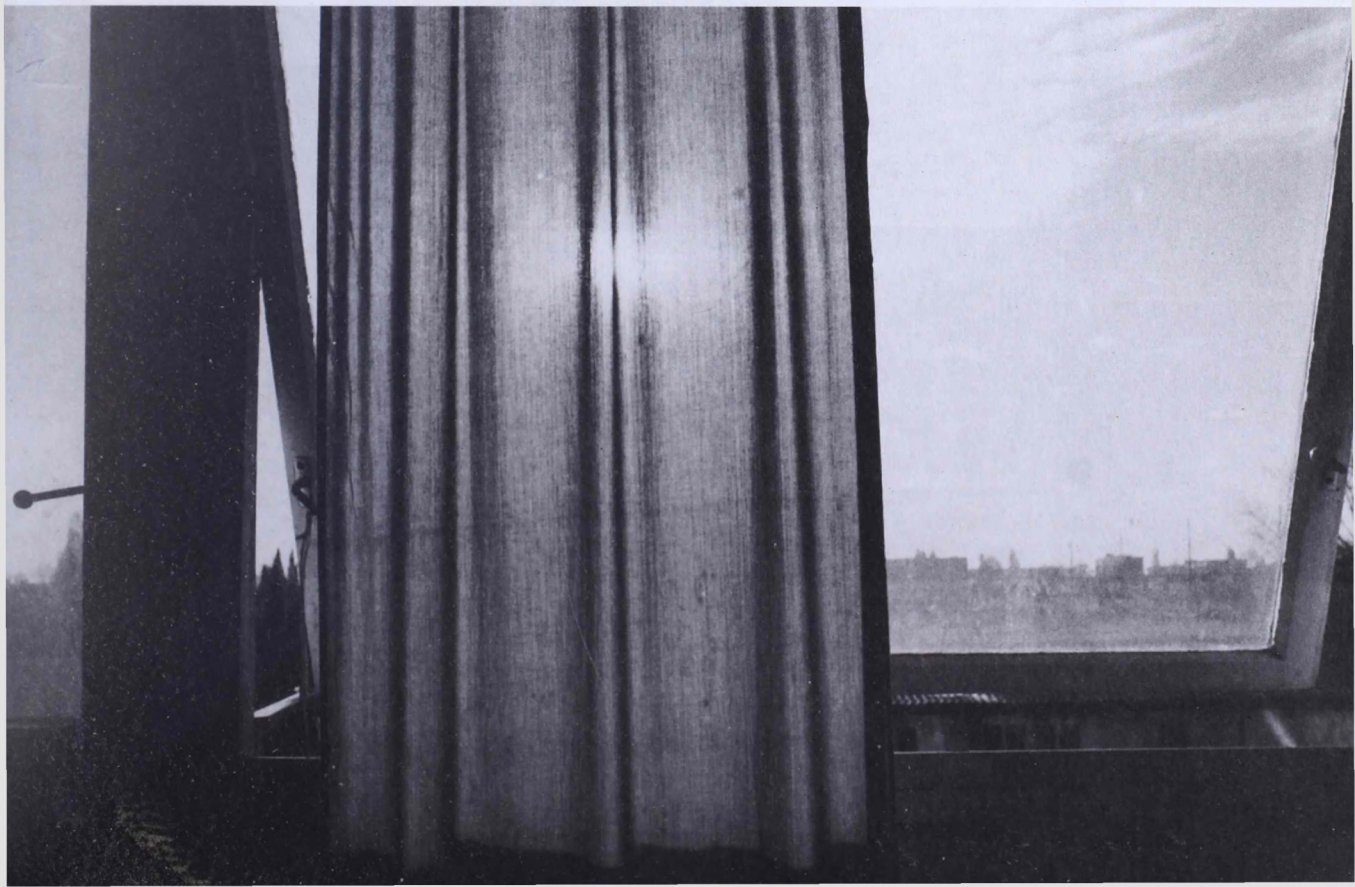
MÉDIA ÉS KULTÚRA

va ma már kisebbfajta vállalatbirodalom épült ki hazánkban: a napilap mellett kiadjuk az angol nyelvű Budapest Sun hetilapot, reklámügynökséget állítottunk fel, részt veszünk a hazai rádiózásban, nyomdánkban pedig minőségi termékeket gyártunk.

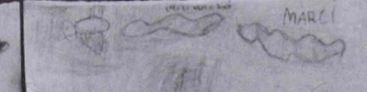
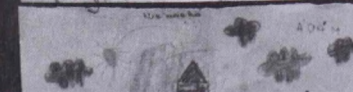
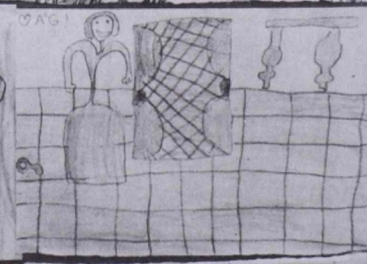
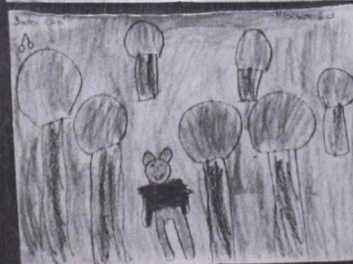
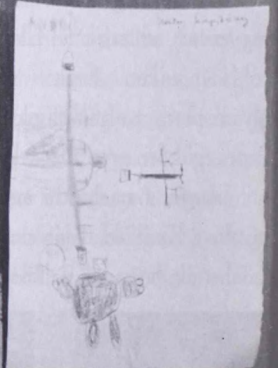
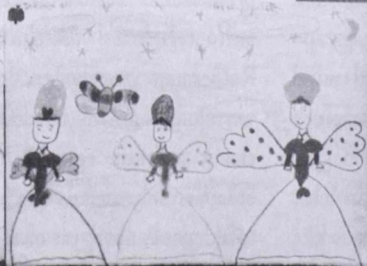
Ha a jelenlegi tapasztalataival vehetne részt a tulajdonváltásban, mit, miket tartana a legfontosabb szempontoknak?

Őszintén mondhatom: úgy érzem, a Kisalföldet, figyelve a magyar sajtóprivatizáció történetét, elismerésre méltó tulajdonos vásárolta meg Lord Rothermere személyében. Így hát, ha visszaforgathatnánk az idő kerekét, az elmúlt csaknem egy évtizedet ismét örömmel dolgoznám végig a brit lap-tulajdonos és a magyar olvasók szolgálatában.

71
K É K



Kedves mesém



Baloghné
Bánáti Judit

Az óvodások filmnézési szokásai*

A gyermekorientált tömegkommunikáció kontrollálása és fejlesztése olyan témák, melyeknek rövid a történetük, annál nagyobb viszont a múltjuk. A tömegkommunikáció egyre szédületesebb tempóban terjed és behatol a magánéletbe.

A piacra dobás előtt már kötelezővé válik az adott termék teljes biztonságosságának bizonyítása. Egyre több jogszabály születik és ezzel együtt kialakul egy új bürokrácia, mely ellenőrzi és bizonyítani hivatott, hogy a termékek és a szolgáltatások az

ket alkot, logikusan kezd gondolkodni, magyarázatokat keres, igyekszik minél többet elraktározni abból, amit a televízióban látott.

Azt a befolyást, amelyet a mozgókép a gyerekek fejlődésére gyakorol, már aligha becülhetjük túl, a jövőben ez a befolyás egyre inkább növekszik. A televízió minden tömegkommunikációs eszköznél nagyobb hatást gyakorol az emberek gondolkodására, életmódjára és magatartására. Ezen kívül alakítja, formálja és megváltoztatja az egész társadalom élet szemléletét és attitűdjét.

73
K É K

ígéretnek vagy a hirdetésnek megfelelőek legyenek.

A film és a televízió mozgóképeinek elemi felfogása ma már mindennapivá vált. A tévét nézni megszokott, magától értetődő, a napi programhoz szervesen kapcsolódó tevékenység. A gyermekek közvetlen környezetükkel együtt ismerik meg a mozgóképet, a televíziót, amely először másfél-két éves koruktól gyakorol rájuk többkevesebb hatást. Öt éves koruktól aztán ugrásszerűen fejlődik a felfogóképességük, és kilencéves korban érik el a „tévéérettséget”, ettől kezdve jellemző rájuk a gondolkodva nézés. A mozgókép társaságában felnövő gyermek tíz-tizenkét éves korában már ítélete-

A gyermekek a televízió legodaadóbb nézői. Az új iránt mindig is fogékonyabbak voltak. A ma gyermeke a távkapcsolók segítségével lapozgat a műsorok között. Az érdeklődésének megfelelő műsornál áll meg, ha megunta, lapoz tovább. Szeret utánozni, a látott élményt megvalósítani, mint minden környezeti hatásra a legérzékenyebb és a látott példák utánzására a legfogékonyabb a kisgyermekkorban. Ezért a mozgókép- a televízió, a video és a mozi – számos pozitív értéke mellett, ha nem helyesen használjuk, károsak lehetnek a felnövekvő nemzedékre.

Dolgozatom mottóját Michael Rothenberg szavaiból kölcsönöztem:

*A tanulmány része egy nagyobb összefoglalásnak

„A mozgókép lehetőséget nyújt a világgal való kapcsolattartásra, más népek és kultúrák megismerésére, ismeretek szerzésére, információk átadására. A televízió értékes természeti, művészeti és zenei programokat is közvetít, így kellő válogatással tartalmaz szórakozásra is módot ad.”

Érdeklődésemet a gyermekek mozgóképi kultúrája iránt elsősorban az keltette fel, hogy személyesen érintett vagyok a témában.

I.

Kutatástörténeti áttekintés

A mozgókép gyermekre gyakorolt hatásával kezdetben csak a pszichológusok, pedagógusok foglalkoztak. A Centre International de l'Enfance e kérdéssel foglalkozó tanulmánya „A televízió és a gyermek” címmel 1962-ben jelent meg.²

Az 1970-es évek óta Magyarországon a televízió-nézés önálló tudományos kutatási területté vált. A tömegkommunikációs kutatások között a televízió kulturális szerepét vizsgálták elsősorban, mint új tömegkommunikációs eszközt. Később kutatási témává fejlődött a dobozba zárt mozgókép véleményformáló erejének, a

MÉDIA ÉS KULTÚRA

tömegekre gyakorolt hatásának vizsgálata. Az emberek otthon, a családban néznek televíziót, így összefonódtak a televíziózás jelenségével foglalkozó kutatások a családszociológiával. A magyar szerzők: Angelusz Róbert – Révész Klára,³ Csepeli György,⁴ Erdélyi Ildikó,⁵ Erdősi Sándor – Daukonics Mihály,⁶ Sugárné Kádár Júlia,⁷ Vetró Ágnes, Csapó Ágnes, Szilárd János, Vargha Miklós⁸ - részben a külföldi szakirodalom ismertetésével, részben a saját vizsgálataik eredményének a publikálásával korán felhívták a figyelmet a gyermek és a film-, televízió-nézéssel kapcsolatos problémákra. Legújabb kutatása Magyarországon egy gyermek-egészségügyi központban dolgozó orvosnak – dr. Velkey Lászlónak – van a gyerekek mennyiségi és minőségi mozgókép nézettségéről.

Vizsgálatának célja nem csupán a szabadidő felhasználásának a módjaira, s azon belül a televízió nézés napi átlagidejének a megismerésére szorítkozott, hanem kereste az összefüggést a televízió nézés napi időtartama és a gyerekek magatartása között, figyelembe vette az egyidejű környezeti tényezők hatását is.⁹

Szecső Tamás: A televíziós jelenség c. tanulmánykötetének előszavában a következőket írja a televízió kutatás feladatáról:

„A televízió kutatás akkor találja meg önmagát, ha megszűnik televízió kutatás lenni, vagyis ha mindinkább arra törekszik, hogy a televíziós jelenséget elhelyezze a társadalom viszonylatrendszerében.”¹⁰

A televíziózás kutatásának létrejöttéhez a fenomenológiai szociológiából kinőtt, a mindennapi élet jelenség-szintjét megragadó az ún. etnográfiai elemzőmód ismertté válására volt szükség.¹¹

A műsorok nézettségének és egy-egy műsor hatásának a vizsgálata megelőzte annak a kutatását, hogyan befolyásolja a televízió a nézők mindennapi életét. A szociológia hamarabb kezdett foglalkozni a televízió életmód alakító funkciójával a családban a „survey – vizsgálatok” keretében.¹²

A gyermek és a televízió együttelezése inkább a szociálpszichológia tudományágát érdekelte. A gyermekek és a televíziózás csaknem önálló kutatási területté vált a televíziós jelenség szociálpszichológiai megközelítői számára.¹³ A gyermek és a televízió nézés témakörén belül is külön vizsgálati területté vált – elsősorban az Egyesült Államokban – a televíziós műsorban közvetített erőszak hatása, a képen megjelenő agresszivitás viselkedést befolyásoló szerepe.¹⁴

A kezdeti vizsgálódások után egyre több kutatás kezdődik mind az Egyesült Államokban, mind Európában. A gyerekek filmnézési és televízió használatával kapcsolatos kérdésköröket e szaktudomány képviselői elemzik a vizsgálatok adatai alapján. A főbb kérdéskörök a következők:

- ◆ A gyerekek televízió használata;
- ◆ A szülők és a gyerekek a tévé előtt, a szülői kommentálás szerepe a szocializációban;

„A televízió szerepe a szülők és a gyerekek közötti interakcióban.”

A kutatási módszerek között egyre gyakrabban szerepelt a megfigyelés.

Az interjú a megfigyelést egészítette ki és megjelenik az önjelentés is a módszerek között, de használták a kérdőíves eljárást is.

A televízió- és video nézés hazai gyakorlatára és hatására vonatkozó megfigyelésekről, a kutatási eredményekről kisszámú publikáció jelent meg. Ezeknek is a többsége kevésbé ismert és nehezen hozzáférhető kiadványokban található meg és ezért jelentőségüknek megfelelő mértékben nem váltak ismertté. (Például: a probléma megismerése céljából mérték fel a gyermek és serdülő televízió nézésének gyakorlatát Borsod megyében.¹⁵)

A napilapokban is egyre gyakrabban találkozhatunk az e kérdéssel foglalkozó írásokkal: általánosságban vagy az összefüggést valószínűsítve a mindennapi életben észlelhető agresszivitás, szenvedélybetegségek terjedése és az erre példákat adó, utánzásra készítő filmek között.¹⁶

II. A kutatás céljainak megfogalmazása

A film jelentőségét nem kell bizonyítani, a statisztikák azonban nem tudósítanak a lényegről. Kulturális hatását tekintve a film a művészettel való kapcsolat teljességét jelenti a városiakok nagy része és a falusi lakosság széles rétegei számára. Komplex és mély összhang van a modern civilizáció egésze és a film kínálta kifejezőeszközök között.¹⁷ A gyerekek mozgóképet több helyen és helyről érnek el: a moziban, a televízióban, a videon, az interneten, stb. Az óvodás korú gyermek amire szocializálódik, az később is hat rá.

Munkámban nemcsak azt vizsgáltam meg, hogy mit tesz a televízió a gyermekkel, hanem azt is, hogy mihez tud kezdeni a televízióval a gyermek? Mit néz a gyermek a leggyakrabban a televízióban? Mennyit időz a képernyő előtt? Hogyan nézi, hogyan hallgatja a televíziót? Járnak-e moziba és mennyit? Mit ad a gyermeknek a televízió? Valójában milyen hatással vannak a filmek az óvodáskorúak személyiségének alakulására, öntudatuk fejlődésére? Igazi értékeket ad-e át a mozgókép eme korosztály képviselőinek? Milyen mintákat, példákat közvetít a számukra? Fejleszti-e vagy altatja a gondolkodást, a fantáziát, a figyelmet? Hogyan hat az értelmi képességekre?

Hipotézisem az, a felnőtteken múlik az, a televízió, a videon és a moziban látott műsorok hogyan épülnek be az óvodás gyermek személyiségébe, hogyan változtatják meg azt és milyen személyiséggé, felnőttekké válnak ezáltal.

III. A vizsgált óvodáskorú gyerekek bemutatása

Egy egri óvoda középső- és nagycsoportosainak a filmnézési szokásait vizsgáltam, összesen 64 gyermekkel beszélgettem és figyeltem meg szokásaikat. Ezek közül 45 óvodásnak a szüleit és a környezetét is ismerem, régebbi pedagógus kapcsolatból vagy jelenlegi közvetlen környezetemből. A gyerekek szüleinek foglalkozását tekintve túlnyomó részt értelmiségiek, a

szellemi foglalkozást végzők teszik ki: 55%-ban (35 család) mindkét szülő pedagógus, középvezető, adminisztrátor, közigazdász, ügyvéd vagy orvos. A szülők 15,5%-nál mindketten fizikai dolgozók: (10 család). A gyerekek 17%-nál (11 család) pedig vagy fizikai, vagy szellemi foglalkozást űznek a szülők, tehát az anya szellemi foglalkozású, az apa fizikai munkát végez vagy fordítva. Az óvodások 12,5%-nál pedig munkanélküliek és/vagy GYES-en lévők a szülők.

A gyerekek 72%-a (46 gyerek) él

75
K É K

társasházi vagy lakótelepi 2-3 szobás lakásban. Családi házban 28%-uk él: (18 gyermek). A vizsgált óvodások között a legtöbbször egy testvére van: 58% (37 család). Csupán 6 kisgyerekek van kettő vagy annál több testvére (9%), és a gyerekek 33%-nak nincs testvére (21 gyerek). A 64 gyerek közül 15 (23,5%) óvodásnak váltak el a szülei. Minden családban van televízió, 9 családnál kettő vagy annál több tétét is láttam. A 64 vizsgált gyerek közül csupán 8 óvodás otthonában nincs video készülék. A „videóó családoknál” a filmek száma elég széles skálán mozog: a 12 videokazettától egészen 647 kazettáig terjed. A 64 családnál lévő filmek átlaga 56 db, ezek közül külön az óvodás gyermeknek vásárolt filmek száma átl-

lagosan 11 db. Ezek szinte kivétel nélkül mind rajzfilmek!

Az alkalmazott módszerek

Az ismerttetett mintán a próbavizsgálatok során már kikísérletezett módszerrel együtt alkalmaztam. Az adatok gyűjtése **megfigyeléssel és beszélgetéssel** (interjúkészítéssel) folytak. Mivel az óvodáskorú gyerekeknel nem beszélhetünk még mélyinterjú készítéséről, ezért beszélgettem velük az óvodai és otthoni környezetükben is. Az óvodában

76 K É K

egy-egy délelőttöt töltöttem mindkét csoportban, közös beszélgetést folytattunk, középpontban a film fogalma és egy-egy film lerajzolása, elmesélése állt. A tényleges szokásokról igazi képet a gyerekek otthonában tett megfigyelés és elmélyültebb társalgás nyújtott a számomra. A 64 gyermek közül tizenhatot születése óta ismerem (szokásaikról szinte teljes kép állt előttem), így náluk kevesebb időt töltöttem a kutatásom céljából. A többi gyermeknel a késő délutáni órákban töltöttem átlagosan két órányi időt megfigyeléssel és beszélgetéssel. A filmnézési szokásokon kívül azt is kitapogattam a gyerekektől és a szülőktől külön-külön, hogyan és mennyire alkalmazzák a televíziót (videót) a gyermeknevelésben.

MÉDIA ÉS KULTÚRA

IV.

A kutatás eredményei

A film fogalma

Ez a szó, hogy film mást és mást jelent még a filmmel foglalkozó emberek között is. Másképp és más környezetben használja egy pedagógus, egy esztéta, egy szociológus és egy szemiotikus is. Az én szubjektív filmfogalomhoz René Clair megközelítése áll a legközelebb: „*A film az, amit nem lehet elmesélni.*”

Számomra akkor igazi egy filmalkotás, ha mondanivalója csak látva tudatosul. Látni kell, hogy az élmény teljes legyen!

Az óvodások még saját szavaikkal nem tudják megfogalmazni élményeiket, csak körülírják észleléseiket, benyomásaikat.

Arra a kérdésre, hogy 'mit jelent szerinted az, hogy film', az óvodások legjellemzőbb válaszai a következők voltak:

- ◆ *az, ami nem rajzos, csak film*
 - ◆ *egy olyan, amit felvesznek, apukám is szokott filmezni*
 - ◆ *amin sokat lehet nevetni, a Reszketetek betörők!*
 - ◆ *olyan dolog, ami igaziból nem szokott lenni, csak a tévében*
 - ◆ *a moziban, a tévében és a videon is szokott lenni, de mi az igazi filmeket még nem nézhetjük meg, csak ha iskolások leszünk*
- „*az igazi film az ami későn van a tévében*”... stb.

A legtöbb megkérdezett gyerek

számára a rajzfilm nem igazi film, csak az, amit *“élő emberek játszanak”* és ezeknek a filmeknek a cselekményét el is hiszik és el is játsszák. Az óvodás a filmkészítést és a felnőtt filmet tartja FILMNEK, mindent, ami a felnőttekkel kapcsolatos. Ez rossz, hiszen nincs olyan fogalma, mint az irodalomnál: *A mese az enyém!*

Mit, mennyit és hogyan néznek filmet az óvodások?

A 64 gyermek közül kivétel nélkül mindenki naponta néz televíziót. A 46 videóval rendelkező család közül 39% (18 gyerek) minden nap videózik és ez leginkább a nagyobb számú kazettával (50 db felett) rendelkező családoknál jellemzőbb. 33 %-a (15 gyerek) a gyerekeknek hetente két- három alkalommal kapcsolja be a videót, 28%-uk (13 óvodás) pedig hetente egyszer vagy még ritkábban néz meg egy filmet a videón. az utóbbi csoportnál szülői engedéllyel. Sokszor jutalom a gyerek számára egy-egy videokazetta megvétele vagy kikölcsonzése ill. megtekintése. Moziba a vizsgált óvodások közül mindenki volt már, de 29 gyerek (45 %) csak az óvodával járt filmszínházba, a szüleiivel még nem. A moziban kivétel nélkül minden óvodás csak rajzfilmet- *'nem igazi filmet'* látott. A televízióban a sorozatok a legkedveltebbek, a legnagyobb népszerűséggel bíró sorozatok listája (1997. május):

1. Walt Disney bemutatja (96 %-a a gyerekeknek állandóan megnézi)
2. Úrgammák (85 %)
3. Keménykalap és krumpliorr (81%)
4. Szívtipró gimi (68 %)

MÉDIA ÉS KULTÚRA

A gyerekek tévézésének időtartama

5. A homok titkai (66 %)
6. Kisváros (53 %)
7. Vészhelyzet (42 %)
8. Szomszédok (29 %)
9. Dallas (17 %)
10. Magnum (11 %)

A legtöbb óvodás ezen kívül rendszeresen nézi (naponta 75 %, inkább hétvégeken 25 %) a műholdas és kábelcsatornák adásán lévő rajzfilmeket: Cartoon Network, RTL 2, ZDF, Pro 7, HBO, Rai 1, Tv 5, Szív Tv. A tévében látott filmeket szinte csak az óvodában a gyerekek egymást között másnap beszélnek meg ill. játsszák el!

A videon nézett – kizárólag rajzfilmek közül – a legkedveltebbek, amelyeket hetente megnéznak.

1. Oroszlánkirály (87 %)
2. Hófehérke (80 %)
3. 101 kiskutya (75 %)
4. Tom és Jerry (66 %)
5. Hamupipőke (63 %)
6. Pocahontas (58 %)
7. Dumbo (37 %)
8. Macskaarisztokraták (34 %)
9. A Notre Dame-i toronyőr (23 %)
10. Aladdin (9 %)

A rangsorolt első hat videokazettából felmértem, hogy melyek vannak meg otthon a gyerekeknek. Ebbe a körbe 59 gyerek került, igaz, hogy a mintából csak 46 óvodás családja rendelkezik video készülékkel, de nemcsak a „videósoknak” vannak kazettáik. Olyan családok is gyűjtik a filmeket, akiknek még nincs videomagnójuk.¹⁸

Átlagosan naponta két órát néznek a gyerekek tévét és/vagy videót. Legtöbb időt hétvégén töltik a televíziókészülék előtt. Egy-egy szombat és vasárnap kora délelőttöt az óvodások (kb. 2 órát) 60 %-a rendszeresen a képernyő előtt van! E napokon ezen kívül még esténként is a tévé vagy video elé ül! A legtöbb óvodást (79 %) havonta egyszer elviszik moziba, kizárólag mese-, ill. rajzfilmet nézni.

Hogyan néz filmet egy óvodás gyermek?

Moziba legtöbbször az óvodával mennek el a gyerekek, ha a szülőkkel jutnak el a filmszínházba, akkor is kevés (19 %) mondta, hogy megbeszélnek a látottakat. Holott a **kisgyerekek is vágnak a továbbmesélésre, átbeszélésre!**

A televíziónál még rosszabb a helyzet, mert legtöbbször azt figyeltem meg, hogy ha az édesanya nem ér rá a gyermekével foglalkozni, bekapcsolja a készüléket: **az elektronikus anya vigyáz a gyermekre!** Így biztosítja saját magának az indokolt és időnként szükséges vagy elsősorban a saját kényelmét, szórakozását szolgáló nyugalmat. Az ilyen szülők kiszolgáltatják a gyermeküket a mozgókép rabságának és személyiségfejlődés szempontjából oly fontos közös mese, játék és munka az érzelmi kapcsolatok rovására megy. Így kialakul fiatal gyermekkorban a gyakori és tartós televízióval – videóval a függőség! Ezt tapasztaltam a vizsgált 64 óvodás közül

17-nél: (27%)¹⁹ Ha jól viselkedik, megnézheti a műsort, ha rosszkedű eltiltják tőle. Ha a vendégnek okosan választott a gyerek a legtöbb felnőtt a tévét dicséri *'mennyi mindent felszed a gyerekek a mai filmekből, számos ismeretet onnan szerez'*, ha rossz szokásokat tapasztalnak, akkor a tévét marasztalják el, amiből *'minden butaságot megtanul'*. **Vitathatatlan, hogy a televíziót nevelési tényezőnek kell tekinteni, hiszen gyakran egy gyermek több információt, indítékot, élményt kap a mozgóképtől, mint a szüleitől!**

77
K É K

A család befolyásai

A kisgyermeknek a mozgóképhez való viszonya nagy mértékben a különböző családi feltételektől függenek. A családban olyan értékeket, olyan magatartásmódot sajátítanak el – amelyek nemcsak a családi együtt-létben, hanem más közösségben való magatartásuk szempontjából is lényegesek. A tévézés olyan otthoni funkció, amelynek „családgyűjtő” hatása van.²⁰ Ezt mutatja az Egyesült Államok szociológusai által végzett vizsgálatok is: a televízió nézők 60%-a vélekedik úgy, hogy a tévének családszervező, családötözetartó hatása van! Az ezzel ellentételesen vélekedők viszont a tévé rom-

boló határát éppen abban látják, hogy valósággal szétzüllesztí a családot, mivel a képernyő jelenlétében más kapcsolat nem, vagy alig képzelhető el. A család hiába ül együtt a készülék előtt, ez pusztán formális, ún. egy társalgás nélküli csoport.²¹ Mindez elvezethet odaig, hogy a gyermekek esti lefekvésé is a programtól függően határozzák meg. Az Egyesült Államokban az óvodások heti 54, azaz napi 7-8 órát ülnek a tévékészülék előtt.²² Marie Winn a televíziót és a videót 'elektronikus drog'-nak nevezi, s veszélyesebbnek

tévénézés irányításában egyáltalán nem vesznek részt. Elégedetten nyugtázzák, hogy gyermekük a tévével „jól szórakozik”. Eközben ők gondtalanul törődhetnek otthoni feladataikkal vagy saját kedvteléseikkel.

A szülők egy része (27 %-al) megérősítette, hogy a kisgyermekük „engedély nélkül” is tévézhetnek. Ők a televízió-video függőségben szenvedő gyerekek.²⁶ A szülők nem lehetnek teljesen tehetetlenek abban, hogy ezt a tolokodó eszközt kézben tartásuk. Korlátozza őket azonban vagy a közömbösségük, vagy mert maguk is szívesen használják a készüléket a szórakozás és az információ forrásaként, vagy mert a megoldatlan problémák gátolják őket a túl könnyen elérhető esetleg negatív eszköz hatásának felmérésében.

Milyen hatással vannak a filmek és mit közvetítenek gyermekeink számára?

A szülői kontroll döntő fontosságú mégsem ez a meghatározó a gyermek tévézési szokásaiban.

A mozgókép lehetővé teszi az óvodás számára, hogy a nálánál idősebbek 'a nagyok dolgaiban' bennfentesnek érezze magát, tanúi a megtörtént eseményeknek. Ez indokolja, hogy miért kedvelik a felnőtteknek szánt kommersz sorozatokat.²⁷ Az óvodás a mozgóképen keresztül gyakran kap olyan bepillantást a felnőttek életébe, amire máskülönben ritkán, vagy csak érettebb korban volna alkalmuk. Azok a gyere-

kek, akik olyan filmekről meséltek, amelyektől megijedtek, arról is panaszkodtak, hogy nem tudtak elaludni vagy 'megálmódták' a film ijesztő jeleneteit. Legtöbb óvodás csak akkor fél (59 %), ha teljes sötétségben nézi a mozit és ha nincs anyu és/vagy apu a szobában.

A legtöbben abban látták a veszélyt, hogy a gyermek számára kínált műsorokban túlteng az agresszió, a valótlán, antiszociális és perverz jelenet. A gyerekek – szelektíven bár – eltanulják a nem kívánatos viselkedésmintákat, mivel hiányzik belőlük a felnőttek disztinválási képessége, valamint, hogy különbséget tegyenek a valóság és a fikció között, hogy a rejtett tanulságot levonják a látottakból. Megfigyeléseim azt mutatják, hogy a szabályozó szülők jó része is úgy viselkedik, mint azok, akik tehetetlennek mondják magukat: engednek a gyerek(ek)nek, mert maguk akarják nézni a műsort. A megkérdezett szülők háromféle előnyét említették a televízióknak a gyermekeink számára:

- ◆ új információt közvetít a gyerekeknek²⁸
- ◆ tehermentesíti a szülőket az otthoni feladatok elvégzése alatt²⁹
- ◆ egy-egy film tiltása büntető eszközként használható³⁰

A televízió ártalmait a megkérdezett szülők szerint:

- ◆ a gyerekek keveset játszanak
- ◆ tanúi lesznek agresszív és szexuális jeleneteknek, amelyek szorongást kelthetnek a gyerekekben

A beszélgetéseinkből kirajzolódott, hogy a televízió nézésnek szinte valamennyi káros következménye a műsorok tudatos kiválasztásának hiá-

tartja, mint a kábítószereket, ezt vizsgálataival bizonyította. Az intenzív mozgókép kínálat behatárolja a kisgyerek szabadságát – írja könyvében.²³ A kapott információkat a gyermek nem tudja megérteni és ez nyugtalan-ságot és az emocionális érzékenység elvesztését eredményezi.

Két szociológus felmérései közelítették meg saját összegyűjtött adataikat: Smith vizsgálata alapján a 3-4 éves gyerekek napi 4 óra,²⁴ Dietz és Strassburger napi 3 óra televízió nézésről számol be a hasonló korú gyermekeknel.²⁵

A szülők egy része a gyermekek tévézését irányítja, nagyobb részük csak ritkán szól bele a műsorválasztásba. De vannak olyan szülők is, akik a

nyából fakad. A válogatás nélkül tévéző gyermek nem ér rá semmire, szinte lenné és egyhangúvá válnak a napjai. Olyan bűvös körben él, amelyből képtelen kitörni. Kimarad az életéből a legfontosabb tevékenység, ami az óvodáskorú gyermek fő „munkája” kell legyen, az aktív játék! A televíziós műsorok vonzása általában olyan nagy, hogy meghatározója a napirendnek is. Ezt is megfigyeltem. A családi hétköznapi szokásos tevékenységeinek egy része a képernyő nézésével egybefolyik. Az otthoni feladatokat a késő délutáni és esti műsorok függvényében végzi el a szülő: 57 %! Így az a szülő, aki a munkájából hazatérve azonnal a televízió elé telepszik, hiába kéri gyermekét, hogy ne nézze mindig a televíziót! A szülők 40%-a egyáltalán nem foglalkozik a gyermek tévéprogramjával, 21%-a időnként, 39%-a rendszeresen igyekszik irányítani a gyermekek televízió-nézését.

Tapasztalataim szerint azok a szülők járnak el helyesen, akik érdeklődéssel figyelik gyermekeik televíziózását igyekeznek azt tudatosítani, helyes irányba fejleszteni, kialakítani bennük a műsorválasztás készségét, a válogatás igényét. A napi egy-két órás televíziózás látszik általánosan elfogadhatónak. De az sem mindegy, hogy az egy-két órát egyfolytában tölti-e a gyermek a képernyő előtt, vagy közben szüneteket iktat be. Mivel az óvodáskorú gyermek koncentráció-képessége csak rövid ideig tart, a kiválasztott műsorok közé helyes szüneteket beiktatni. A klasszikus retorikák azt tanították, a szünet az előadás fűszere.

Kevés tudatos 'mozgóképfogyasztó' szülővel találkoztam, így a televízió

műsorok összeállítóinak, a videóka-zetták és a mozifilmek forgalmazóinak gondolniuk kellene arra, mekkora felelősséggel jár saját munkájuk, a gyerekek alkalmatlanok az önkorlátozásra. A mozgóképek szinte delejes hatása van a legtöbb gyerekre. Amint arra már sok szülő rájött, csöppet sem egyszerű a gyerek tévénézési idejét korlátozni vagy megfigyelni, hogy milyen tartalmú műsort néz meg, ha csak nem mond le arról, hogy tévé legyen a háztartásban. Megfigyeléseimből és a beszélgetéseimből egyértelműen kirajzolódott, hogy a film, a televízió elsősorban látvány az óvodás gyerekek számára:

„...ha nem értjük, nem baj, a látvány a lényeg!”

Filmélmény – a moziban és a televízióban - hatása az óvodásokra

„Tévedés a televíziót és a filmet a képi nyelv különálló formáinak tekinteni.”

/Eveliane Tarroni/

A 3-7 éves korú gyermek számára a játék jelenti a munkát. A mozgóképen látott játékos megoldás utánzása, a különböző ötletek eljátszása a munkára nevelés szolgálatába állhat és elősegítője lehet a viselkedési normák elsajátításának, szokássá válásának. Sok meseműsornak is az a célja, hogy az életkori sajátosságokat figyelembe véve megismertesse a gyerekekkel a munkát, érdeklődést keltsen bennük eziránt. Egyértelmű, hogy a mozgóképek

elősegíti a kisgyerekek számára a világ megismerését és megértését. Az a gyermek, aki hozzászokott a mozgóképek látványához, aki apróbb részleteket is képes észrevenni, reagálni tud a különböző változásokra, bizonyos, hogy ezeket a képességeket később más területeken is hasznosítani tudja! A sorozatjellegű műsorok serkentik a memóriát, ezért a gyerekek emlékezetének formálásához is hozzájárulnak.

A gyerekek a beszélgetések folyamán visszaidéztek a kedvelt sorozatok szereplőit és cselekményét. A képer-

nyőről nyert élményt az óvodások rajzai is jól tükrözik.³¹ Legtöbbször a főszerplőket örökítették meg a rajzlapon és e mellé körítették a mesét szóban. A kedvelt film- és mesehőseikhez szeretnének hasonlítani és azonosulni. Ezt jól igazolják egy-egy óvodai farsangi bál jelmezei is, amikor kivétel nélkül minden kisgyerek a moziban és a tévében látott figurákat utánozza: Pocahontas, Aladdin, Jázmin hercegnő, a Notre Dame-i toronyőr, Superman, Zorro, Batman, Tini nindzsa, Törpilla, Kokum, stb. Ami a gyermek előtt gyakran megjelenik a képernyőn, követésre talál és utánozni fogja akkor is, ha nem pozitív tartalmú a szereplő vagy a cselekmény. Az óvodás normarendszere még nem szilárd, úgy véli,

hogy mindaz amit a felnőttektől lát az a jó és helyes, akkor is ha a moziban vagy a televízión, videón látva jelenik meg. A gyermeki alkotóképzelet fejlesztésére is előnyösen hathat a mozgókép. Ma már az óvodásoknak is mindennapivá vált a film és a televízió mozgóképeinek elemi felfogása. Képzelőerejük és a fantáziájuk szárnyalását remekül elősegíti egy-egy film, sorozat vagy mese. A fantázia fejlesztésének jó iskolái lehetnek a színvonalas, gyerekeknek szánt televíziós játékok és mesék. Nem utolsó sorban fontos tényező-

80 K É K

ként kell figyelembe venni a televízió idegen nyelvoktató szerepét! A rengeteg műholdas csatorna otthoni vételével már óvodás korban megismerkedhetnek a világnyelvekkel.

Mindkét vizsgálati óvodás csoportban kipróbáltam, hogy angolul, németül, franciául és olaszul köszöntem és beszéltem pár szót, amelyre reagáltak. Mint korábban írtam, mind a 64 gyerek nézi a műholdas csatornákat (75 % naponta, 25 % hétvégén)³²

Arra voltam kíváncsi, el tudják-e különíteni a nap mint nap hallott nyelveket, ill. felismerik-e néhány szóból, hogy mely nyelvről van szó? Csak nézik-e a látványos rajzfilmeket és műsorokat vagy **hallják** is? Ezt a

vizsgálatot külön-külön csináltam a gyerekekkel. Elgondolkodtató eredmény született: a középső csoportosok közül (33 óvodás) a legtöbben a német nyelvet ismerték fel: 16 gyerek (48,5 %). Az angol szavakat 11 gyerek ismerte: 33 %. Ezek általában ugyanazok voltak. A francia és az olasz szavak hallatán egy középsős se mondta meg biztosra mely mondatok melyik nyelven hangozhattak el. A csoportból 14 kisgyerekek egyáltalán nem reagált az idegen szavakra: nem tudta egyik nyelvről sem, hogy melyik lehet. A nagycsoportosok ügyesebbek voltak, itt is a német szavak ismerete volt a legnagyobb: 31 óvodásból 22 felismerte a német nyelvet (71 %). Az angol szavak hallatán 15 kisgyerek válaszolta biztosan, hogy ez 'angolul van'. (42 %) , az olasz parolákat 9 óvodás ismerte fel (29 %). A francia szavakra pedig csak 4 kisgyerek vágta rá, hogy 'franciául van'. Az utóbbi két nyelvnél ebben a csoportban is nagy keveredés volt. Itt csak három nagycsoportos volt aki egyáltalán nem válaszolt az idegen szavakra. 5 óvodás pedig mind a négy idegen nyelvről tudta, hogy mely nyelven szól hozzá az óvó néni!

Összehasonlítási alapom nincs más hasonló teszthez, de ha ilyen csekély mintán is, de figyelmeztetnek az adatok arra, hogy nézik, de nem értik az idegen nyelveket. Megismerésében azonban óriási szerepe van a televíziónak!

Ahhoz, hogy a filmélmény felsorolt pozitív hatásai teljesek legyenek az óvodás gyerekeknél a szülőknek kell részt venni a program kiválasztásában!

Együtt kell nézni a gyerekekkel az újdonságot nyújtó tévé és video műsort, s interpretálni mindazt amit látnak. A szülő segítségével nélkül a gyermek nemcsak televízió függővé, de igénytelené is válik. A televízió ismeretterjesztő funkciója kisgyermekkorban kihasználatlan!

V.

Milyen műsorok legyenek?

Először is motiváló hatásúak, hiszen a mozgókép az érdeklődés felkeltésének eszköze, ill. a személyközi kommunikációban van jelentősége.

A műsorok utóélete tapasztalataim szerint az óvodásoknál az egymás közötti játék alkalmával valósul meg. Többnyire az óvodában osztják meg gondolataikat, véleményüket. Míg a felnőttek többsége elsősorban szórakozást vár a mozgóképtől, feledni akarja a munkanap konfliktusait, problémáit, döntően eszerint válogat, addig a gyerekek „mindenevők”.

Igénylik a népszerű kulturális és szórakoztató tévéműsorok ismétlését. Vég nélkül képesek valamit újra és újra csinálni, hasonlóan egy-egy filmet is többször megnéznek. A legtöbb családban elég korlátozott van az esti mesék, száma sok szülő tanúsítja, a gyerekeknek ugyanazokat a meséket kell elmondani pontosan ugyanúgy. A gyerekműsorok – különösen a szombat délelőttiék – a tévének pénzszerzési alkalmat jelentenek, erősen versenyjelleűek. Ennek eredménye a jelenlegi szűkös választék, az ismétlések és a túltengő animációs műsorok. A gyártásban az újszerűség és a változás iránti igény súlyos terhet ró az alkotókra

és a technikai adottságokra. A hirdető – „a műsorkészítés angyalai” – közönséget vesznek, hogy árut adhassanak el. Számukra a tévéműsor értéke abban rejlik, hogy hatékonyabban eljuttassa a kereskedelmi üzenetet minél több lehetséges vásárlóhoz. Ők a rendszer alappillérei, tehát ők lesznek a változtatás leghatékonyabb célpontjai is. A hirdetőket befolyásolhatók a fogyasztók viselkedésén keresztül. Minden megengedett eszközt bevetnek, hogy termékeik megvételére ösztönözék a fogyasztót. Egyre többen és több fórumon kritizálják a bemutatott meséket, mert ebben sok a fenyegetés, az üldözés, a durva beszéd és magatartás. A szereplők gyakran félelemkeltő boszorkányok és szörnyek. A gyerekek vagy utánozzák őket és/vagy félnek, szoronganak mesénézés közben és után. A modernsége törekedve újabb felváltotta a mosolyt, a mondanivalót, a tanulságot nélkülöző, hirtelen, logikátlan, gyors kép-váltások.

VI.

Összegzés

A vizsgálat azt is igazolta, hogy a gyerekeknek készített filmek és televíziós műsorok sokat tettek – s a jövőben még többet tehetnek – annak érdekében, hogy a gyermeknézők látáskultúrája fejlődjön, egyben igazolta a képernyő aktivizáló, motiváló, alkotásra ösztönző, szívesen vállalt feladatot adó szerepét. A bevezetésre kerülő új Nemzeti Alaptanterv a Mozgóképk-

MÉDIA ÉS KULTÚRA

kultúra és Médiáismeret blokkon belül minimális követelményként írja elő a következőket a 8. ill. a 10. évfolyam végén (14-16 éves korra):

- ◆ a mozgóképek megjelenési formáinak azonosítása
- ◆ a képsor tagolásának ill. felépítésének egyszerű módszerei
- ◆ az értelmezés elemi tudnivalói
- ◆ a mozi és a televízió hatásmechanizmusa közti különbség tudatosulása
- ◆ az esemény, a helyzet, az élmény megörökítése, értelmezése a mozgóképek kifejezőeszközeinek segítségével
- ◆ a filmelemzés egyszerű módszerei
- ◆ ismerje a hazai, az egyetemes filmművészet néhány kiemelkedő alkotását
- ◆ a közszolgálati és a kereskedelmi televíziózás közti különbséget felismerje, stb.

Lehetőséget kínál és ad, hogy a felnővekvő nemzedékek értsenek is a filmhez. A médiatan a jövőben beépül az óvodai neveléstől a felsőoktatásig a nevelés-oktatás rendszerébe. A kinematográfiai műveltségre tehát nemcsak azért van szükség, hogy jobban tudjunk különbséget tenni, hogy jobban felismerjük a művek gazdagságát, hanem azért is, hogy megismerjük azokat az eszméket, amelyeket a film a realitás leple alatt tudatunkba akar csempészni.³⁴

IRODALOM

- Erdélyi Ildikó: A televízió a családban Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Bp. 1988., Alfaprint Nyomdaipari Kisz.
- Szecsok Tamás (szerk.): A televíziós jelenség, Gondolat, Bp., 1976.
- Griat - Alphandrey: La Television et l'Enfant (1962)
- Interpress magazin 1985.: 3 hét a képernyő mögött
- Sugárné Kádár Júlia: A tv-mese hatásának fejlődés-lelektani hatása (Pszichológia a gyakorlatban Bp. 1988.)
- Csepeli György: A neveletlen nevelő, JEL-KÉP (a Magyar Közvéleménykutató Intézet folyóirata) 1989. 10.sz.

81
K É K

- Erdősi Sándor- Daukonics Mihály: A gyerekek a képernyő előtt, JEL-KÉP, 1983. 4.sz.
- Nagy Andor: Médiapedagógia, Televízió a családban... Seneca Kiadó, Pécs, 1993.
- Velendel Ádám (szerk.): A televíziózás szociálpszichológiája (válogatás PH. Tannenbaum munkáiból) Tömegkommunikációs Kutatóközpont Bp., 1985.
- André Bazin: Tanulmányok a filmművészetéről, Magyar Film tudományi Intézet és Filmarchívum, Bp., 1977.
- Velkey László dr.: Adatok a televízió-, video nézés hazai gyakorlatának és hatásának a megismeréséhez (összefoglaló tanulmány) Gyermekgyógyászat 1996. 3.sz.
- Halász László: A képernyő tekintete (Bp. 1990.)
- Nemzeti Alaptanterv , Művelődési és Közoktatási Min. 1995.
- Magyar Pszichiátriai Szemle 1988/ 5.sz.

- 1 Winn M.: The Plug-In Drug Television, Children and the Family, Copright Marie Winn Miller 1977, 1985,
- 2 Gratiot - Alphandrey: La Television et l'Enfant (1962) 107-108 p.
- 3 Lásd a Tömegkommunikációs Központ tanulmányát 3 hét a képernyő előtt címmel
- 4 Lásd a JEL-KÉP c. folyóiratban (Magyar Közvéleménykutató Intézet folyóirata) 1989. 10.sz. 73-83 p.
- 5 Erdélyi I.: A televízió a családban c. munkája (Tömegkomm. Kutatóközpont Bp., 1988.) (Bp. Interpress, 1985.)
- 6 Lásd a JEL-KÉP c. folyóiratot: 1983. 4. sz. 38-43 p.
- 7 Sugárné Kádár J.: A tv-mese hatásának fejlődés-leléktani hatása , In: Pszichológia a gyakorlatban , 33 p.
- 8 Vetró-Csapó- Szilárd-Vargha: A televízió hatása a gyermekek agresszivitására , In.: Magyar Pszichiátriai Szemle 1988. , 41-55 p.
- 9 dr. Velkey L.: Adatok a televízió-, video nézés hazai gyakorlatának és hatásának megismeréséhez, A válogatás nélküli, igénytelen és mértéktelen televízió-, video nézés testi-lelki-szellemi károsító hatása , In.: Gyermekgyógyászat 1996. 3.sz., 243-265 p.
- 10 Szecksó Tamás: A televíziós jelenség II p.
- 11 E. Goffmann: Az én megjelenítése a hétköznapi életben (1973), Rituális interakció (1974), a Tömegkommunikációs Központ A televízió a családban c. tanulmányából (1988) , 9.p., Statisztikai Évkönyvek - Mozibajárás szokások Columbo hatásvizsgálat - Filmtudományi Intézet - Ifjúsági Filmek (Dr. Szilágyi Erzsébet)
- 12 Lásd a Tömegkommunikációs Központ Bp. gondozásában megjelent Tomka M. által készített tanulmányokat:
A tévézés adatai különböző társadalmi csoportokban 1.,2. VII. évf., 4-6. (1975),
- A tévézés a napi tevékenységek rendszerében (1978).
- 13 Himmelweit H. - Oppenheim A. N. - Vince P.: A legfontosabb tapasztalatok összegzése. In: Szecksó T. (szerk.) A televíziós jelenség , 157-198. p.
- 14 Lásd a következő tanulmányokat: Davis D.R. - Abelman R.: Families and Television (1983), 385-404.p.
Freedman J.L.: Effect of Television Violence on Agressiveness (1984), 227-246. p.
Palmer E. L. - Hockett A. B. - Dean W. W.: The Television Family and Children's Fright Reactions (1983), 279-292. p.
- 15 Lásd a 8. sz. lábjegyzetet.
- 16 Lásd Lőcsei Gábor : Nemcsak pofonokban gyönyörködhet a gyermek, Magyar Nemzet 1996. febr. 3.
- 17 André Bazin: Tanulmányok a filmművészetről , Magyar Filmtudományi Intézet és Filmarchívum, Bp. , 1977. 9-20 p.
- 18 Lásd az I. sz. táblázatot!
- 19 Lásd a II. sz. táblázatot!
- 20 E. Pfeil: Szociológia és nagyvárosi család, 74.p.
- 21 Nagy A.: Médiaped., televízió a családban... 41-42. p.
- 22 Winn M. : The Plug-In Drug Television, Children and the family, Copright Marie Winn Miller 1977, 1985., New York, Penguin Books Ltd., In.: Gyerekgyógyászat 1996. 3.sz. 246-252 p.
- 23 Lásd a 22. sz. lábjegyzetet!
- 24 Smith - Pasarelli - Palumbo - Loening - Melmed : The Impact of television on children 1986., 78-80 p. , In.: Lásd a 18 lábjegyzetet
- 25 W. H. Dietz - V. C. Strassburger : Children , adolescents and television Current Problems in Pediatrics 1991., 8-31 p.
- 26 Lásd a dolgozat 14. oldalán!
- 27 Lásd a dolgozat 12. oldalán!
- 28 Pl.: K.L. (35 éves, banktisztviselő), M. S. (32 éves, zenetanár), Gy. P. (41 éves, ügyvéd)
- 29Pl.: K. A. (28 éves, tanár), J. T. (31 éves, eladó), Sz. T. (27 éves, technikus)
- 30 Pl.: H. Gy. (31 éves, kőműves), Sz. S.-né (26 éves, ápolónő), K. Z.- né (31 éves, ügynök)
- 31 Lásd a rajzos mellékleteket!
- 32 Lásd a dolgozat 13. oldalán.
- 33 Lásd a dolgozat 14. és 21. oldalát.
- 34 André Bazin: Tanulmányok a filmművészetről , 21 p.

A közszolgálatosság Európában

A médiapolitikát nem csak hazánkban, hanem azt mondhatjuk egész Európában a szabályozatlanság és a liberalizáció jellemzi ebben az évtizedben. Ez a televíziózás területén azt jelenti, hogy Európa szerte megszűnt a közszolgálati televíziók monopóliuma és a kereskedelmi televíziók széles skálája kezdett sugározni. 1989 óta több kereskedelmi, mint közszolgálati csatorna van. A legszembetűnőbb változások: a televíziós választék robbanása

lag szabályozták a saját gyártású és a vásárolt műsorok arányát. (Magyarországon a médiatörvény szintén megteszi ezt!)

Ilyen körülmények között a közszolgálati csatornák fontos szerepet játszanak: a kereskedelmi adásokkal való összehasonlításban általános jellemzőként azt mondhatjuk el, hogy karakteresebbek az oktatás területén, több korcsoportnak sugároznak műsorokat és több a saját gyártású produkció.

A gyermek és ifjúsági televíziózás területén szinte még nem készült ösz-

Balogh Erika

A gyermekek és a televízió*

83
K É K

(sokkal több lett a program), a sugárzási idő állandó növekedése, az olcsó, általában amerikai programok rohamos elterjedése és a kifinomult műsorszerkesztési stratégiák megjelenése a nézőszám növelésének céljával.

A gyermek és ifjúsági műsorok területén ugyanezek a tendenciák láthatóak. A kereskedelmi programok megjelenése a gyermekműsorok ugrásszerű növekedését hozta, hiszen a gyerekek a reklámoknak egy fontos célcsoportját jelentik. Az olcsó külföldi anyagok kiterjedt kereskedelme is jellemző e műsorkategóriára, főleg a rajzfilmek tekintetében. Félő, hogy a mennyiségi növekedés minőségi romláshoz vezet ezért a legtöbb európai országban jogi-

szehasonlító tanulmány, ezért az EBU (Európai Műsorszolgáltatók Szövetsége) gyermek és ifjúsági programokkal foglalkozó munkacsoportja 1994. tavaszán egy jelentés elkészítését rendelte meg az 1994. novemberi dublini munkaértekezletük részére, melynek a témája a műsorszerkesztés és problémái a gyermektelevíziózásban volt. A jelentést Daniel Biltereyst, a Leuveni Katolikus Egyetem Kommunikáció szakos hallgatója készítette el, a továbbiakban az általa gyűjtött adatokat hasznalom fel elemzésemben.

Az adatokat egy kérdőív alapján gyűjtötte be, melyeket az EBU gyermek és ifjúsági munkacsoportjának tagjaihoz juttatott el, azzal a céllal,

* A tanulmány része egy nagyobb összefoglalásnak

hogyan az európai adatokat szélesebb perspektívába lehessen helyezni. Összehasonlításképpen a kanadai helyzetet is megvizsgálta.

Az 1. táblázat áttekintést nyújt a felmérésben résztvevő televíziós csatornákról: A beérkezett válaszok alapján készült el a jelentés, mely 18 európai ország 23 televíziós állomásának 37 csatornájának adatait dolgozza fel.

A kérdőív a következő kérdésekre tért ki:

- ◆ A program azonosítása és a kapcsolattartó személyének meghatározása

◆ Sugárzott órák száma – Itt az összesen sugárzott műsoridőt és a gyermek és ifjúsági programok sugárzási idejének adatait kérték az 1991-93 periódusban. Korcsoport szerint 3 kategóriát különítettek el: picik és kisgyerekek (0-7 éves), gyerekek (8-13 éves) és fiatalok (14-19 éves).

◆ A műsorok beszerzési forrásait kutatja a következő kérdéscsoport, szintén az 1991-93 közötti időintervallumban. (Ebben a pontban a gyermek és ifjúsági műsorok műsorstruktúrába való beilleszkedését vizsgálják egy táblázat segítségével, szintén korcsoportonkénti lebontásban, és nyílt kérdéseket tettek föl a műsorszerkezetre vonatkozóan.)

Az „elkereskedelmiesedés” és az egyre nagyobb verseny a televíziós világban oda vezetett, hogy a televíziós társaságok megnövelték az adásidőjüket, így az összes sugárzási idő jelentősen megnőtt. Ez a felmérésben résztvevő országokban is így történt, csak 3 társaság esetében csökkent minimális mértékben (4-9% között) az adásidő.

Mint a táblázat adatai is mutatják az átlagos sugárzási idő az 1991-ben mért 4.187 órától az 1993-as évre 4.774 órára növekedett. A legmagasabb óraszámú sugárzó műsorszórók: a szlovén TVS (8.222 óra), az angol BBC (kb. 7.000 óra/csatorna), a Channel 4 (7.120 óra) és a svájci német nyelvű adás a DRS (6.866 óra).

A sugárzási idő változása a gyermek és ifjúsági programok esetében

1. tábla Ország	Televíziós állomás	
Ausztria	ORF (2 csatorna)	Österreichischer Rundfunk
Belgium	BRTN (2 csatorna) RTBF (2 csatorna)	Belgische Radio en Televisie - Nederlandstalige Uitzendinge Radio-Television Belge de la Communauté Française
Kanada	SRC	Société Radio Canada
Cseh Köztársaság	CT (2 csatorna)	Ceska Televize
Dánia	DR (tv1)	Danmarks Radio
Finnország	YLE (tv2) YLE (FST)	Oy Yleisradio Ab Swedish Section of Yle-tv
Franciaország	F3	France 3
Németország	ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen
Izland	Ríkisutvarpid	Ríkisutvarpid
Írország	RTE (2 csatorna)	Radio Telefís Eireann
Hollandia	VPRO	Vrijzinnig Protestantse Radio Omroep
Norvégia	NRK	Norsk Rikskringkasting
Lengyelország	TVP (2 csatorna)	Polskie Radio i Telewizja
Szlovákia	STV (2 csatorna)	Slovenska Televízia
Szlovénia	TVS	Televizija Slovenija
Svédország	SVT	Sveriges Television Ab
Svájc	DRS TSR TSI Romande Televisione Svizzera	Schweizer Fernsehen DRS Télévision Suisse
Törökország	TRT (7 csatorna)	Turkish Radio Television Corporation Britannia
Nagy-Britannia	BBC Channel 4	British Broadcasting Corporation Channel 4

A gyermek és ifjúsági programok száma a teljes műsoridő növekedésével együtt emelkedik, sőt egyre erőteljesebb a növekedés, különösen az 1992-93. periódusban. Kiderült, a legnagyobb mennyiségben a cseh CT (1.638 óra), az ír RTE (1.588 óra), a török TRT (1552 óra), a szlovák STV (1.383 óra) és a kanadai SRC (1.374 óra) sugároz gyermek és ifjúsági programokat. Mennyiségi csökkenés mindössze csak 4 társaságnál volt. A legnagyobb a BRTN-nél (-10%) és a DR-nél (-9%), kisebb fokú az ORF-nél – bár itt csak 1992 és 1993-as adat áll rendelkezésre (-5%) és a szlovén TVS-nél (-1%). 18 tévéállomás esetében lényeges volt a növekedés. Különösen feltűnő a szlovák STV-nél (+65%), az F3-nál (+43%), a svájci TSI-nél (+42%), a DRS-nél (+33%), az ír RTE-nél (+32%), a lengyel TVP-nél (+31%) és a cseh CT-nél (+30%).

Összességében megállapítható, hogy a vizsgált 3 év alatt a gyermekprogramok sugárzási ideje az európai csatornák esetében 18,6%-al növekedett, ami az előző részben bemutatott teljes műsoridő +14,6%-os változásához képest még erőteljesebb emelkedést jelent, ami azt jelzi, hogy a televíziós társaságok fontos területként tartják számon a gyermek és ifjúsági műsorokat.

A gyermekprogramok részesedése a teljes adásidőből

A gyermekprogramok részesedése a teljes adásidő arányában elég stabil maradt a vizsgált 3 évben, 11 és 15% között ingadozik. Úgy tűnik, hogy a közszolgálati műsorszóróknál fontos szerepet játszanak a gyermekműsorok,

ha fontossági sorrendet állítanak fel, minden esetben az első 5 között szerepel a tájékoztató jellegű, szórakoztató és fikciós programokkal szinte egyenrangúként.

A gyermek és ifjúsági programok felosztása korcsoportok szerint

A kérdőív készítői a gyermek és ifjúsági korosztályon belül korcsoport szerinti bontást alkalmaztak:

- ◆ kicsi és nagyon fiatal gyermekek: (0-7 éves korúak tartoznak ide,
- ◆ gyerekek: 8-13 évesig,
- ◆ a fiatalok (tinédzserek): 14-19 év közöttiek

Mint minden felosztás ez is egy kicsit önkényes, de jól használható arra, hogy megmutassa, a különböző műsorsugárzók milyen célcsoport számára készítenek leginkább programokat.

A mintában szereplő tévétársaságok a középső korcsoportra fordítják a legnagyobb figyelmet, a sugárzott műsoridő közel fele (46,7%) őket célozza meg. Valamennyivel több, mint a harmadát (38,8%) a kicsiknek szentelik. 4 olyan tévéállomás van, amely főleg erre a korosztályra összpontosít: a finn YLE (93,3%), a svéd SVT (66,7%), a Channel 4 (58,8%) és a VPRO (50%). De általában elmondható, hogy a német hálózat kivételével valamennyi társaság nagy figyelmet szentel a kicsiknek is. Láthatólag a legmostohábban kezelt korcsoport a tizenéveseké, hiszen nekik csak a gyerekek részére sugárzott teljes műsoridő 14,6%-a szól. (Úgy tűnik, ez nem csak európai je-

lenség, hanem a mintavételbe bevett kanadai SRC tévétársaságnál is csak a gyerekprogramok 14,8%-a készül a 14 évnél idősebbeknek.) A kétségtelenül legnehezebben elérhető csoport a 14 évesek és annál idősebbeké. Egyrészt azért, mert az ebbe a korcsoportba tartozó fiatalok részére sok versenytárrsal kell a közszolgálati televízióknak szembenézniük, másrészt ezt a korosztályt már inkább a felnőtteknek készült produkciók érdeklik. Itt megemlíthetném a sorozatokat (pl. szappanoperákat), amelyeket elsősorban egy

zéles felnőttretegnek szántak, de a fiatalok is szívesen nézik, hiszen ezekben fiatal emberek gyakran játszanak vezető szerepeket. Ebben az életkorban már kialakul a kedvenc színészek, sztárok bálványozása és ez szintén erőteljesen befolyásolja műsorválasztásukat.

Mint a tévétársaságokra lebontott táblázat is mutatta, relatív nagy száma a műsorszolgáltatóknak⁶ már nem is vállalja, hogy programot sugározzon kimondottan ennek a korcsoportnak célzva (VPRO, BBC, Channel 4, TSI, F3, YLE-tv2), de a ZDF is erősen korlátozza a rájuk fordított időt (1993-ban mindössze a gyerekprogramokra fordított adásidő 1,3%-át).

A koncentráció úgy tűnik egyre inkább növekszik a középső csoport irányába, mint ez a 2. táblázatból is látható.

A gyermekprogramok adásidejének fejlődése a különböző korcsoportok részesedése szerint (20 európai tévéállomás, 1991-93 között %-ban):

Év	0-7 éves	8-13 éves	14-19 éves
1991	36,7	46,1	17,2
1992	37,3	47,3	15,4
1993	35,4	48,1	16,6

86 K É K

Hazai gyártású és import műsorok aránya

Néhány tanulmány szerint a gyermek televíziós programokon belül az import részaránya igen magas. Egy a 80-as évek elején készült tanulmány szerint a kisebb európai országokban az import a gyerekprogramok kb. 42%-át teszi ki. Nagyobb országokban, mint Németország, Franciaország, Nagy-Britannia az import aránya kb. 25%.

Az adatok értékelésekor két szempontot figyelembe kell venni:

Egyrészt nem tudott minden műsorszolgáltató pontos adatokat adni a megelőző évekre.

Másrészt nem mindig világos,

MÉDIA ÉS KULTÚRA

hogy az adatszolgáltatás során a csatornák a hazai gyártású műsorok sorába belevettek-e az úgynevezett rejtett importot a számolásba: sok belföldi műsor tartalmazhat jelentős mennyiségű külföldi anyagot, pl. amerikai és japán rajzfilmeket. (Erre a rejtett importra a legjobb példa lehet a dolgozatom következő fejezetében elemzett magyarországi műsorszolgáltató, az RTL Klub Kölyökklub című műsora, amelyben a 4 órás teljes műsoridő max. 25%-át teszi ki a saját gyártású rész, a többi külföldi eredetű rajzfilm.) Ahhoz, hogy ezek a rejtett import részek kinyomozhatóak legyenek kifinomultabb kutatási módszert kellene alkalmazni pl. tartalomanalízist.

Az említett befolyásoló tényezők miatt az eredményeket fenntartásokkal kell kezelni. (Pl. az RTBF televíziós társaság nagyon magas saját műsor részarányt közölt, de köztudottan vannak olyan műsorai, melyek ezt az ún. rejtett importot tartalmazzák. Ezeket nyilván a hazai gyártás adatai között közölték.)

A gyermek- és ifjúsági programok elhelyezkedése a tévétársaságok műsorstruktúrájában (műsorszerkezet)

Különösen fontos szempont, hogy mikor mennek le adásban a programok, eléri-e a célzott réteget, milyen a stabilitás, a folyamatosság. A kérdőívnek az erre vonatkozó részére 22 tévétársaság adott értékelhető választ. A 22-ből 17 állomás válaszolt negatívan arra a kérdésre, hogy a programok

strukturális helye változott-e az utóbbi hónapokban vagy tervezik-e ezt a közeljövőben. Csak 5 esetben változtattak vagy tervezik a változást (a BLTN, YLE-FST, ZDF, NRK, és a DRS). Ennek okai: a műsorszórók közötti verseny (új kereskedelmi tévétársaságok megjelenése, mint konkurencia), speciálisan gyerekcsatorna kialakítása, általános műsorszerkezet stratégia-változás (BLTN-nél a gyerekprogramok nagy részét áttették a második hálózatra 1994. szeptemberében).

Megállapíthatjuk, hogy minden műsorszóró (kivéve a YLE-tv2-öt) mindennap ad gyermekműsorokat. Ha a napi gyakoriságot felosztjuk a különböző korcsoportok szerint, összehangot találunk a már tárgyalt témával, azaz hogy mennyi időt szánnak a csatornák a különböző korcsoportokra.

A legnagyobb figyelmet a gyakoriság szempontjából a legkisebb gyerekekre fordítják, átlagosan majdnem 6 nap egy héten (5,9 nap). A középső korcsoport részére átlagosan a hét közel 5 napján (4,7 nap) sugároznak műsorokat, míg az idősebbek csak 2 napot nézhetnek kimondottan nekik készült produkciót heti átlagban. Ez utolsó korcsoport számára 5 televíziós csatorna egyáltalán nem ad műsorokat.

Következő fontos jellemzője a műsorszerkezetnek a műsorok különböző pozíciója a hét alatt és a hétvége napjain.

Az adatok tükrében láthatjuk, hogy viszonylagosan több műsor kerül adásba a hétvégén, főleg a kicsiknek és a középső korcsoportnak, amikor is a műsorszolgáltatók többsége a hétvége mindkét napján sugároz programot részükre. Továbbromlani látszik a leg-

idősebb korcsoport helyzete: eszerint a lebotás szerint a hét 5 napjából átlagosan csak másfél nap van amikor ki-mondottan a részükre készült műsort találhatnak.

Fontos kérdés a programok hosszúsága. A kérdőíven szerepelt egy táblázat, mely 1994. tavaszán egy normális hétről kérdezte a különböző korcsoportok részére sugárzott műsorok hosszát.

22 műsorszóró 27 csatornájának adatai alapján készült az alábbi összeállítás, amely alapadatokat közöl a gyermekprogramok hosszúságára vonatkozóan (percben):

3. táblázat	0-7 éves	8-13 éves	14-19 éves	Összesen
Napi átlag:				
hétközben	979	724,6	346	2.049,6
hétvégén	947,5	1.650	460	3.057,5
Csatornánkénti átlag:				
hétközben	181,3	134,2	64,1	379,6
hétvégén	70,2	122,2	34,1	226,5
Átlag naponta és csatornánként:				
hétközben	36,3	26,8	12,8	75,9
hétvégén	35,1	61,1	17	113,2
Összes perc:				
hétközben	4.895	3.623	1.730	10.248
hétvégén	1.895	3.300	920	6.115
Átlag %-ban:				
hétközben	47,8	35,4	16,8	100,0
hétvégén	31	54	15	100,0

A 27 csatorna 16.363 perc gyermek-programot sugároz egy átlagos héten (közel 273 órát). Ennek az időnek több mint 1/3-ad része (34,4%) van a hétvége alatt. A hétvége két napján majdnem 2 óra/nap (113 perc) gyermek-program megy le adásban a vizsgált csatornákon. Ez azt jelenti, hogy a hétvégéken átlagosan több, mint fél órával több a műsoridő a gyerekek részére, mint a hét többi napjain (75,9 perc). Ezt a felosztást tovább lehet

bontani korcsoportok szerint. A hétköznapokon főleg a kicsi gyerekekre helyezik a hangsúlyt (47,8% a teljes mennyiségből), a hétvégére a középső csoportra tolódik a figyelem, akkor nekik sugározzák a műsoridőnek több, mint a felét (54%).

A 3. táblázatból megfigyelhetjük az egyes korcsoportok részére készülő műsorok hosszúságát is. Eszerint a kicsik részére készülő produkciók 35-36 percesek hétközben és hétvégén egyaránt, míg a középső korcsoportnál nagy eltérést mutat a hosszúság a su-

ni a napi sugárzási időt különböző zónákra:

06.00-09.00	reggel (R)
09.00-12.00	délelőtt (DE)
12.00-16.00	kora délután (KD)
16.00-17.30	délután (DU)
17.30-19.00	kora este (KOE)
19.00-20.00	este (E)
20.00-23.00	főműsoridő (FM)
23.00 után	késő este (KÉE)

Országoként más és más lehet pl. a főműsoridő kezdési időpontja, de át-

87
K É K

lagosan úgy tekinthetjük, hogy ez a felosztás megfelel az európai műsor-szerkesztési szokásoknak).

A gyermekprogramok a hétköznapokon általában a kora esti órákra vannak besűrítve 17.30 és 19.00 közé. Ez igaz az összes program kb. 30%-ára. Kb. 26%-ot mutatnak be ennél korábban a délutáni időszakban (16.00-17.30). Kb. 19% a kora délután bemutatott műsorok aránya és ennél valamivel kevesebb (16%) a délélt sugárzott programok száma. Hétvégén a helyzet gyökeresen más. Akkor a legtöbb műsor a délélti órákban kerül sugárzásra (36%), a második legfrequentáltabb időszak a hétköznapokon vezető kora este (22%) és 16% felett van még a reggel 06.00-09.00 között sugárzott műsorok száma is.

gárzás időpontjától függően: hétköznap az átlagos műsorhosszúság kb. 27 perc, míg a hétvégén valamivel több mint 1 óras. A legidősebb korcsoport e tekintetben is „mostohagyerek”: hétköznap kb. 13 perc, hétvégén 17 perc a nekik készülő programok hossza.

Az idővel kapcsolatban a másik fontos műsorszerkezeti kérdés, hogy mikor sugározzák a programokat a különböző tévécsatornák. Hogy ezt a kérdést elemezhesük, fel kellett oszta-

A kicsik műsorai hétköznap főleg a kora esti órákban (45%), a hétvégén viszont reggel és délelőtt vannak preferálva.

A középső korcsoport tagjai számára hasonló műsorszerkezetet vezettek be: a legtöbb műsor a hétköznapokon a kora esti, hétvégeken a délelőtti zónában kerül vetítésre. A legszembetűnőbb különbség az, hogy míg a kicsiknél hétköznapokon 8% a műsorok aránya a délutáni időzónában, addig a 8-13 éveseknél ez a szám 35%.

A legidősebb korcsoport program-

rehozása a gyerek és a „doboz” között, hátránya a műsorszerkesztők kötöttsége, a struktúra nem változtatható, rugalmatlan.

Összegzés

A kérdőív alapján összeállított adatok segítségével nagyon széles és földrajzilag kiegyensúlyozott mintáját kaphattuk napjaink közszolgálati televíziós csatornáinak gyermek- és ifjúsági programszerkesztési szokásairól. Az EBU-hoz tartozó 24 televízióállomás 38 csatornájának objektív vizsgálatához a kanadai SRC tévétársaság adatait is hozzámérhettük és ez az összehasonlítás azt mutatta, hogy az európai tendenciák lényegében nem térnek el a kanadai trendtől.

Ami a legjellemzőbb tendenciaként mutatkozott a legtöbb állomásnál: az adásidő növekedése. Az 1991-93-as vizsgált periódusban ez az európai csatornák esetében átlagosan 14,6%. Ezzel a növekedéssel együtt egy robbanásszerű emelkedés jellemzi a gyermek és ifjúsági programok kategóriáját is, mely az átlagos műsoridő növekedést is megelőzve a vizsgált 3 év távlatában 18,6%-os fejlődést mutat. Ezen adatoknak az alapján úgy tűnik, hogy a gyermek és ifjúsági műsorok kategóriája kifejezetten fontos szegmense a műsorpolitikának, az 1993-as év adatai szerint átlagosan az összműsoridő 11,5%-át teszik ki az ide tartozó műsorok, de jó néhány tévétársaságnál közel 1/5-öd körüli ez az érték.

A kategória fontosságát érzékelhetjük a műsorstruktúrában elfoglalt

helyében is, jelentős szerepe van a délelőtti és a délutáni időszakban, sőt a legtöbb állomásnál összekötő láncszem funkciót is ellát az esti programokhoz. Ezt az összekötő funkciót észrevehetően megerősíti a striping módszer alkalmazása, a műsoridő relatív stabilizálása és a műsorstruktúrában elfoglalt állandó adáshely.

Negatív tapasztalatként mutathatjuk ki viszont, hogy habár a gyermekprogramok adásideje növekszik, a hazai gyártású produkció fontossága fokozatosan csökken (50% alá). Más és más adatokat mutatnak a felmérés számai a különböző tévétársaságoknál, de a tendencia egyértelműen látható. Itt szeretném felhívni a figyelmet a veszélyre: a kereskedelmi és a közszolgálati csatornák közötti alapvető különbség, hogy az előbbi ígérjen bármilyen nagy választékot is a csatornák számát tekintve, programkínálatában sokkal inkább uniformizált, mint az utóbbi. A műsorok jelentős részének semmi köze ahhoz az országhoz, amelyben nézik őket. A veszély az, hogy a nézőért és a finanszírozásért folyó versenyben a közszolgálati csatornák is képtelenné válnak arra, hogy saját gyerekprodukciókat készítsenek. Ennek következtében a gyereknézők elveszíthetik identitásukat, kulturális háttérüket. (A felmérésben részt vevő tévétársaságok is a saját gyártású produkciók csökkenésének okaként az anyagiak hiányát jelölték meg.) De bármilyen nehéz helyzet is hoz létre a verseny, a közszolgálati televíziók gyerekprogramjainak ott kell lenniük a kereskedelmiek mellett, hogy a gyerekek minden pillanatban választhassanak.

88

K É K

jainak sugárzása egyre későbbre tolódik. Míg az előző két csoport részére készült műsrot 20.00 óra után szinte nem is sugároznak, addig a 14 éven felülieknek hétköznap 6%, hétvégeken 15% az arány. A legfrekvenciáltabb műsoridő számukra a délutáni és a kora esti időszak hétköznapokon (31-31%) és hétvégén (30-23%) egyaránt.

A tévétársaságokra jellemző az az időbeosztási technika, amit stripingnek neveznek: következetesen mindig ugyanabban az időpontokban sugározzák az egyes korcsoportoknak szánt műsorokat mind a hétköznapokon, mind a hétvégeken. A striping technika előnyei közé sorolható a nézői szokások kialakítása és a családiaság lét-

Megvizsgáltuk célcsoportokra is lebontva a gyerekprogramokat. A különböző korcsoportok aránya a vizsgált 3 évben nem változott: a hangsúly nagyon erősen a 8-13 éveseken van, akiknek főleg a hétvégén sugároznak programokat.

A másik fontos célcsoport a kicsiké (0-7 éves), nekik inkább a hétköznapokon nyújtanak nagyobb kínálatot. Szemmel látható, hogy egyik csatorna sem ad prioritást a 14 évnél idősebbeknek, sőt a három vizsgált év alapján úgy tűnik, hogy a számukra sugárzott műsorok alacsony részarányán (15-16%) nem is kívánnak változtatni.

A programok részletesebb adataiból, a műsorok hatásvizsgálatából, a gyerekek tévénézési szokásainak vizsgálatából további következtetéseket lehetne levonni, de ez már valóban csak egy nagy, több éves vizsgálat eredményeként képzelhető el.

A Magyarországi közszolgálati és kereskedelmi csatornák gyermekműsorai

A magyarországi tévécsatornákról általában

Dolgozatom előző fejezetében bemutatam az EBU tagországai többségének közszolgálati gyermektelevíziós műsor szerkesztési stratégiáit, fő irányvonalait. Az alábbiakban kísérletet teszek a magyarországi helyzet felvázolására, az adatok összevetésére, bár lehetőségeim korlátozottak. A közszolgálati Magyar Televízió évek óta súlyos válságban van, 1989 óta egyetlen elnöke sem ült másfél évnél tovább a

székében. Ennek következtében gyakori vezetőváltások voltak a különféle szerkesztőségek élén is – és ezek a változások nem kímélték a gyermekműsorok szerkesztőségét sem. Csak a neve négyszer változott az elmúlt néhány év folyamán: Oktatási és Gyermek Műsorok Szerkesztősége, majd Cimbora Produceri Iroda, később Ifjúsági és Gyermek Műsorok Stúdiója és 1997. májusa óta Gyermek és Ifjúsági Szerkesztőség.

Az állandó „fejcserék”, politikai csatározások és átszervezések hatása természetesen meglátszott a produkciókon is, nem lehetett a Magyar Televízióban egységes elképzelésről beszélni a gyermekműsorok szerkesztését illetően. Állandó probléma volt – és ma is az –, hogy milyen műsorsávban jelentkezzenek a képernyőn a műsorok. Hiába akarták a szerkesztőségvezetők az előző fejezetben említett és jól működő striping technikát nálunk is alkalmazni, az állandóan változó műsorstruktúra ezt nem tette lehetővé. De ha mégis néhány hónapig a struktúra változatlan volt, akkor olyan időszavakat kaptak a gyermek és ifjúsági műsorok, amik lehetetlenné tették a néző gyerekekkel való találkozást, hiszen a kora délutáni órákban a gyerekek még nincsenek otthon. Amelyik műsoridő nem kell a hírműsoroknak, politikai adásoknak, szórakoztató produkcióknak és reklámnak sem: az majd jó lesz a gyerekeknek. Sőt mi több: 1997. szeptemberére odáig fajult a dolog, hogy azóta nincs a 40 évig mozdíthatatlan Esti mese, mert a médiakutatók felmérései szerint nagyon alacsony né-

zettsége volt abban a „fantasztikusan jó” 19.00-19.15-ig tartó műsoridőben. (Csak egy dologról feledkeztek meg a nézettséget vizsgálók: a teljes népesség arányában mérték a nézettséget és nem a gyerekek arányában!)

Mikor e sorokat írom éppen megint nincs elnöke a Magyar Televízióknak, a teljes bizonytalanság uralkodik a jövőt illetően a szerkesztőségekben, de megpróbálnak a még csak 10 hónapja kinevezett vezetők a rendelkezésükre álló szűkös anyagiakkal gázdalkodva tovább haladni a még alig

elkezdett úton. Hiszen pályázatokat hirdettek meg a nyáron, új műsorokat indítottak és indítanak el a továbbélés reményében.

A Magyar Televízió kettes csatornájának helyzete is bizonytalan e pillanatban. Peták István menesztése után az elnöki teendőkkal megbízott alelnök február elején ugyan kinevezett a két csatorna élére intendánsokat, de a csatornák anyagi helyzete meglehetősen ingatag, sőt az is felmerült lehetőségként, hogy csak a MTV 1 maradjon közszolgálati csatornának és a MTV 2 átalakul kereskedelmivé. De ezek a hírek is – mint a Magyar Televízió utóbbi éveiben annyi más hír is – csak amolyan közzsájon forgó, nem hivatalos értesülések, a helyzet végte-

lenül bizonytalan, úgy is mondhatnám, hogy a műsorszolgáltatást csak a lendület viszi még tovább.

Mindenesetre egyelőre ez év januárjától újra beindult az MTV 2 csatornán a tavaly szeptember óta szünetelő Repeta című sorozat, amely – mint 4. táblázatunkból majd kiderül – jelentősen növelte a Magyar Televízióban a gyerekeknek készülő műsorok adásidejét. (Bár nem titkolhatjuk, hogy a kettes program nézettsége a műholdra kerülése óta nagy mértékben visszaesett, technikai okokból jelentő-

a határon túl élő magyar nemzetiségű külföldi állampolgárok magyar nyelvű programmal való ellátása. Költségvetésének nagy részét az államtól kapja, reklámbevételei nem számottevőek – legalábbis a másik három vizsgált televíziós társasághoz képest. Nézettsége is csak 3-5% között mozog. A számok tükrében úgy tűnik, hogy a gyermekműsorokra nem sok energiát fordítanak, saját gyártásuk igen alacsony és az összes sugárzott műsoridő százalékában nem csak magyar, hanem nemzetközi szinten is páratlanul kevés a gyermek és ifjúsági műsorok száma.

A két újonnan indult kereskedelmi tévécsatorna az eltelt néhány hónap alatt megpróbált egy állandó napi-rendre beállni (náluk működik a striping technika!), a hétvégek és a hétköznapok jelentősen elkülönülnek egymástól és mindig ugyanazt kínálják gyereknézőiknek. Az RTL-Klub gyermekműsorai esetében erősen megkérdőjelezhető, hogy mennyiben tesznek eleget vállalt kötelezettségeiknek, főleg ami a hazai gyártású műsorokra vonatkozó előírásokat illeti.

Mint fentiekből is kiderült, a honi televíziós helyzet még elég kialakulat-

lan, így azt gondolom, hogy adatainak összevetése az előző részben tárgyalt EBU-tagországok adataival szomorú képet festene rólunk. (Bár bizonyos pontokon ez az összehasonlítás elkerülhetetlen a tisztánlátás, a jövőnk érdekében, tennivalóink meghatározásában.

De, hogy mégis felvázolhassam a magyarországi gyerekek televíziós programmal való ellátottságát, a három közszolgálati (MTV 1, MTV 2, és a Duna TV) és a legnézettebb két kereskedelmi (TV2 és az RTL Klub) tévécsatorna összevetését elkészítettem az 1998. január 5-18. között sugárzott gyermek és ifjúsági műsoraik alapján. Ez az időszak két átlagos hetet foglal magába és arra feltétlenül elegendő, hogy a műsorszerkesztési tendenciákat kimutassa. (ld. 5. tábla)

A műsorrendből kiderül, hogy változatosság tekintetében az MTV1 csatorna vezet, a műsorok sokfélesége jellemző rá. Ellenben a „mindig ugyanabban az időben, mindig ugyanazt láthatod” elv sokkal kevésbé érvényesül. (Pl. a Maja a méhecske c. műsorsorozat epizódjai hétfőn 15.30-kor, kedden 14.00-kor, szerdán egyáltalán nem, csütörtökön 16.00-kor és pénteken ismét 14.00-kor jelentkez-

90
K É K

sen csökkent azoknak a nézőknek a száma, akik el tudják érni.) Kérdés, hogy a jövőendő új elnök miként képviseli el a magyar közszolgálati televízió jövőjét és feladatát...

A harmadik magyar közszolgálati csatorna a Duna TV, melynek státusza szintén elég rendezetlen. Fő célkitűzése

4. tábla

A magyarországi öt legnézettebb tévécsatorna gyermek és ifjúsági programjainak összehasonlítása a sugárzott műsormennyiség szempontjából

Tévécsatorna	Összes sugárzott műsoridő	Gyerek és ifjúsági programok műsorideje	A gyerekprogramok aránya a teljes műsoridő %-ában
MTV 1	15.985	1.395	8,7
MTV 2	15.510	2.290	14,7
Duna TV	17.677	1.048	5,9
TV2	15.510	2.120	13,7
RTL Klub	15.135	2.640	17,4

MÉDIA ÉS KULTÚRA

tek.) Az MTV 2, de főleg a TV2 és az RTL Klub műsorszerkesztési gyakorlatára viszont elmondható, hogy ők ezt az elvet teljes mértékben alkalmazzák. Szinte minden nap ugyanaz.

Mint jeleztem, ezek az adatok nem mérhetőek össze az EBU-nak készült felmérés adataival, de rögtön szemet szúr, hogy a magyarországi közszolgá-

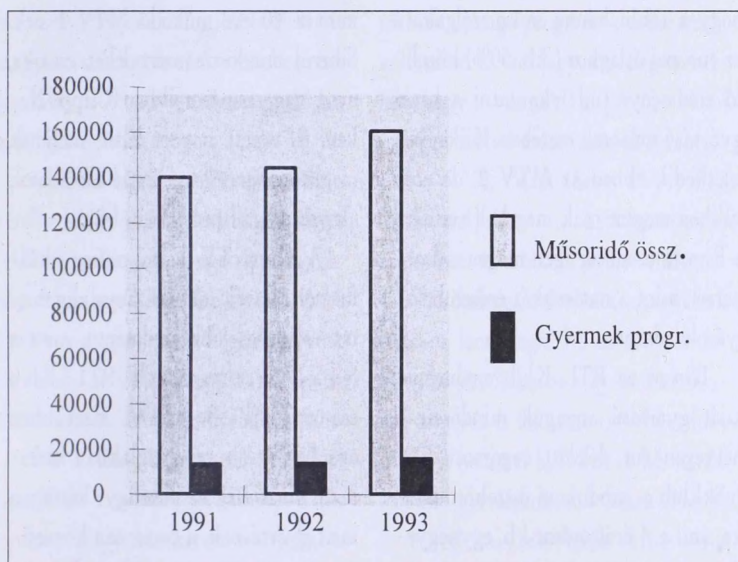
ezzel is jelezve, hogy a gyereknézők kiemelt helyzetben vannak műsorszerkesztési rendjükben.

Következő lépésként azt vizsgáltam meg, hogy csatornánként a sugárzott gyerekprogramok mennyisége hogyan oszlik meg a hétköznapok és a

MTV 1 és a Duna TV hétköznap gyerekeknek sugárzott percmennyisége: csak néhány perccel több, mint 1 órát szánnak a hazai lakosság egyharmadát-egynegyedét kitevő nézői rétegre.

De az sem mindegy, hogy mit kapnak a gyerekek ezekben a műsorpercekben a különböző csatornáktól. A műsorokat nem feladatomban itt és most minősíteni, ezért csupán kétféle csoportosítást készítettem el, mely objektív, számszerű eredményeket mutat.

Egyrészt felosztottam új produkciók és ismétlések szerint – hiszen a



lati csatornák az európai átlag 11-12%-os eredményét nem érik el, kivéve az MTV 2-t, mely műsoridejében az ebben a hónapban újraindított – már említett – Repeta című oktatóműsor napi két és fél órási adásideje miatt 14,7%-ot tud felmutatni. Ellenben mindkét kereskedelmi csatorna jóval átlag feletti eredményt produkált,

hétvége napjai között (perc/nap): Itthon is érvényesül az a műsorszerkesztési gyakorlat, hogy a hétvégéken több műsort szolgáltatnak a gyermekek számára. Kiugróan magas a hétvégén sugárzott percek számában az RTL Klub, ők a szombat-vasárnap reggelnek és délelőtnak egészét a gyerekeknek szentelik. Elszomorítóan kevés a

gyerekeknek a már látott (esetleg „ezerszer” látott) vagy idejétmúlt, fekete-fehér műsorok nem biztos, hogy ugyanolyan érdekesek, mint az új produkciók. Második csoportosításom a hazai és a külföldről vásárolt műsorokra vonatkozik. (ld 6. tábla)

A táblázat tanúsága szerint a TV2 csatorna kivételével minden műsor-

91
K É K

5. tábla

Az 1998. január 5-18. között sugárzott gyermekműsorok mennyisége csatornánként, ebből az ismétlések műsorideje és aránya

Tévécsatorna	Összes sugárzott műsor (perc)	Ebből ismétlés (perc)	Ismétlések aránya (%)
MTV 1	1.395	340	24,4
MTV 2	2.290	730	31,9
Duna TV	1.048	65	6,2
TV2	2.120	0	0

szolgáltató élt a legolcsóbb műsoridő növelő lehetőséggel, az ismétléssel. Az MTV 1 programjának egynegyedét teszik ki az ismétlések. Az MTV 2 itt kapott adata kicsit csalóka, hiszen, a Repeta című műsor (mely már az előbbieken is nagy „statisztikajavítóként” szolgált az MTV 2 esetében) kivételével csak ismétlések szerepelnek programján. Az RTL Klub közel 30%-os ismétlési arányát a hétvégi programok szépítik ennyire, hiszen ha csak a hétköznapi műsorrendet tekintjük, itt az arány 50%-os. Ez abból adódik,

hogyan hétköznapokon délután 15.00-16.15 között a gyerekek számára mindössze egy 75 perces rajzfilm összeállítás ad a csatorna és másnap délelőtt ezt mindig megismétli.

MÉDIA ÉS KULTÚRA

Valószínűleg anyagi okai vannak ennek az igen magas ismétlési számnak, csak úgy, mint a következő táblázatban összefoglalt hazai gyártás és külföldi vásárlás arányának.

A Duna TV és az RTL Klub csatornák kivételével azt mondhatjuk, hogy a többi három műsorszolgáltató az európai átlaghoz (kb. 50%) közelítő eredményt tud felmutatni a hazai gyártású műsorok esetében. Különösen jeleskedik ebben az MTV 2, de esetükben megint csak meg kell említeni a Repeta c. műsor igen magas műsorpercét, mint a statisztikát erősen befolyásoló adatot.

Kirívó az RTL Klub eredménye, saját gyártású anyaguk mindössze a hétvégenként délelőtt sugárzott Kölyökklub c. produkció összekötő játéka, ami a 4 órás műsor kb. egynegyedét – 1 órát – teszi ki. Ez a 9,1%-90,9%-os arány különösen szembeütő, remélhetőleg ez csak annak tudható be, hogy a néhány hónapja beindult kereskedelmi csatorna még nem építette fel stúdióit, nem vett fel a gyártáshoz munkatársakat, nem építette ki

magyarországi kapcsolatait stb. A csatorna fejlesztése folyamatban van és remélhetőleg rövid időn belül ez az arány változni fog a hazai gyártású műsorok javára.

A TV2 szintén az RTL Klub-bal egyszerre indult, de úgy tűnik nekik sikerült megoldaniuk a saját gyártás kérdését, hiszen eredményük e téren jobb, mint a 40 éve működő MTV 1-nek. Sikerül mindössze azért lehet csalóka, mert magazinműsoraikban (Csipsz, Nekem 8) rejtett import lehet, melynek meglétét a rendelkezésünkre álló adatok alapján megállapítani nem lehet.

A Duna TV hazai műsor – külföldről vásárolt műsor aránya alig mutat valamivel jobb eredményt, mint a fentiekben elmarasztalt RTL Klub csatornáé (10,9%-89,1%). Esetükben azonban az ok az anyagiakban keresendő, nincs meg az pénzügyi háttere a saját gyártásnak, a csatornán közvetített hazai eredetű gyerek és ifjúsági műsorok nagy része a régi MTV és különböző magyar filmstúdiók által gyártott produkciókból származik. S ezek nem minősülnek ismétlésnek, hiszen a Duna TV-nél ez új műsornak számít, náluk még nem vetítették...

6. tábla

Az 1998. január 5-18. között sugárzott gyermekműsorok megoszlása hazai gyártás és import szerint (perc/14 nap és %-ban)

Televíziós csatornák	Hazai gyártású műsorok		Import műsorok	
	gyerekeknek	sugárzott telj. műsoridő %-ában	gyerekeknek	sugárzott telj. műsoridő %-ában
MTV 1	605	43,4	790	56,6
MTV 2	2.290	100,0	0	0
Duna TV	115	10,9	933	89,1
TV2	1020	48,1	1100	51,9
RTL Klub	240	9,1	2400	90,9

Összegzés

A hazai műsor-import műsor arányának fontosságát jelzi, hogy az 1995. decemberében elfogadott médiatörvény a közszolgálati televíziók esetében az alábbiak szerint rendelkezik erről: a 28. § (1) A közszolgálati televízió 1997. január 1-jétől

reklám, hírek, sportközvetítések, vetélkedők és játékok nélkül számított évi műsoridejének legalább 51%-át magyarországi gyártású, s ezzel együtt legalább 70%-át európai gyártású műsorszámokból,

reklám, hírek, sportközvetítések, vetélkedők és játékok nélkül számított teljes műsoridejének – egy naptári hónap átlagában – legalább 30%-át magyarországi gyártású, s ezzel együtt legalább 51%-át európai gyártású műsorszámokból szerkeszti meg.”

Sőt a fent idézett paragrafus c) pontjában kimondottan felhívja a figyelmet, hogy mezeiket az arányokat a gyermek és ifjúsági műsorszámok tekintetében is megfelelően alkalmazni kell”.

Azt kell megállapítani, hogy a Magyar Televízió Rt. esetében, ha a két csatorna adatait összevonjuk, úgy tűnik sikerül a törvényt betartani (legalábbis a vizsgált két héten), de a szintén közszolgálatinak minősített Duna TV-nél semmiképpen sem beszélhetünk erről a gyermek és ifjúsági műsorok tekintetében.

Összefoglalásul megállapítható, hogy a Magyarországon éppen átalakuló-kialakuló médiapiac kuszasága, kialakulatlansága tükröződik a gyermek és ifjúsági programok műsorszolgáltatásán is. (Itt jegyzem meg csendben, hogy a vizsgált két héten, a többi magyar nyelvű műsorszóró programjában – TV3, Msat, Szív TV, HBO, Spektrum, Atv – a hétköznapokon szinte nem is találtam gyermekműsört.)

A közszolgálati tévétársaságoknak feladata lenne legalább az európai átlag szintjére felhozni a gyermekműsorok arányát és fokozott figyelmet fordítani a nemzeti kultúrát és identitást kifejező gyermekműsorok készítésére. A kereskedelmi televíziók kihívására többféle módon adhatnak választ:

A leghatásosabb, hogy önálló gyermekcsatornákat hoznak létre, saját elkülönített költségvetéssel, ahogy ez Németországban, Olaszországban és Franciaországban már megvalósult. Persze ez csak ott járható út, ahol a nemzeti értékeken alapuló gyermekműsorok készítése, a gyerekek szolgálata nem csak politikai lózung, hanem állami feladat, külön költségvetési tételeként elismerve.

A másik megoldás – ahol az anyagi feltételek miatt előbbi nem lehetsé-

ges -, ahogy azt több európai televízió is tette, hogy megszüntette az „apró szigetként” feltűnő gyermekműsorokat a nemzeti egyes csatornán, és pl. Belgiumban, Hollandiában, Svájcban a kettes csatornára kerülve dupla, tripla műsoridőt kaptak.

A kereskedelmi műsorszolgáltatókkal szemben támasztható követelmények sokkal korlátozottabbak, hiszen azok az eladott reklámidőből tartják fenn magukat, így az uniformizált, olcsó műsorok tömegét zúdítták a nézőre, akit fogyasztónak tekintenek

s mint ilyet manipulálnak. Sajnos ez alól a szemlélet alól a gyermekműsorok tekintetében sem vonják ki magukat.

Némi biztatás a jövőre nézve: azokban az országokban, ahol már van múltjuk a kereskedelmi gyerekcatornának (Disney Channel, Cartoon Network), felmérések bizonyítják, hogy a gyerekek szívesebben nézik a közszolgálati gyermekműsorokat, érdekesebbnek, változatosabbnak, színesebbnek tartják őket.



A *Berzsenyi Dániel Tanárképző Főiskola Művelődéstudományi- és Felnőttképzési Tanszéke, a szombathelyi örökmozgó Művészmozi, országos és helyi szakmai és civil szervezetek támogatásával Ingmar Bergman születésének 80. évfordulója tiszteletére 1998. március 20-22-ig tudományos tanácskozással egybekötött filmnapokat rendezett. Az ünnepi alkalom mellett a rendezvény megszer-*

Adott a kérdés: milyen tanulságokkal szolgált a szombathelyi Bergman-konferencia?

A program összeállításakor a svéd rendező munkásságának komplex megközelítésére törekedtünk. A gazdag életmű filmtörténeti, formanyelvi, irodalmi, színházi, pszichiátriai és teológiai vonatkozásairól neves szakemberek fejtették ki nézeteiket. A plenáris üléseket beszélgetések, viták követ-

Török Gábor

Bergmanig és (nem) tovább?

95

vezését az indokolta, hogy a szombathelyi főiskola különböző stúdiomain több száz hallgató ismerkedik a XX. század meghatározó jelentőségű információhordozójával, kultúráközvetítőjével, szocializációs közegével, a dokumentált és esztétizált mozgóképek világával.

Aligha vitatható, hogy korunk nyelvének egyik legeredetibb, a személyességet előtérbe állítható, a befogadót gondolkodásra készítő, a film nyelvét beteljesítő alakja éppen *Bergman*. Cáfolhatatlan tény, hogy a mozgóképeket okító és egyéb módon közvetítő szakemberek mellett a növendékek is sokat tanulhatnak a svéd mestertől. Egyesek szerint tőle tanulhatnak a legtöbbet!

Az elméleti megközelítést Magyarországon ritkán látható filmcsemegék (*Börtön, Arc, Fűrészpör és ragyogás*) és klasszifikálódott alkotások (*Útvacsora, Szégyen, Persona, Suttogások, sikolyok*) tették szemléletesebbé, egyben oldották, árnyalták és színesítették is az élő szóban elhangzottakat.

Dr. Gál László főigazgató megnyitójában utalt a mozgóképkultúrával kapcsolatos nagy jelentőségű helyi hagyományokra, arra, hogy a rendezvényt nem a véletlen, hanem igen tudatos előkészítő munka előzte meg.

A konferencia jó atmoszférájának kialakulását *Balassa Péter* alapozta meg "*Bergman, az érzékek misztikusa itt és most*" című előadásával. A neves esztéta *Bergman* életpályájának feke-

te-fehér korszakát nem a szépséggel, hanem a szigorú igazságcentrikussággal hozta összefüggésbe. A filmrendező Bergman színes korszakát és szépírói munkásságát viszont a pszichikus töltésű, mégis „déli” melegséget árasztó, mesélő stílusa miatt tekinti egyedülállóknak.

Balassa előadása után Gelencsér Gábor avatta be hallgatóit a Bergman-filmek formavilágába. Györfly Miklós a Bergman életmű szempontjából különösen fontos szerepet játszó művész (művészet alkotá-

sokban megtestesülő lenyomatairól el-mélkedett.

Bergman szépírói nagyságáról Kúnos László műfordító értekezett. Hangsúlyozta, hogy nem különálló novellákról, regényekről, életrajzi valomásokról van szó, hanem egy művészi pálya szerves mozaikjairól, melyek kiegészítik és árnyalják a mester film-művészetét.

BERGMAN

Dr. Stark András pszichiáter a Bergman-művek és a pszichiátria kapcsolatát vizsgálta. Tudós alapállását jelzi, hogy előadásának kezdeti stádiumában kijelentette: „a tudattalan nyelve alapvetően képi”. Ezért is szükségszerűnek tartja, hogy a gyógyító munkát végző pszichiáterek eljussanak Bergmanhoz. Stark professzor gyakorlati foglalkozással, a Suttogások, sikolyok című film csoport-terápiának is beillő pszichoanalitikus elemzésével igazolta teoretikus fejtegetéseit.

Bergman életművének teológiai megközelítésére Nagy Zoltán lelkész vállalkozott. Főleg az Úrvacsora című film rejtelmeibe avatta be hallgatóságát a sokat sejtető „Krisztus csonkja és a gyengesség apoteózisa” című előadásával.

A BERGMAN 80 szlogennel meghirdetett rendezvénysorozat különös vendéget fogadott Katinka Farago személyében, aki Svédországból érkezett, és Bergman üdvözlét is tolmácsolta. A magyar származású szakember szinte minden jelentős Bergman-film létrejötténél ott bábáskodott valamilyen minőségben. A naplóvezetéstől a gyártásig figyelemmel kísérte a mester és a stáb munkáját. Emberköz-

li élménybeszámolóját az idős Bergman rendezői módszereit bemutató 1997-es svéd tv-filmmel színesítette. (A magyar származású Katinka Faragot a Kulturális Unió Alapítvány jóvoltából láthattuk vendégül.)

Már a konferencia első előadói is exponáltak, a későbbiek tovább gyűrűztették a hallgatóság soraiban szintén élénk visszhangot kiváltó kérdést: vannak-e, lesznek-e folytatói Bergman témáinak, tisztázó erejű probléma felvetéseinek és stílusának? Az igenlők és a nemet mondók aránya csaknem megegyezett. A Tarantinóék nevével fémjelzett posztmodern korszak szülöttei általában „igen”-nel érveltek és megnevezték mai kedvenceiket. Az idősebbek inkább Bergman utánozhatatlanságát, és vele egy korszak lezárulását, az aranykor, a minőségi képek „búcsúszimfóniáját” siratták. Az utóbbiak megfogalmazták a mai audiovizuális médiumok szemképrázató és fülsüketítő, ám a látás- és halláskultúrát inkább veszélyeztető, mintsem fejlesztő szerepe miatti keserveiket. A vita eldöntése (szerecsére) nem feladat, sokkal inkább tisztem viszont, hogy ajánljam Gelencsér Gábor filmkritikus és Györfly Miklós filmtörténész tanulmányát.

Bergman művészetét nem filmnyelvi újításai felől szokás értelmezni. Munkáinak elemzése során előbb merülnek fel filozófiai, teológiai vagy pszichológiai kérdések, mint a filmforma problémái. Sőt, Bergmant nem ritkán irodalmi vagy színházi beállítottságú rendezőnek tartják, aki nagyobb hangsúlyt fektet a forgatókönyv dialógusaira vagy a színészi játéokra, mint a sajátos filmi megoldásokra. Bergman valóban kitűnő író, amit a forgatókönyveken túl az utóbbi években sorra megjelenő regényei is igazolnak.

Gelencsér Gábor

Álomjátékok

A Bergman-filmek formavilága

Színészvezetési képességét bizonyítja, hogy a „Bergman-színészek” többsége más filmekben nem tudja nyújtani ugyanazt a teljesítményt, amire a Mester irányítása alatt képes. Mindez mégsem jelenti azt, hogy filmművészte irodalmias vagy színpadias volna (pontosabban, hogy az irodalmiasság és a színpadiasság) vagy éppen a filozófiai, teológiai, pszichológiai kérdésfelvetés ne hozott volna létre valódi *filmművészetet*. S itt nem csak azokra a művekre gondolok, amelyek a megvalósulásuk után a legmesszebbre kerültek az irodalmi előképüktől, és gondolatiságuk mellett formailag is provokálták a közönséget, mint például *A csend*, a *Persona* vagy a *Suttogások, sikolyok*. Bergman formavilágának le-

írásakor valóban nem a filmforma sajátos lehetőségeiből, nem is a mozgóképi kifejezőmód filmtörténeti változásaiából, hanem a rendező filozófiájából, technológiájából, pszichológiájából érdemes kiindulnunk. Bergman ugyan nem boncolgat filozófiai, teológiai vagy pszichológiai kérdéseket a filmjeiben, az azonban kétségtelen, hogy filozófiai, teológiai és pszichológiai gondolatokat formál filmmé. A következőkben arra keresem a választ, hogy a rendező bölcséleti indíttatású kérdésfelvetése milyen filmformát hozott

97
K É K

létre, ez a forma miképpen érintkezett a filmtörténeti folyamatokkal, s végül Bergman miért éppen a filmben találta meg gondolatainak adekvát kifejezőeszközét.

Bergman filmjeinek középpontjában a határhelyzetbe került individuum áll. Hősei az erkölcs és a hit kérdéseiben szembesülnek, s csak azért hagyják el a racionálisan belátható világot, hogy utána annál nagyobb erővel szembesüljenek a rájuk rótt ítélettel: sorsuk önmagukba van írva. Bergman nem az ösztön- vagy éppen felettes-én misztikusa, hanem az egóé; metafizikus kilépése a mindennapok világából nem egy másik világ lehetőségét veti fel, hanem az evilági létezésre utal vissza. Az embernek ebben a

világban kell felülemelkednie önmagán. Az egyén transzcendenciájának képességét a kilépés és a visszatérés egyszerre biztosítja. A Bergman-filmek dramaturgiai ívére az individuuum krízishelyzete feszül: kilépése önmagából az irracionalitás világába, majd az ott szerzett tapasztalatokkal (a „megszerzett bizonyossággal” (visszatérés magára utaltsága belátásához. Ez a dramaturgiai séma mind az Isten létét, mind az emberi kapcsolatokat kutató filmeket jellemzi. A szereplők belső utazásra indulnak, a reális történet en-

giai kérdéseket feszegető gondolatokat Bergman roppant személyes és egyszerű szavakkal fogalmazta meg, amikor saját nyilvános vallomását, a *Laterna magicát*, Édesanyja titkos naplójának soraival zárta: „Istenhez fohászokod, de nem reménykedem. Az embernek magának kell boldogulnia, ahogy tud.”.

Hogyan válnak a művész számára formálható anyaggá ezek az egyszerre elvont, ugyanakkor mindennapi tapasztalatainkat érintő kérdések? Melyik az a pont, ahol a reálisan adott tapasztalati világ törvényei elbizonytalanodnak, ugyanakkor a megfoghatatlan tudattartalmak konkretizálódnak, megteremtve ezzel a metafizikus „határsértés” lehetőségét? S végül milyen formát követel magának mindez a mozgóképi ábrázolás közegében mind a képalkotás, mind az elbeszélés szempontjából?

A Bergman-történetek legjellegzetesebb eleme, az életmű leggyakrabban visszatérő vizuális motívuma valóság és álom, valóság és látomás viszonyának, kölcsönhatásának, átjárhatóságának ábrázolása. Mivel Bergman metafizikai érdeklődése mindenkor az ember, s nem egy elvont Isten-eszme vagy más absztrakt értékrend oldaláról fogalmazódik meg, ugyanakkor az emberi sorsot csak metafizikai nézőpontból tartja értelmezhetőnek, a bergmani filmformára a reális és irreális közötti átmenet feltárására hárul. A film konkrét világa és realiztikus narrációja a valóságtapasztalatunkra épít. A filmhatás titka nyilvánvalóan abban van, hogy a moziban nemcsak olyan

világ, amilyenek látjuk, hanem úgy is működik. Minden pillanatban a „valóság-logikát” kérjük számon a mozgóképi információkon, amit a filmek többsége (a kanonikus hollywoodi narrációnak köszönhetően) pontosan kézben tart, s mindig csak annyira sérti meg a nézői elvárásokat, hogy az a figyelmet még fenntartsa, de a megértést már ne lehetetlenítse el.

Mindezt mi sem bizonyítja jobban, mint a hollywoodi elbeszélői hagyomány műveletei az álom- vagy fantázia-jelenetekkel. A film hajlékony időkezelése könnyedén belesimul az álomstruktúrákról alkotott képzetünkbe, de csak akkor, ha a narráció pontosan kijelöli az álom vagy fantázia kezdő- és végpontját. Azaz a kanonikus filmelbeszélői hagyomány asz irracionalitást egy racionális struktúra keretei között helyezi el. Bergman törekvése az (s mint majd látni fogjuk, ezzel nem áll egyedül az ötvenes-hatvanas évek filmtörténetében), hogy fellazítsa a hagyományosan realiztikus narrációt, s mintegy helyet csináljon az elbeszélésben az absztrakt, irreális tartalmaknak. Filmjeinek képi világa és a történetek elbeszélése (függetlenül az adott tematika bölcséleti összetevőitől) olyan irracionális szférát hoz létre, amely strukturálisan összemosisodik az elbeszélés reális világával. Bergmannal, ahogy ez szemléletmódjából is következik, nem egy transzcendens világ felépítése és berendezése a cél, ahol hősei megtalálhatják mindazt, ami a racionális világban nem adott meg számunkra; s nem is az evilág démonizálása vagy éppen átszellemítése hozza létre a „transzcendenciára való nyitottság” állapotát. Mindezek a

nek az utazásnak a keretét adja. A változás nem a fejlődést és a megújulást, inkább ugyanannak a pontnak más szinten való elérését hangsúlyozza; spirális mozgást az egyenesvonalú vagy a körben forgó alakzat helyett. Bergman világmépeben az értéktartalmat nem valamiféle külső elvont eszme (Isten, a szeretet) hordozza, hanem a magára maradt individuuum önmegértése. A metafizikus szempont (egyfajta negatív teológiaként) az emberire, s nem az istenire irányul. Az isteni az emberben mutatkozik meg, amennyiben képes sorsának belátására (s itt a belátás nem csupán megértést jelöl, hanem valódi belátást, *bele-látást* a szakadékba, amelynek neve: emberi sors. Ezeket a messzelátó filozófiai és teoló-

törékvések természetesen többé-kevésbé elkülönülten is megtalálhatók az életműben, igen jelentős alkotásokat is eredményezve, gondolok itt *A hetedik pecsét*, *A csend* vagy a *Szégyen* képi, illetve elbeszélői struktúrájára. Bergman művészetének talán legfontosabb darabjai mégis azok, amelyekben a szemünk előtt történik meg a két világ érintkezése, egymásba olvadása, amikor a szereplők és velük együtt mi, nézők is átnéztük, átjárjuk a múltból a jelenbe, az ismertből az ismeretlenbe, az Én-ből a Te-be – és vissza. Ez a közlekedés a maga átszellemített érzékiességében a *Persona* és a *Suttogások, sikolyok* című filmekben valósul meg a legtökéletesebben. Itt valóban a filmforma elementáris működését látjuk (a filmre mint médium jelenlétére a *Pesonában* külön is felhívja a figyelmet a rendező); a mozgóképi reprodukcióból fakadó konkrétság és absztrakció egymás elleni kijátszása egy pillanatra a létezés titkáról lebbenti fel a fátylat. Sokat mondó, hogy ezekben a filmekben szinte csupaszon áll előtűnk a szellemi tartalom. Sem filozófiai, sem pszichológiai vizsgálódás nem visz közelebb a lényeghez, sőt inkább eltávolít tőle. A „besurranás” ebbe a világba, ahogy a rendező e törékvészt nevezte, saját bevallása szerint is csak ritkán sikerült, s több volt a kínos kudarcral végződő tudatos próbálkozás ami Bergman mércéjével nem jelent mást mint önmagunkban, de kizárólag önmagunkban, elkülönültségünkben hatásos álom-víziók képre fogalmazását. Ahhoz, hogy legalább megközelíthessük a művészi alkotófolyamat titkát, érdemes Bergman formavilágának elemeit, valamint a rendező művésze-

BERGMAN

tével összefüggésben felmerülő filmtörténeti hagyományokat közelebről is szemügyre vennünk.

Bergman „álomjátékainak” képi világa a filmes expresszionizmusig nyúlik vissza. A német expresszionizmus a svéd és a dán filmművészet közvetítésével jutott el Bergmanhoz, magába sűrítve az északi kultúrkör sajátos szellemi hagyományát, ugyanakkor azt is meg kell jegyeznünk, hogy Bergmanra a filmes expresszionizmus mellett hatással voltak az irányzat irodalmi és színházi eredményei is. A konkrét művészettörténeti hagyománynál fontosabb azonban az expresszionista filmképet meghatározó tágabb tradíció, a Kovács András Bálint *Metropolis*, *Párizs* című könyvében leírt absztrakt szubjektivitás fogalma, amely a konkrét tárgyi világ túlzásaiban ölt testet. Bergman az ötvenes-hatvanas években már természetesen nem élhetett a húszas évek némafilmjeinek stilizáltságával (habár talán mégsem lehet véletlen, hogy utolsónak mondott mozifilmje, a *Fanny és Alexander* után egy némafilm-terv járt a fejében) ezért képi absztrakciói egyre tárgyszerűbbek, realiztikusabbak lesznek. Mint saját vízióiból táplálkozó művész, könnyedén teremt démonikus másvilágot, nem idegen tőle a középkori freskókat idéző groteszk túlzás, a torz, a fantasztikum világa (ez jellemzi például *A hetedik pecsét*, az *Arc* vagy a *Farkasok órája* című filmek képalkotását). Ugyanakkor mindezzel párhuzamosan megfigyelhető az életműben a racionális közötti határok eltörlésének szándéka is (a re-

ális környezet irreális formákat előlegező túlzásaival, torzításaival), szorosán kötődve ily módon az expresszionista kompozíció elveihez (például a *Trilógia* egyes darabjaiban, valamint többek között a *Szégyen* és a *Szenvedély* című filmekben). A *Trilógiától* kezdve mindenesetre Bergman jó időre elhagyja filmjeiből a történelmi stilizációt, a jelenkori környezet pedig sokkal kevesebb lehetőséget ad a konkrét tárgyi világ átalakítására. A történelmi stilizáció szerepét a hatvanas évektől a történet stilizációja veszi

99
K É K

át. Bergman hermetikusan zárt térbe és időbe komponálja filmjeit; lecsupaszítja a tárgyakat, kiüresíti a helyszíneket. Az üres, csupasz környezet ha nem is túlozza el, de kiemeli, lényegükre korlátozza a tárgyak vonásait. Az expresszív hatás ekkor már elsősorban nem a képek tematikájából, szimbolikus jelentéséből vagy az ábrázolásmódból ered, hanem a történetből, amely kevés szereplőt mozgató, koncentrált cselekményével szinte magától erősíti fel a környezet funkcióját, legyen az akár egy sziget, egy erdő vagy egy ház. Az expresszionista elvek jelenlétét bizonyítja az is, hogy Bergman bizonyos értelemben állandóan díszletként használja a környezetet: filmjeinek többségét, főleg a koraiakat, való-

ban díszletben forgatta, s később Färo szigetét, amely egyúttal otthont is jelentett számára, szintén felfoghatjuk sajátos díszletként, ahol az „életér” a szemünk előtt alakul át a Kovács Bálint András által jellemzett expresszionista „játéktérre”.

A Bergman érett korszakának kezdetét jelentő stilisztikai váltás egybeesik a modern filmművészet születésével. Az ötvenes-hatvanas évek filmművészeti forradalma mindenekelőtt az olasz és a francia filmhez fűződik, irányzatként ezekben a nemzeti film-

gyártásokban (majd kicsit később Kelet-Európában és Németországban) jelent meg szellemi mozgalomként a filmművészet megújításának az igénye. Bergman, noha mindenfajta mozgólóttól távol álló, magányos alkotó, mégsem elszigetelt jelensége az új hullámoknak, művészete szorosan kapcsolódott a modernista film törekvéseihez. Helyzete némiképpen emlékeztet Kuroszaváéra, aki *A vihar kapujában* című filmjében először relativizálta radikálisan a filmkép igazságát. Annak elfogadása, pontosabban az ilyen hatást létrehozó narráció befogadásának a képessége, aminek nyomán sohasem tudjuk meg, mi is történt tavaly Marienbadban, vagy hogy mi lett *A kaland* című film első harmadában el-

BERGMAN

tűnt lány sorsa, a japán rendező művéből ered. Ha Kuroszava a filmkép igazságát kérdőjelezte meg az elbeszélői struktúra segítségével, akkor Bergman ugyanezt teszi a filmbeli fikció valószerű-nem valószerű fogalmának elbizonytalanításával. *A vihar kapujában*hoz hasonló előhang a modern filmművészethez a Bergman pályáján formai szempontból talán kevésbé értékelt *A nap vége* című alkotás. Az egy évvel korábban készült, s méltón világhírt hozó *A hetedik pecséthez* képest gondolatilag talán kisebb formátumú munkáról van szó, a Bergman pályáján középponti szerepet elfoglaló valóság-álmó problematika szempontjából azonban ez a mű döntő fontosságú. A filmben pontosan nyomon követhető Bergman álom-, illetve fantázia-ábrázolásának átalakulása. A történet kezdetén az emlékező Isak Borgot látjuk és halljuk, aki elmeséli nekünk aznap éjszakai különleges álmát. Az álom Borg közelije által keretelve meg is elevenedik; az álom képei mind tárgyi motívumokkal (a mutató nélküli óra, a halottaskocsi, a korporsóból kinyúló, Borgba kapaszkodó kéz), mind a képi és a hangzó megoldások tekintetében (torzító nagyközele, éles kontrasztok, elszigetelt és felerősített hangeffektusok) pontosan valósítják meg az „álomszerűség” fogalmát. A továbbiakban a díszdoktori cím elfogadására igyekvő professzor a múltjával találkozik. S ezen a ponton Bergman elhagyja a realiztikus filmes elbeszélés mód szabályait: a múlt időt a térben jeleníti meg, s ebbe a térbe felborítva az idősíkok térváltáshoz kötő-

dő rendjét, belépteti főszereplőjét. Amikor nemcsak megelevenedik Isak Borg szemei előtt a gyerekkori nyaraló világa, hanem fizikailag is jelen van benne (egy képkivágatban mutatja a rendező Borgot és ifjúkorának szereplőit), akkor nem pusztán egy erőteljes lélektani azonosulás jön létre a vásznon az emlékező és az emlékezet tárgya között, hanem új távlatok nyílnak a filmes elbeszélés absztrakciós lehetőségei előtt. A képen azt látom, ami nincs; tér és idő meg nem felelése új tér-időt hoz létre: a köztesség, az át- vagy kilépés valóságon túli, ám a filmi közlés által mégis valóságossá tett tapasztalatát/illúzióját. A valósághoz kötődő filmkép illuzórikussága és az elbeszélés temporalitása (ez az a kettős hagyomány, amely ebben a pillanatban kimozdul a sarkaiból) s amely a modern filmművészet számára lehetővé teszi, hogy miközben megelőzi a képi ábrázolás és narráció történetileg kötelező sémáit, a látható világ realizmusát egy láthatatlan világ realizmusával váltsa fel. A filmtörténet nagy formaművészei, a már említett Kuroszavától kezdve Bressonon, Buñuelen és Fellinin át Tarkovszkijig valamennyien „a láthatatlan láthatóvá tételének” feladatával viaskodtak; művészetük nem más, mint e közdelem dokumentálása. Bergman *A nap végében* még el is választja, de ugyanakkor már össze is köti az álom-emlékezetet a valóság világával. Hőse, Isak Borg számára az önmagával való megbékélést mindenestre nem a nyomasztó rémálmokból való visszatérés jelenti, hanem az átlépés, az ott-lét az emlékek birodalmában. Az időse ember a film végén, az elalvása előtti pillanatokban ismét

BERGMAN

ifjúkorának tájékán jár. Egykori szereme megfogja a kezét, s elkíséri egy helyre, ahol jól láthatja a vízparton üldögélő szüleit: a ragyogó plein air-képből két fehérruhás alak integet át ide, a fikció reális térébe Isak Borgnak...

Ehhez hasonló határátlépést látunk a *Personában*, ahol két személyiség egymásba elvadásása fogalmazódik meg igen radikális filmnyelvi megoldások sorával, s ugyanez történik filmnyelvi reflexiók nélkül a *Suttogások, sikolyokban*. Az utóbbi film esetében megtorpanni kényszerül az elemző igyekezet: a meghalni nem tudás, az azonosulás az átlépővel oly magától értetődően áll előttünk, mint a nővérek dialógusát helyettesítő Bach csellószonáta. Amit látunk, valóságos (a film által valóságossá tett), noha értelmezhetetlen. S Bergman legnagyobb sikerre, hogy mindezt olyan formai eszközökkel képes megvalósítani, amelyek egyaránt elutasítják az értelmezés kényszerét és lehetőségét. Kétségtelen, hogy ez kegyelmi pillanat a rendező pályáján, s más filmjeiben, pl. a *Színről színre*, a *Kígyótojás* vagy a *Jelenetek a bábok életéből* címűekben nem következik be: az álmok álmok, az emlékek emlékek maradnak, amelyek ugyan pontosan leírják a történetek

szereplőinek lelkiállapotát, ennél többre, a két világ közötti átjárás megteremtésére azonban nem képesek. Ezért irigyelte és tartotta a legnagyobb Bergman Tarkovszkijt, aki (mint írja) "magától értetődő természetességgel közlekedik az álmok világában". Mindennek ellenére Bergman művészetében többről van szó, mint néhány zseniális alkotásról, noha ez sem volna kevés. Egész életműve azt bizonyítja, hogy reális és irreális együttlátásával a film dokumentálni képes a szellem metafizikus képességét. S ugyanezt az állítást meg is fordíthatjuk: ha a bergmani gondolatok a film közegében nyerhettek érvényes formát, akkor ez a művészi kifejezőmód alkalmas, sőt az életmű tanúsága szerint különösen alkalmas metafizikus tartalmak szemléltetésére. Érdemes ezt manapság, a film jelenkori állapotában észben tartanunk... Azzal, hogy Bergman a világról alkotott felfogását (úgynevezett „filozófiáját”, „teológiáját” vagy „pszichológiáját”) éppen a mozgókép nyelvén vélte megfogalmazhatónak, nemcsak a filmtörténet gazdagodott, hanem a filmnyelvi kifejezés lehetőségei is kitágultak. Még hozzá olyan irányba, amely a filmi kifejezés

alapjait, a való világ képéhez és temporalitásához való kötődését és a technikai reprodukcióban rejlő illuzórikusságát egyszerre képes megragadni. Bergman művészetében az expresszionista hagyomány a filmkép, a filmművészet modernista forradalma pedig a filmes elbeszélés oldaláról teremtette meg a metafizikus absztrakció lehetőségét. A konkrét képek és a realiztikus narráció határainak szétfeszítése ugyanakkor nem vezetett az elbeszélés felszámolásához, illetve a filmkép konkrétitásának elutasításához.

101
K É K

Bergman (és hasonló fontosságú rendezőtársai) nem filozófusként, teológusként, lélekbúvárként nyúltak a filmhez, hanem a mozgókép filozófiáját, teológiáját, pszichológiáját tárták elénk; nem kísérletezői vagy megújítói voltak a filmnyelvnek, hanem beteljesítői.



A művész egyik fő témája önmaga. A művészet egyik legfőbb műfaja az önarckép. A művész önmagában hol az embert ábrázolja, saját életében az embert életet, hol a művészt, saját művészetképét vagy a művészet átfogó érvényű modelljét. Az igazán nagy művészek számára persze a dolog: önmaga és a többi ember, az élet és a művészet nem válik külön. Bergman ilyen nagy művész, és amikor most itt arról lesz szó, hogy munkásságában hogyan jelenik meg a művész és a művészet problematikájának ábrázolása, akkor

tűzött téma szempontjából mindenestre elsősorban a *Fűrészpor és ragyogás*, az *Arc*, a *Farkasok órája*, a *Persona*, a *Rítus*, a *varázsfuvola* és a *Fanny* és *Alexander* című filmeket kell figyelmébe venni.

Mivel ez az előadás a század legvégén hangzik el, olyan társadalmi és szellemi környezetben, amelyben a művészetről alkotott, többé-kevésbé egyezményes és szentesített hagyományos fogalmaink alapjaikban rendezték meg (gondolok itt a multimédia és a cyber-space által teremtett virtuális

Györfly Miklós

A művész és a művészet Ingmar Bergman filmjeiben

103
K É K

mindenekelőtt azt kell leszögeznünk, hogy ezt a kérdést csak mesterségesen lehet elkülöníteni az egyes művek és az egész életmű sokrétű belső összefüggéseitől.

Bergmannak nincs egyetlen műve sem, amely egyfajta ars poetica gyanánt mindenestül a művészetfelfogásáról szólna. Ugyanakkor alig van filmje, amelyben bizonyos elemek, hol több, hol kevesebb, ne kapcsolódnának a művészetproblematikához. Hősei között lépten-nyomon akad cirkuszi mutatványos, filmrendező, színész, mágus, varietéművész, író, festő, zongoraművész, és ezeknek a figuráknak mindig van olyan nézetük is, amelyben Bergman a művészsorsról, a művészet hivatásáról és lehetőségeiről vall. A ki-

valóságok agresszív nyomulására, a posztmodern relativizmusára és populáris-kultuszára, valamint a konzumcivilizáció barbarizmusára egyaránt), gondolatmenetemet annak a ténynek a leszögezésével szeretném kezdeni, hogy Bergman művészetképe a múlté. Itt és most Bergman művészetfelfogása már film- és kultúrtörténet, valószínűleg inkább, mint a filmjei maguk, amelyekben a mai néző számára az emberi-pszichológiai tartalom olyankor is elevenebb és fontosabb, mint a művészetproblematika, ha a film koncepciója és intenciója szerint ez a két aspektus eredetileg nagyjából még egyenúlyban volt.

Polgári művészet mondtam ki az előbb, és bár ez a fogalom elég sok

mindent jelent, annyi bizonyos, hogy Bergman művészetfelfogása a polgári, közelebből a romantikus hagyományban gyökerezik, tehát épp abban a felfogásban, amely a művészt szembeállította a polgárral. Eszerint a művész nem tud és nem is akar beilleszkedni a polgári társadalomba, lázad elene, kihívja, gyűlöli, felbolygatja, megbotránkoztatja, olyan igazságokat mond a szemébe, amelyekről nyugalma érdekében a polgár szeretne nem tudni. A romantikus művész kívülálló, aki szenvedésben önként vállalt, részben

BERGMAN

jellegzetesen romantikus kultusz volt, és cselekménye Edgar Allan Poe-elbeszélésekére emlékeztet. A *Farkasok órájában* számos részlet, így például még bizonyos szereplők neve is: Heerbrand gondnok, Lindhorst levéltáros, E. T. A. Hoffmanra, közelebből *Az arany virágcserep* című elbeszélésre utal, amely tudvalevőleg valóság és képzelet, élet és művészet romantikus konfliktusának egyik legszebb és legismertebb ábrázolása. A *Farkasok órájában* *Varázsfüvola-idézetek* is találhatóak, ezek aztán természetesen magában *A varázsfüvolában* teljesednek ki. A meghasonlott, elátkozott, vívódó művész romantizált képe új árnyalatokkal kiegészülve élt tovább annak a Strindbergnek a művészetében, aki folyamatosan közvetlen hatással volt Bergmanra.

rakényszerített magánya, kirekesztettsége és megbélyegzettsége miatt, de ugyanakkor mindezt valamiféle kiválasztottságként éli át. Sorsa egyfelől csapás, másfelől akár büszkeség, gőg és fölényes ironia forrása is lehet. Ilyenkor a művész megveti a filisztert. De a filiszter is megveti a művészt, megbotránkoztat rajta, ugyanakkor valami kíváncsi borzongással tekint rá, szeretné titkait kilesni, megfejteni és a saját józan hétköznapi életének szintjére leszállítani.

Idézetszerű és néha ironikus idézőjelbe is tett elemek egyes Bergman-filmekben nyíltan utalnak a romantika korára és irodalmára. Az *Arc* a múlt század elején játszódik, fontos szerepet játszik benne a mesmerizmus, amely

na. Volna rájuk válasz, ha hinne az ember istenben. De mivel már nem hisz benne, nincs kiút. Egyszerűen nincs kinek föltenni a kérdéseket. Az ember, és különösen a lét értelmére rákérdező ember, azaz a művész a Semmi börtönébe, a pokolba van zárva. A pokolról szóló film a filmben végül is nem készül el, de elkészül a *Börtön* című Bergman-film, amely arról szól, hogy egy ilyen film valójában értelmetlenség. A filmbeli film meghíúsulása és az erről szóló film megvalósulása között olyan feszültség támad, amely Szizüphosz mítoszának camus-i értelmezésére emlékeztet és az abszurd világlátás heroikus pesszimizmusára jellemző.

Bergman művészhosei (vagy legalábbis azok a jelképes figurák, akik többek között a művészsorsot példázák) később is magányosak, úzottek, meghasonlottak, a társadalom vagy a társaság kirekesztettjei és megaláztatottjai, mint Albert, a cirkuszigazgató-mutatványos a *Fűrészpor* és *ragyogásban*, Jof, a vándorkomédiás *A hetedik pecsétben*, Vogler, a hipnotizőr az *Arcban*, Johan Borg, a festő a *Farkasok órájában* vagy a *Rítus* varietészínházi mímusai. ugyanakkor nem tévesztendő szem elől, hogy magány, vívódás, idegenség és meghasonlottság sújtja Bergman nagy korszakának sok nem-művész hősét is: Antonius Blok lovagot *A hetedik pecsétben*, Karint a *Tükör által homályosanban*, Tomas Ericsson tiszteletest az *Úrvacsorában*, Estert *A csendben*, Andreas Winkelmant *A szenvedélyben* stb. tehát nyilvánvaló, hogy Bergman olyan világtüneteket és személyiségzavarokat ábrázol, amelyek nemcsak a modern polgári művészlétet

Amint Bergman egész világképét, úgy művészetfelfogását is erősen befolyásolta kezdetben a sartré-i egzisztencializmus. A romantikus hagyomány jegyében már amúgy is kívüllónak látott művész az egzisztencialista filozófia fényében látszott csak igazán idegennek. Bizonyos értelemben (nem függetlenül a háború alatti és utáni európai értelmiségi közérzettől és szellemi divatoktól) a művész lett Bergman számára a semmibe belevert és a lét abszurditásával szembenező ember par excellence megszemélyesítője. Ennek a felfogásnak tükré a *Börtön* című film, amelyben a keret-történet filmrendező hősét az a dilemma foglalkoztatja, hogy lehet-e, szabad-e olyan filmet készíteni, amely megválaszolhatatlan kérdésekre nyíl-

jellemzik, hanem általános korjelenségek is, és ezért személyesíti meg őket gyakran művészfigurákkal, mert a művészi fogékonyság és érzékenység, a művészi önreflexió és távolságtartás különösen alkalmas e problémák példázatos modellezésére. Nemcsak Bergman élt ezzel a módszerrel, hanem a modern polgári irodalom számtalan nagy alakja is: Thomas Mann-tól Hermann Hessén, Bulgakovon és Thomas Bernhardon át a Bergman-kortárs Per Olov Enquistig. Figyelemreméltó ugyanakkor, hogy a kamara jellegű, zárt modellfilmek idejének lejáta után, tehát a hetvenes évek elejétől a művész (éppen mint az *Isten csendjében* önmagát és kapcsolatait elvesztő ember különösen markáns esete, úgyszólván esszenciája) maga is háttérbe szorult Bergman pályáján.

A tágan értelmezett művész-fogalom belül többféle típus, szinte azt mondhatnánk, archetípus tölthetett be jelképes, modellérvényű szerepet a Bergman-filmekben, egyszerre testésítve meg a lét- és ezen belül a speciális művészetproblematikát. A művész kezdetben *mutatványosként* jelenik meg. A *Fűrészpör* és *ragyogás* cirkuszi miliőben játszódik, főszereplői cirkuszi mutatványosok, akik ennél a nyomorúságos, de mégis önként vállalt hivatásuknál fogva válnak alkalmas médiumaivá az emberi megalázottság ábrázolásának. Albert, az öregedő cirkuszigazgató kísértésbe esik ugyan, hogy hátat fordítson az örökös bizonytalansággal és kizártsággal járó vándoréletnek, és visszatérjen volt feleségéhez, akinek jól jövedelmező trafikja és rendezett kispolgári élete van, de az asszony elutasítja, és Albert valójában

már ki sem bírná többé mellette az üres egyhangúságot. Sorsa a cirkuszhoz köti, annak ellenére, hogy szeretője megcsalja és féltékenysége csúfos megaláztatásba sodorja. A film elején látható lázálomszerű emlékkép, amely azt a lidércesen kínos és ostoba esetet idézi fel, hogy Frost, a cirkuszi bohóc és kacér felesége, Alma hogyan jártak egykor a tengerparton a lögyakorlatot tartó katonákkal, Albert sorsának keserű tanulságát vetíti előre.

A művész mint mutatványos, mint bohóc, mint clown (jól ismert európai kulturális toposz ez: Shakespeare-től Watteau-n, Goethén, Wedekinden, Leoncavallo bajazzóin, Kafkán, Picasón, Chaplinen és Karinthyn át Heidrich Böllig terjed alakváltozatainak skálája. A *Fűrészpör* és *ragyogás* után egy évvel készült Fellini *Országútonja*, amelynek Gelsominája szintén mutatványosként, a szépség szent és naiv hívőjeként járja végig a megaláztatások kálváriáját.

A *hetedik pecsét* mutatványos házaspárjának, Jofnak és Miának, a nyilvánvalóan elsődleges bibliai-valoros vonatkozásaik mellett, lehetséges olyan nézetük is, amelyben komédiástársaikkal, mindenekelőtt Skattal együtt „művészeknek” látszhatnak, olyan művészeknek, akik naivitásukkal, derűjükkel, tisztaságukkal, hitükkel örök emberi értékek letéteményesei a pusztító kétségek korában is. Ez a fajta művészet Bergman számára persze annak idején csak mesés-legendás távlatban, nosztalgia tárgyaként térhetett fel, de talán nem túlzás azt állítani, hogy később, mindenekelőtt A

varázsfuvolában és a *Fanny és Alexanderben*, vagy *A legjobb szándékok* című nagyszerű regényében neki magának is sikerült megvalósítania ezt a konzervatív értelemben véve magasrendű művészelményt, anélkül, hogy klasszicizáló konzervativizmusba tévedt volna ami a hetvenes-nyolcvanas évek egész művészetében szinte egyedülálló teljesítmény.

Az *Arc* főhőse, Vogler, a hipnotizőr, valamint társulata még szintén mutatványosok, főleg, ami számkivettségüket, a társadalomhoz, jelen

esetben Stockholm városának polgárinemesi tekintélyeihez fűződő felemás kapcsolatukat illeti: vagyis afféle boldondok, akik elszórakoztatják, sőt elkápráztatják az unatkozó úri társaságot, de maga Vogler már egy másik archetípus, a mágus, a varázsló képviselője is. Vogler legfőbb illuzionista mutatványa az, hogy természetfölöttinek, megmagyarázhatatlannak tudja láttatni, ami valójában nem az. Valamikor bizonyára még hitt is természetfölötti képességeiben, de mára csak a szemfényvesztés mesteri trükkjei maradtak. Mindenesetre ezek is hatásvosok és veszedelmesek. Hogy engedélyezzék fellépését, szűk előkelő társaságnak és a rendőrfőnöknek kell előbb bemutatnia bűvészműtávjait,

amelyek nagy izgalmat és zavart keltenek. Betetőzésükként, amolyan iro-
nikus Cipolla-effektusként, azt szug-
gerálja a kocsi, hogy rontson rá és
ölje meg őt. Utána halottnak tette-
ti magát, mire a nyugtalanságát fölén-
yesen leplező orvos és természettudós,
Vergéus doktor abban a hiszemben,
hogy a hipnotizőr holtteste van előtte
a padláson, nekilát, hogy felboncolja.
Meg akar győződni róla, hogy Vogler
agyveleje nem árul el semmi rendkí-
vülit, és így kizárható, hogy termé-
szetfölötti adottságokkal rendelkezett.

De Vogler közben már ott rejtőzik a
háta mögött, és halálra ijeszti a dok-
tort. A boncolásra váró holttestet ki-
cserélték, a hipnotizőr helyére került
hulla Voglernek csak a maszkját és ru-
háját viselte.

Bár Vergéus ijedtében lebukfen-
cezik a lépcsőn, akár diadalmaskod-
hatna is: nincs megmagyarázhatatlan
titok, csak üres mutatóvagy. Mégsem
volna egészen igaza, mert egy titok
mégis van: az illúzióteremtés képessége,
bár ennek hitelét itt némileg kikezdi
az irónia. A mágus legfőbb mágiája az,
hogy elhitet egy látszatot. Maszkot
használt ehhez, azaz úgy tesz, mintha
nem az volna, aki, hanem valaki más.
Bergman a rendező a művészt újra meg
újra a mímushoz, a maszkot viselő,

BERGMAN

alakoskodó komédiához hasonlítja. De
itt megint csak figyelembe veendő,
hogy a maszk, mint erről leginkább a
Persona vall, Bergman számára a sze-
mélyiséget is jelenti, tehát maszkot
nemcsak a színész vagy a varázsló vi-
sel, hanem voltaképpen minden ember
is, aki eljátszik valamilyen társadalmi
szerepet. Ez pirandellói vonás Bergman
művészetében. Sajátosan bergmani
többlet azonban ehhez képest az a
kérdésfeltevés, hogy milyen következményekkel járhat a maszkok lehántá-
sa, a látszatok és szerepek mögött rejlő
végső igazságok keresése, a megma-
gyarázhatatlan metafizikai kérdéseket
feszégető műalkotás vagy a személyi-
ség teljes lemeztelenítése. A kétségek
mát itt az *Arcban* megjelennek. Nem
szabadítja-e ki a szellemet a palackból
a művész, nem ülteti-e el a szorongást
azokban, akik maguktól nem kérde-
znek, akik csak hisznek és ámulnak. De
ezen túlmenően az *Arc* azt a kérdést is
fölteszi, hogy van-e célja, értelme an-
nak a művészetnek, amely kétségekből
születik, és kétségeket terem. Termé-
szetfölöttinek hitt, mesmeristának ne-
vezett képességeivel Vogler valamikor
meg akarta gyógyítani az embereket.
Ma már sejti, hogy csak kókler, azaz
szemfényvesztő, tisztában van vele,
hogy álarcot kell öltenie, ha hatni akar,
mert különben még a látszatát sem
tudja fölkelteni képességeinek. Amíg
trükkjeinek bedőlnek, titokzatos má-
gus. Mihelyt átlátnak rajta, nyomorú-
ságos vándormutatóvagyos.

A művészet szerepére, lehetőségei-
re vonatkozó kétségek végigkísérik
Bergman hatvanas évekbeli filmjeinek,

és különösen hangsúlyosan jelentkezik
a *Personában*. A *Persona* két hősnőjé-
nek egyike ünnepelt színésznő, aki egy
napon az *Élektra* előadása közben egy
percre váratlanul elnémul, és bár utána
folytatná az előadást, másnap reggeltől
fogva végképp nem hajlandó többé
megszólni. Idegösszeroppanás miatt
kórházba kerül. Elizabeth Vogler néma-
sága egyrészt súlyos személyiségválság
tünete, másrészt, szoros összefüggésben
ezzel, a színésznő művészi válságának
is tünete. Az önkéntes némaság tilta-
kozás a beszéd, a szavak mint a színész
egyik fő kifejező- és munkaeszköze
ellen, de egyben akár mint az emberi
kommunikáció eszköze és mint a való-
ság önkényes, végeredményben érte-
metlen nyelvi jele ellen is. A kórházban
Elizabeth egy alkalommal a rádiót hall-
gatja, amely egy színdarabot közvetít:
a szavak üresen és ostobán szólnak,
Elizabeth hisztérikus nevetéssel zárja el
a készüléket. Nem hajlandó hazamen-
ni, a férjével érintkezni, a férje levelét
elolvasni.

Elizabeth idegösszeroppanásának
okairól a film keveset árul el, de azért
sejtet lényeges dolgokat. Így például
valószínű, hogy a színésznőnek büntü-
datot okoz a kislánya, akit elhanyagolt a
hivatása miatt, sőt annak idején a ter-
hességét és magát az anyaságot is csak
szerepnek tekintette, mint a színpadi-
akat. Elizabeth azért került válságba,
mert művészetének gyakorlása szem-
beállította emberi és női lényével.
Maszkot viselt, és közben elvesztette
személyes arculatát. A tengerparti
nyaralóban, ahová a pszichiáter nő ta-
nácsára és ápolónővér társaságában
visszavonul regenerálódni, úgy kap
erőre, hogy egy másik ember, egy ere-

detileg derűs, harmonikus, naiv ember, az ápolónővér életkedvét és életerejét szívja fel magába. A művész a *Personában vámpírként* viselkedik, amint világosan utal erre a „vérszopás” jelenete. Alighanem így értendő a fojtott erotikus atmoszféra is, amely a két nő között kialakul. Alma nővér kicsit beleszeret a szép és híres színésznőbe, már csak azért is, mert rajongó odaadással tud leginkább a segítségére lenni mint elhivatott nővér, Elizabeth pedig szintén beleszeret kicsit Almába, úgy, ahogyan a művész szeret bele a modelljébe. A nyaralóban Elizabeth ösztönösen újra „dolgozni” kezd, és ennek köszönheti felépülését. A művészi, a színészi munka fontos része más emberek megfigyelése. A művész abból él, hogy ellesi mások titkait, szívja mások véréit. Olyankor is dolgozik, gyűjti az anyagot, amikor más egyszerűen csak éli az életét. Alma elolvassa Elizabeth leragasztatlan levelét, amelyben a színésznő róla ír a pszichiáternek: „Mondhatom, nagyon mulatságos tanulmányozni a viselkedését. Néha siránkozik régi bűnei miatt (valami alkalmi orgia egy ismeretlen fiúval és abortusz utána). Panaszkodik arra is, hogy cselekedetei nem felelnek meg eleteszményének...”

Alma megdöbben Elizabeth szenvtelen, fölényes önzésétől. Később meg is mondja neki: „Mindig azt hittem, hogy a nagy művészek mélyen együttérznek embertársaikkal, és ennek az együttérzésnek a szavára alkotnak. Milyen ostoba vagyok!” A művészi önzésnek és vámpirizmusnak ez a motívuma már a *Tükör által homályosanban* is felbukkant: itt Karin egy alkalommal beleolvast az író apja naplójá-

ba, és megtudja belőle, hogy apját valami szörnyű kíváncsiság arra kényszeríti, hogy lánya gyógyíthatatlan betegségében írói anyagot lásson, és felbomlásának minden fázisát pontosan rögzítse.

A *Personában* lejátszódó személyiségcsere, amelynek végén Elizabeth visszanyeri lelkierejét, Alma ellenben összeomlik, sokrétű jelentésű folyamat, amelynek csak egyik fontos rétegét alkotja a művész és modelljének viszonya. A „persona” (latin szó, azt jelenti: „maszk”). A *Personában* mindkét nőről maszk (vagy maszkok) válnak le. Elizabethről az üres szavakkal bűvészkedő színésznőé, a magánéletben is szerepet játszó anyáé (a hivatásával szükségszerűen együtt járó maszk). Almáról a kiegyensúlyozottság, a bizakodás, az egyszerű örömeibe és a hagyományos értékekbe vetett hit maszkja. A maszkok lehullása után elszabadul a kegyetlenség. Elizabeth és Alma marakodni kezdenek személyiségük töredékeiért, fenyegetik, bántalmazzák egymást. Ennek is megvan a művészetre vonatkozó aspektusa. A *Persona* nemcsak két nő kapcsolatát és lelepleződését ábrázolja, hanem azt a filmet is, amely „róluk” szól. Amely belőlük, az ő problematikájukból szívja a véréit. Ezt a kegyetlenséget a film alig viseli el. A film közepén, mintegy az ábrázolt szenvedések következtében elég és kifehéredik, és néhány pillanatig nem bír folytatódni.

A *Personáról* ír tanulmányában Susan Sontag részletesen foglalkozik a filmnek ezzel az önreflexiójával. A filmről szóló belső elmélkedés „legvilá-

gosabb része a nyitó és a záró képsor – írja –, amelyekben Bergman megkísérli a filmet mint tárgyat létrehozni: véges, ‘megcsinált’, törekeny, mulandó tárgy formájában, tehát olyasvalamiként, ami éppúgy létezik a térben, mint az időben ... (a film végén) a film meghal, mintegy a szemünk látára. Meghal, mint valami tárgy vagy dolog, tudunkra adja, hogy elhasználták, s ily módon voltaképp függetlenül az alkotó akaratától...” Hozzátehetjük ehhez, hogy Bergman úgyszólván meg is szemelyesíti a filmet, amikor mint

médiomot a pszichikai reakció képességével ruházta fel. A film közepén található cezúra ilyen reakció nyomait viseli: a film mintha összeroppanna a súlyos szenvedések bemutatásának terhe alatt, majd csakhamar varázslatosan feltámad. Lényegében ugyanez történik Elizabettel is: összeroppant az emberi szenvedések színészi ábrázolásának terhe alatt, de aztán feltámad, és dolgozik tovább.

Mint Sontag is utal rá, itt nem a Brecht-féle elidegenedési módszerrel van dolgunk, amely újra meg újra arra figyelmezteti a nézőt, hogy amit lát, az színház, hanem inkább azt érezteti a médium tudatosításával, hogy mennyire bonyolult és súlyos kérdés, mit lehet ábrázolni, és hogy bárkinek biz-

tos és mély tudása végső fokon romboló hatású. "Ha a személyiség megőrzése – írja Sontag –, a maszkok sértetlenségének megóvását kívánja, és csak akkor tudható meg valakiről az igazság, ha leválik, megreped a maszkja, akkor ahhoz, hogy az élet teljességéről megtudjuk az igazságot, az egész külszín le kell rombolni s emögött a külszín mögött az abszolút kegyetlenség rejtőzik."

A lemeztelenedett kegyetlenség, az erőszak világát előlegezi a filmben az önégető saigoni buddhista pap látvá-

nya a televízióban, és amikor Elizabet és Alma között már elszabadulnak az indulatok, Elizabet könyvéből a varsói gettóból elhurcolt kisfiú híres fényképe hullik ki, nyilvánvaló összefüggésben Elizabet kisfiával. A kegyetlenség elszabadulása máskor is „kivált” a filmből mint szervesen működő, élő-gondolkodó médiumból hasonló asszociációkat, irracionális reakciókat: a *Szenvedélyben* az Andreas és Anna viszonyában lappangó feszültség és erőszak a vietnami háború tévéképének és állatok bántalmazásának formájában nyilatkozik meg a legvilokt juhok, a megperzselő ló és az ablaknak csapódó madár ennek metaforájaként értendő, olyan jelzésként, amelyet mintegy a filmközeg természete kény-

BERGMAN

szerít ki úgyszólván szükségmegoldásként, mivel az erőszak közvetlen művészi ábrázolása képtelenség. Az igazi erőszak, a hétköznapi kegyetlenség és az aktuális háború Bergman meggyőződése szerint ábrázolhatatlan, pontosabban a művészet nem versenghet a televízióval, amely estéről estére az erőszak legfrissebb és legautentikusabb képeit szállítja otthonunkba. A *Szenvedély* a *Personához* hasonlóan szintén tudja film-mivoltát: a filmben játszó négy színész, a forgatási körülményekkel a háttérben, interjú ad külön-külön a kamerának arról a szerepről, amelyet eljátszik.

A művész mint mutatványos, a művész mint mágus, a művész mint vámpír (Bergman művész-hasonlatainak ezeket a változatait vettük eddig sorra.) A *Farkasok órájában* Johan Borg, a festő skizofrén megszállottként jelenik meg előttünk. Borgot a tudatalattijának a démonai bomlasztják fel, és űzik a végromlás felé. Személyisége széthullását felesége, Alma próbálja feltartóztatni, de mint ahogy a szerepet játszó Liv Ullmann itt is egy közbeiktatott forgatási jelenetben mondja el, ha egy nő sokáig együtt él egy férfival, végül olyanná lesz, mint az. Mert szereti, mert próbál belehelyezkedni a gondolatvilágába, próbálja azt látni és úgy, mint ő. És hovatovább a férjével azonosul, akár önnön ép személyiségének feláldozása árán is. A film úgy ábrázolja a festő űzött, pszichopatologikus tudatvilágát, hogy hol a maga, hol a felesége tudatának szövegéből láttatja, ami végeredményben már csaknem ugyanazt jelenti. Innen

nézve szétválaszthatatlan, mi történik a valóságban, és mi a képzeletben, a rémlátásokban, és ezen belül mi Johan, mi Alma rémlátomásaiban.

A *Farkasok órájának* főhősével kapcsolatban egyes kritikusok felróták Bergmannak, hogy a művész kiválasztottságának és elátkozottságának és elátkozottságának romantikus elméletét újíta fel, amikor a festő művészete és démonai között szoros összefüggést tüntet fel. Bergman válaszul azt mondta, hogy ő a művészi tehetséget és érzékenységet nem valami felülről jött adománynak tekinti, hanem képletesen szólva betegségnek, amelytől nem lehet szabadulni. „Nincs ebben semmi földöntúli. Nem más ez, mint valami betegség, perverzció, ötlábú birka. Roppant brutálisan látja tulajdon helyzetét (ti. Borg)...” Valami üldözi a művészt, aki szenved ettől, és megpróbálja rémképeit „professzionális síkra”, valamilyen művészeti médium nyelvére áttételezni. Bergman szerint a művész nem kiválasztott, nem isteni sugallatra alkotó ember, hanem közönséges halandó, akit pszichológiai tulajdonságai arra ítélnék, hogy brutális leplezetlenséggel lássa tulajdon helyzetét, és „látomását” valamelyik művészeti ág „professzionális síkjára” áttételezze (azaz hozzáférhetővé tegye olyanoknak is, akik nem látják a helyzetüket ilyen tisztán.) Ha tehát művészt választ főhőséül, akkor ezt nemcsak azért teszi, hogy kifejezze a művészlét és a művészetről vallott felfogását, hanem azért is, mert ha művészt szembeállít a valósággal, felfokozottabb, sokkal több formában tudja ábrázolni a bennünket is érintő szembeállítás: a mindenkori halandó emberét önnön helyzetével, a valósággal, adott esetben azzal, hogy el-

fojtott, feldolgozatlan traumák üldözik.

Hogy a művészet mennyire kíméletlen, sokkoló, sőt romboló erejű szembeállítás lehet önmagunkkal, azt tanúsítják egyrészt Bergman olyan filmjei, amelyeknek már a befogadásához is nagy lelkierő szükséges (gondoljunk olyan filmek zsigereinkbe markoló, felkavaró hatására, mint *A csend* vagy *a Suttogások, sikolyok*), vagy amelyik már a címében is erre a szembeállításra utal: *Színről színre* (forgalmazási címen: *Szemben önmagunkkal*), tanúsítja másrészt egy olyan film, amelynek éppen ez a témája: hogyan semmisít meg valakit a művészettel való találkozás. A *Rítusról* van szó, amelyben a művészet szinte elemi természeti erőként jelenik meg, amelyet nem lehet büntetlenül kihívni. Ebben a filmben egy háromtagú, alighanem eleve jelképesen értendő mutatványos-(?), artista-(?), varietéművész-(?) csoport rituális produkciója képviseli a művészetet. Feltehetőleg előkelő szállodákban, mulatókban és varietékben, országról országra turnézva adják elő a számukat a játéktér külsőségei annyira redukáltak, hogy elemi információkkal marad adósunk a film. A három művész közül az egyik nő: Thea. Ő a csoport legösztönösebb, legimpulzívabb, egyszersmind legveszedelmesebb, legkiszámíthatatlanabb tagja. A csoport kovása, erjesztő fermentuma. Egyfajta mitikus őserő, az, ami Bergman sugalmazása szerint a művészetben a legősibb, legelementárisabb. Nem véletlen, hogy Bergmannál ezt a princípiumot egy nő képviseli.

Sebastian a teremtető, a lelemény, a fantázia, az aktivitás képviselője. Egyfajta prométheuszi alkat. Ő az,

ami a művészetben a férfi-princípium, az az elv, amely az őserőt mozgásba hozza és formába önti. Hans Winkelman pedig a tervező-rendező elem. Ő a főnök, ő tárgyal, ő intézkedik, ő valósítja meg azt, ami a másik kettőben csupán lehetőség. Tisztában van vele, hogy két fekezhetetlen, kiismerhetetlen társa nélkül nem boldogulna, de azt is tudja, hogy azok sem boldogulnának ő nélkül. A *Rítus* páratlan különlegessége az, hogy a trióban megtestesülő elvont, szimbolikus képletet szinte mindenestül a három szereplő egymáshoz, illetve a filmben megjelenő egyetlen kívülállóhoz, a vizsgálóbíróhoz fűződő kapcsolatukból, e viszonylatok aszketikusan redukált, ugyanakkor roppant koncentrált ábrázolásából vezeti le. A fenti képlethez aztán hozzáadja a magáét a rituális mutatvány maga is, amelyet a művészek végül azért mutatnak be zárt körben a vizsgálóbírónak, aki vizsgálatot folytat ellenük, hogy így állapíthassa meg, csakugyan szeméremértő-e, amit művelnek, mint ahogy az ellenük felhozott vád állítja. Ez a hangsúlyozottan primitív rituális szertartás a művészetet jelképezi, és pedig mindenekelőtt azokat a vonatkozásait, hogy a művészet a természeti vallások mágikus erejűnek hitt rítusaiban gyökerezik, hogy az ilyen rítusokban közösen kiejtett és közösségi jelentéssel felruházott gesztusok és totemisztikus tárgyak alkotnak szertartásba sűrített rendet, és hogy Bergman művészeit az ilyen rítusok démonizáló, világmagyarázó képességei tartják bűvöletükben.

A trió és a rítus ugyanakkor kihívás a társadalmat, a polgárt képviselő vizsgálóbíró számára, aki kezdetben kategorikusan szemben áll a művészekkel és botrányosnak tartott számukkal, majd fokozatosan a hatásuk alá kerül, lehámlik róla a tiszttségével együtt járó és a tekintélyét adó maszk, és végül a szó szoros értelmében megsemmisül a művészet végzetes érintésétől. Úgyszólván beleszédül abba a mélységbe, amely a művészek révén feltárul előtte. Vonzza e mélység, amely megtevesztően a közösséghez való tar-

tozást, az izgató titkok és gyönyörök megismerését ígéri neki, de csak otrombán, tolakodóan, a művészekre jellemző alázat nélkül tud közeledni hozzá. Mindamelllett a bíró Bergman szemében korántsem szánalmasan hatalmaskodó és elősködő hivatalnok, hanem olyan gyarló, magányos, elvágódó ember, akitől nem tagadhatunk meg némi együttérzést, hisz talán saját titkolt magányunkat szólaltatja meg. A művészet könnyörtelenül leleplezi benne a társadalom, a polgári lét okozta torzulásokat, és a bíró ebbe a megsemmisítő szembeállításba pusztul bele. A *Personának* az a gondolata cseng itt vissza, hogy a maszkok következetes lehántása, a művészet kíméletlen őszintesége olyan destruktív erő,

amellyel a művész maga még elbánik valahogy, de az avatatlan kívülállót könnyen tönkretelheti.

A *Rítus* konfrontációja művész és polgár Thomas Mann-i antitezisét is emlékezetünkbe idézheti. Még inkább Thomas Mann-i képzeteket kelthet a *Fanny és Alexander* című, század eleji családregényeket idéző film. Ez a nagyszabású, csodálatos filmösszegzés számba veszi Bergman egész polgári örökségét, és a polgári élet és szellem epikureus és puritán arculatának-hagyományának szembeállítását mellett

polgárság és művészet kettősségét is érinti. Az Ekdahl-családban egyaránt eleven a művészet kultusza és az epikureus polgári szellem, olyannyira, hogy nem is lehet igazán eldönteni, igazában ki művész és ki polgár. A színész-apa, Oscar és a színész-anya, Emilie, Bergman szelíden ironikus ábrázolása szerint, inkább csak afféle jó szándékú és művelt műkedvelők, a lelkük mélyén valójában inkább polgárok. Helena, a nagymama és Gustav Adolf ellenben inkább csak a társadalmi helyzetük látszata szerint megállapodott, tekintélyes, jómódú polgárok, szuverenitásuk, derűjük révén a lelkük mélyén valósággal művészi alakok.

Alexander ebben a derűs családi közegben (és aztán persze a másikban,

BERGMAN

a püspök zord, álságos környezetében nevelődik művésszé) szinte a klasszikus fejlődésregények sémája szerint. Alexander művészi érzékenységét és rendeltetését valójában semmi más nem jelzi a filmben, mint egy metamorfikusan értendő képessége, egész egyszerűen szólva: a szellemidéző varázserője. Elbűvölő a *Fanny és Alexander*-ban, ahogy Bergman a családregény elbeszélés módjának kiegyensúlyozott realizmusát, nyugalmát és derűjét a lehető legtermészetesebben társítja a legendák csodás, álomszerű jelenéseivel. Isak bácsival és két unokaöccsével, Aronnal és Ismaellel, a kívül állást, a másságot, a megbélyegzettséget jelentő zsidóságukkal és tárgyi-vizuális környezetükkel, a régiségek, ócskaságok és bábok elvarázsolt labirintusával katalizátor-szerepű cselekményszál kerül a filmben és egyben Alexander eszmélkedésének történetébe, és motívumegyüttese az igazi, varázserőjű, az életbe beavatkozni képes művészetet jelöli, bizonyos mértékig ellentétben a szülők által képviselt polgári színház erőtlenné naivitásával.

Már Alexander bábszínházadisa is úgy értendő, mint ösztönös, gyermekkori tapogatózás a későbbi művészi hivatás felé. Ez az érdeklődés Alexandert, aki lényegében Bergman gyermekkori mása, a varázserőjű láttatás, az illúzióteremtő spektakulumok rendezése felé vonzza. Isak bácsi csodatévő képessége akár ennek a mágának mint egyszerre közelebből meghatározott, de mesés múltbeli távlatba is helyezett művészeti tevékenységnek a jelképeként is értelmezhető. Isak bácsi példája lényegében a

rendezés felé tereli Alexandert, a 20. századi rendezői művészetnek abban az értelmében, hogy az bizonyos fókig a régi varázslók, sámánok, mágusok, mutatványosok, illuzionisták művészetének örököséként fogható fel. A rendező is valamiféle rituális látványosságot celebrál a való élet elemeiből és tárgyainból, olyan illúziót teremt belőlük, amely akár a valóság helyére is léphet, hozzá hasonló valóságérzéssel, de sűrítetttségénél, *megrendezetttségénél* fogva erősebb hatásúan.

Isak bácsi képessége és Alexander belső fejlődése, amelynek cél- és végpontja kívül esik a filmben, Bergman jelképes summázata a művészetről mint élete értelméről. Előzménye volt ennek az összegzésnek *A varázsfüve*, úgy is, mint elbűvölő filmvarázslat és úgy is, mint annak a nosztalgianak az ábrázolása, amely a művészet megvilágosító erejébe vetett hithez fűződik. Filmrendezői munkássága végső szakaszában, a hetvenes évek közepétől Bergman munkásságában háttérbe szorult a művészetnek mint destruktív, problematikus emberi erőnek az ábrázolása, és helyébe a varázslat olyan átfogó érvényű metaforája lépett, amely tartalmában és motívikusan szorosan kötődött ugyan a bergmani művészet-ábrázolás korábbi szakaszaihoz, de valamiféle megbékülés és harmónia jegyében túl is haladta. Az idős Bergman, amint prózája is ezt tanúsítja, az öregkor jogán végképp kilépett a korából, és nemcsak saját életét és munkásságát, de az életet és művészetet általában is nagyobb perspektívából nézi. Ha hihetünk neki, akkor a művészet egyszer majd megint megvilágosító és megváltó varázslat lesz.

A Kultúraközvetítők Társasága nevében tisztelettel köszöntöm a megjelenteket, köszönöm, hogy eljöttek. Kívánom, töltsétek hasznosan idejüket, és érezzék magukat nagyon jól.

Kivételesen szerezésnek tartam magam, hiszen ötödik alkalommal mondhatok beköszöntőt erről a helyről, ezen alkalommal. A kultúra pénze, a pénz kultúrája konferencia intézményesült, immár története is van. Az eredeti

támogatottságát és adópolitikai kedvezményezettségét is csak professzionálisan szervezett akciókkal, egységes fellépéssel lehet megvédeni és visszaállítani. Logikusnak tűnt, hogy a következő, a harmadik alkalommal a piacot vegyük szemügyre és a kulturális fogyasztásról váltsunk szót. Felvázoltunk egy helyzetképet a kulturális állapotról, tevékenységszerkezetéről, befogadói magatartásokról, és a fogyasztó oldaláról

Hidy Péter

Beköszöntő*

elgondolás 1994-ben az volt, hogy okos párbeszédben próbáljuk tisztázni az elvont pénz és az elvont kultúra valóságos viszonyát, gyakorlati közelítését. Úgy találtuk, hogy az ész nyilvános használata segít tolmácsolni a kétféle gondolkodás, a kétféle nyelvhasználat között, párbeszédet tudunk eleszteni a gazdasági élet és a kultúraközvetítés világa között. Az első alkalommal azt gondoltuk, hogy tisztázzuk a két oldal álláspontját. Lehetővé tesszük, hogy tagoltan jelenjen meg gazdasági és kulturális szempontok a kultúrafinanszírozás kérdésében. 1995-ben a nonprofit gazdálkodás volt a témánk, elgondolásunk az volt, hogy a nonprofit szektor költségvetési

gondoltuk végig a pénzfelhasználás racionalitását. Az 1996-ban felvetett kérdésekre 1997-ben adtunk válaszokat, egy kutatás tapasztalataira támaszkodva. Mint tudják, a Művelődési Minisztérium megbízásából az Akadémia, Szociológiai Intézete, a Szonda Ipsos és mások közreműködésével elvégzett egy, Magyarország kulturális állapotát elemző vizsgálatot, azt firtatva: hogy kér-e még a nép? Bemutattuk a fogyasztó ítéleteit a kulturális kínálatról, számbavettük a forgalomban lévő modelleket és megoldásokat a kereslethez is igazodó finanszírozási elképzelések tekintetében. Kialakult ennek a konferencia-sorozatnak a rítusa, szertartás-

*A kultúra pénze, pénz kultúrája c. konferencia (Bp., 1998. április 9-10.) egyik támogatója a Magyar Tudományos Akadémia „Magyarország az ezredfordulón. Nemzeti Stratégiai Kutatási Programja”-ja.

rendje, helyszíne, közönsége, szereplőgárdája. Mindig április második hetében rendeztük, a Költészet Napjához közel, merthogy, a vers az egyik legkevesbé kifizetődő kulturális termék. És hogy mindig megünnepelhessük ezt a napot. Meg kellett védenünk a Hyattet, mint helyszínt, merthogy a szálló min- ket azzal támogat, hogy nem kér terem- bért. És mindig számítottunk a gazda- sági élet előkelő szereplőire, akik a mi - egyebként drága terembérű - intézmé- nyeinkbe talán kevésbé szívesen menné- nek el. Sok lelkes hívünk akadt. Tagsá-

112 K É K

gunk és a köré szerveződő törzsközön- ség, akiket őszintén érdekelt, hogy mire megyünk együtt ezeken a tanácskozá- sokon. Csökkent viszont a szponzoraink száma. Mostanra elértük azt az állapo- tot, hogy részvételi díjából és egy-két magánadományból tartjuk el a konfe- renciát. Furcsa paradoxon, hogy a pénzről szóló konferenciához nem tu- dunk pénzt szerezni, de ez így van. Harsányi László és Vitányi Iván voltak állandó szellemi vezetői a vállalkozás-

TÜKÖR

nak és előadóink között köszönhetjük Lengyel Lászlót, Szinetár Miklóst, Iványi Györgyöt, Fodor Gábort, Vá- sárhelyi Miklóst, Stark Antalt, Török Andrást, Glatz Ferencet, Inkey Pétert, Lengyel Mártont, Szirányi Jánost, és még sokan másokat, szociológusokat, közgazdászokat, közhivatalnokokat. Schiffer János főpolgármesterhelyettes minden alkalommal meghívta a konfe- renciát költészet napi fogadására, s mindig a Fészek-klubba, és mindig műsorral egybekötve. És természetesen nem lett volna ez az egész tanácskozás- sorozat a Meeting Budapest, Köves Ta- más és csapatának konferenciarendezési profizmusa és anyagi támogatása nélkül. Köszönet mindenkinek, akinek része van a történetben.

Most azt kérdeztük, mit vesz a tő- ke a kulturális termékekből? Arra kértük a magyar gazdasági élet nagy- jait, mutassák be, ők mit és hogyan fi- nanszíroznak, szponzorálnak, mecéná- nak. Történetünk egyszersmint a kul- túrafinanszírozási, kultúratámogatási gyakorlat lassú átalakulásának törté- nete is. Ma már azért egészen más a helyzet, mint 1994-ben volt. Kezdünk megtanulni piaci körülmények között kultúraközvetítő intézményrendszer- t működtetni, kezdjük gyakorlatban is megérteni a kulturális politika sokté- nyezős voltát. Új helyzetek, új szerep-

lők, új kihívások jelentek meg, megkí- sérlünk ezekre is választ találni, vagy legalábbis a kérdéseket pontosan arti- kulálni a magunk számára.

Társaságunk gyógyíthatatlanul civil, s nem is vállalkozik másra. Azo- kat hívtuk meg, akiket valamilyen módon ismerünk, természetesen a leg- nagyobbak közül. Azokat kértük ta- pasztalataik közreadására, akiket sze- mélyesen el tudtunk érni. Nincs a do- logban tehát semmi hivatalos állásfog- lalás, sorrend vagy akár csak sugallat. És szeretnénk konferenciánknak ezen hagyományaihoz is ragaszkodni, civil összejövetel vagyunk, afféle ünnep, amelyre vendégeket hívtunk, fontos dolgokról beszélgetünk, amennyire csak lehet, kerülve a kötelező merevsé- get, nyársat nyelt pózolás. Minden al- kalommal megfogalmaztuk, most is mondom: hogy társaságunk hagyomá- nyai szerint ez inkább társasági alka- lom, mint az, s ha mégis konferencia, akkor érdemes a folyosói beszélgetése- ket ide behozni, a légbört ezen módon derűsre tenni, ahogy ez még eddig mindig sikerült. És a játék persze nem zárja ki a pontosságot, az érettséget, a vitát, sőt azt sem, hogy ez a konferen- cia is része a „Magyarország az ezred- fordulón” című akadémiai stratégiai kutatási programnak. Jókedvű, ötletes tanácskozást kívánok, a konferenciát megnyitom.

Néhány hiánycikkről fogok előadást tartani, olyanokról, mint érték-szabadság, értékválasztás. Kornai János nincs köztünk, de megidézem szellemét. Ő a hiány társadalmaként jellemezte a mögöttünk lévő négy évtizedet, és meggyőződésem, hogy a következő négy évtized is e hiányok jegyében fog szerveződni. Feltehetően azért, mert az emberi állapot a hiány körül szerveződik, és minden egyes kor, minden egyes ember voltaképpen ezt a hiányt próbálja valamilyen módon kitölteni. Én is haladok a korrallal, ezért a

egy iránytűt vágott zsebre, mint aki kannibálok közé készül. Johnson hajópincér mostmár egészen más fejleményeket várt, mint egy belfasti visszautazást, ezért négy narancsot dugott zubbonyába. Mrs. Dickinson Bishop egyezeregyszáz dollár értékű ékszert hagyott kabinjában, és visszaküldte férjét. De nem a pénzért és az ékszerekért, csak a muffjáért." Ha analizáljuk ezt a kis jelenetet, akkor ilyen tárgyak listája kerül elénk: aranyóra, gyémántgyűrű, zafir aranylánc, muzsikáló játékmalac, Biblia, könyvek, revolver és

Csepeli György

Szabad-e értéket választani kultúrában?

113
K É K

Titanic süllyedését idézem meg, abban a pillanatban, amikor kiderült az utasok számára, hogy nincs tovább. Hogy viselkedtek egyes utasok ebben a helyzetben? Walter Loyd leírását idézem, nem a filmet. „Adolf Dyker kis zacskót adott át feleségének, két aranyórával, két gyémántgyűrűvel, egy zafir aranylánccal és kétszáz svéd koronával. Miss Edith Russel muzsikáló játékmalacot vitt magával. Az agyagállat úgynevezett macis táncdalt csilingelt, de csak akkor, ha meghúzták a farkát. Stuart Kullet, egy fiatal teológiahallgató, másodosztályú utas, csak a bibliáját vette magához. Lawrence Beesly könyvekkel tömte meg viharkabátjának zsebeit. Normand Campbell Chebes revolvert és

iránytűt, négy narancs és végül a muff. Fölmerül a kérdés, hogy tulajdonképpen mi köti egybe ezt a nagyon sokféle tárgyat? Azt hiszem, hogy egyetlenegy szó és egyetlenegy attitűd köti egybe és homogenizálja ezt a sokféle tárgyat és ez az érték. De mindjárt a paradoxon is nyilvánvaló, hogy akkor, amikor egy homogén fogalmat, az értéket alkalmazunk, nagyon is diverz sokféle tárgy összességére, akkor látjuk, hogy nagyon különböző és ugyanakkor egyszínű viszonyulásról van szó. A kezdet kezdetén ezt a viszonyulást szeretném valamilyen módon definiálni, valamilyen módon meghatározni, körbejárni. Nap mint nap föl kell tennünk saját magunknak a kérdést, hogy mi az érték? Benne van-e a

tárgyakban? Benne van-e a muffban? Benne van-e a za'fir aranyláncban? Vagy pedig nincs benne semmiben, de mindenben benne van, attól függően, hogy az értékelő tekintet ráesik-e vagy sem? Bennünk van-e az érték, vagy kívül van az érték? A másik kérdés, hogy választjuk-e az értékeket, vagy követjük-e az értékeket? Az értékek választanak-e bennünket, vagy mi megyünk az értékek után? És végül talán a legnehezebb kérdés, amit annak idején Marx is, Nietzsche is föltett különböző nézőpontokból, de

voltaképpen ugyanaz a probléma kínozta őket, hogy ki értékeli az értékeket? Mi határozza meg, hogy egy társadalom, egy közösség értékeket követ-e, választ-e, és egyáltalában hogyan jön létre az értékeknek a kínálata?

Valamilyen módon az az ember víziója, hogy elpusztultak az értékek, vagy legalábbis szemünk előtt nem látszanak. A tekintetünk, amely értékeket keres, amely értékelt, egyszerűen mintha nem találná tárgyát. Ez a benyomás bizonyos értelemben véve jogosult. Ha az ember ezt az új, szabad médiapiacot vizsgálja, három olyan tendenciát ragadhat meg, amelyek alátámasztják ezt a fajta sirokkó látomást. Az egyiket úgy neveztem, hogy

TÜKÖR

debilizáció. A debilizáció értem azt a fajta stratégiát, ami természetesen ellenünk irányul, és közvetve az értékek ellen irányul. Mert mondanom se kell, hogy az első kérdésre a válaszom az, hogy az értékek bennünk vannak, és mi látjuk meg az értékeket, és addig vannak értékek, amíg van, aki rájuk vesse tekintetét, és abban a pillanatban, amikor ilyen tekintet megszűnik, kihuny, elvakul, akkor az érték is megszűnik. A debilizáció pontosan ennek a vakságnak az előidézése. Paradox megint, mert végül is látni tanítanak, látás útján történik az elvakítás. Egy olyan nagyszabású programnak figyelhetjük meg a működését a modern tömegkommunikációs zuhatagban, aminek az eredménye, hogy minél többet látunk vizuálisan, annál kevesebbet gondolunk. A debilizáció ilyen értelemben véve egy olyan legkisebb intellektuális többszörös, az IQ-nak valami olyan mérhetetlen zuhanása, amely körülbelül hatvan és ötven között áll meg, és ez a debileknek a mércéje. Egyébként a debileket nem kell megvetni, ők is kisebbség, egyelőre és rengeteg dologra képesek. Képesek fegyelmezetten például egy villamost vezetni. (Nem mintha megvetném a villamosvezetésnek a funkcióját). Egyik megállótól a másik megállóig, sőt felfedezik, hogy van egy végállomás, mert visszafordulnak, és ezt a nap nyolc órájában tudják csinálni. Meg tudják különböztetni a civilruhásat az egyenruhástól. Már az nehézség, hogy megkülönböztessék a vasutast a postástól. Ahhoz egy kicsit magasabb IQ-szint kell. De legalább azt látják,

hogy nem civilről van szó. Egy ilyen debilizált sereget természetesen, mivel voltaképpen munkára fogható, fogyasztásra fogható, integrálható, nyilvánvaló, hogy előnyös előállítani, és előnyös egy olyan társadalmat létrehozni, amiben a debilek serege munkálkodik szorgalmasan a fényes jövőn. A mindennapi holnap érdekében. A legkisebb intellektuális erőfeszítéssel a lehető legintenzívebb inger előállítása. Ez lehet a jelszó. A másik ilyen tendencia az érzelmi regresszió.

Az érzelmi regresszió egy pszichoanalitikus fogalom, tudjuk, hogy a pszichózis, bár manapság bírálni illik, mint afféle irodalmi narratívát, amelyet egy dús fantáziával megáldott bécsi pszichoanalitikus ugyancsak dús fantáziával megáldott pácienseivel folytatott társalgásai alapján hozott létre, mint tudományos rendszert. Ha zárójelbe tesszük a pszichoanalitikus konstrukciókkal kapcsolatos vitákat és hogyha ezt a tömegkommunikációs ingeráradatot, nézzük akkor jogosan szűrhetjük le, hogy a regresszió jelensége ténylegesen áll. Mit jelent ez? Azt jelenti, hogy azok a struktúrák, amelyek a fejlődés során kialakulnak bennünk olyan tekintetben, hogy mi az, ami érték, ami után nekünk igazodnunk kell, amelyet el ugyan nem tudunk érni, de a hívása folyamatosan kell, hogy bennünket követésre sarkalljon. Ez a bizonyos felettes énnek a struktúrája, mert tartalmazza a helytet és a helytelent, mint motiváló megkülönböztetést a jónak és a rossznak a legkülönbözőbb megnyilvánulásait olyan értelemben, hogy a jót próbáljuk szaporítani, próbáljuk közelíteni, próbáljuk realizálni, és a rosszat próbáljuk

elkerülni és próbáljuk kiiktatni. Ezek nem saját személyünkéből, vele született okoknál fogva megnyilatkozó irányultságok, hanem ezek olyan csillagok, amelyeket a kollektív lét – majd később rátérünk, hogy milyen történeti szálak folytán – kínál és épít beléjük a szocializáció útján. És hozza létre az új felettes én-t, mint struktúrát. A felettes én jóvoltából nem az következik be, hogy mi nem követjük el a rosszat. Nem arról van szó, hogy a gonosz csábításaitól teljes egészében mentesek lennénk, hiszen akkor nem lenne bűnözés, nem lenne sok olyan deviancia, amelynek nem örülünk. Hanem csak azt jelenti, hogy egyfajta szégyen, és egyfajta bűn érzete tölt el bennünket, amikor mi magunk követünk el ilyesmit. Még csak nem is arról beszélek, hogy felháborodunk a gyilkoson. Hanem amikor saját magunkban gyilkos ösztönöket érzünk, saját magunkban megsértjük azt az alapszabályt, amelyet emberi egyenlőségnek neveznek, akkor rossz érzetünk van. Diszkomfort érzetünk van. Kényelmetlenségérzetünk van. Bizonyos szempontból szégyenérzetünk van és büntudatunk van. A felettes én-nek ez a legfontosabb szerepe. Hogy nem tart feltétlenül vissza a rossztól, de figyelmeztet arra, hogy rosszat teszünk, akár mi tegyük a rosszat, akár környezetünkben vagy valaki, akiért felelősséget érzünk. Ez a fajta regresszív stratégia éppen ennek a felettes én struktúrájának a kiiktatásán ügködik, mert azt teszi normálissá, ami a felettes énnek az elvárásai szerint tulajdonképpen nem normális. Azt teszi szabállyá, ami voltaképpen szabálytalan. És teszi ezt oly módon, olyan hihetetlen inten-

zitással és olyan gyakorisággal bombázt bennünket a szabálytalan, az abnormalissal, a deviánssal, és nem oknyomozati módon, nem a megértő módján. Akárcsak krisztusi módon, a szeretetnek a stratégiájával, hogy íme az ember a gyilkosban, a bűnözőben, hanem inkább azzal a kutakodó, kíváncsiskodó, voayeur indulattal, amit ugyancsak, ha az embernek felettes én struktúrái működnek, büntudattal valósítunk meg, amikor kulcslyukon keresztül nézzük, hogy mi történik a másik szobában, jöllehet nem történik semmi, de mégis büntudatot érzünk, mert tudjuk, hogy ezt nem szabadna. Nem szabadna távcsővel belenézni másoknak a kertjeibe, és ott megnézni, hogy az illető harapdossa-e az oroszlánt, vagy az oroszlán harapdossa őt, és akkor még egy egészen egyszerű dolgot mondtam. Valójában arról van szó, hogy ez az érzelmi regresszió kiszabadítja a palackból azokat a szocializáció során elfojtott és joggal elfojtott, bűnérzetre, szégyenérzetre okot adó tudatlan energiákat, amelyek egyébként amikor még élünk, az álmainkban, a téves szólásainkban, a kényszeres elfelejtéseinkben, vagy éppen a pszicháternek a szófáján, vagy a székén ülve jöttek csak belőlünk elő. Most úgy tűnik, hogy eltűnt a különbség a cenzúra által kieresztett és illegális csatornákon megjelenített elfojtott vágyak és kényszeres félelmek és a mindennapi életben normálisnak, szokásosnak tartott agresszivitások, szexuális kicsapongások és egyebek tekintetében. Tehát az, amit Nietzsche megkülönböztetésként mint dionüszoszi és apollói

elvet egymással szembeállított, mondván, hogy persze a dionüszoszi elv, az ami generalja az embernek a létét, az adja meg az energiát. De az apollói az, ami a formát és a mértéket adja. Az érték és a mérték egyfelől, másfelől a vad, indulatos, zabolázatlan energia. A kettőnek valamifajta egysége hozza létre az emberi drámát. Úgy tűnik, hogy ebben a regressziós stratégiában teljes egészében ezt az apollói struktúrát eliminálja, szünteti meg, és jön elő a dionüszoszi, de immár nem egy termékeny ontológiai ellentmondásban, egy

vele sarkosan szembenálló elvvel, hanem csak úgy gátlástalanul, csak úgy szabadon, aminek a következményei, hogy egyfelől a debilizált ember, másfelől a zabolázatlan, saját belső gátlásaitól megszabadult ember, a kettőnek a kombinációja. Ez elképesztő veszély arra, amit úgy nevezünk, hogy kultúra, arra, amit úgy nevezünk, hogy társadalmi együttélés, és a kettőnek a kapcsolatára mindjárt kitérek.

De még egy harmadik dolgot is szeretnék mondani, a kettőnek mintegy sajátos foglalataként, az elképzelt Amerikáról. Az elképzelt Amerika, itt talán a Hyattben nem kellene erről beszélnem, ez olyan, mint annak idején, amikor a szovjet laktanyában az ember anyázta az internacionalizmust, de vé-

gül is arról van szó, hogy elképzelt Amerika. Tehát nem a valóságos Amerika. A paradoxon az, amire fölfigyelttem – elég sokat éltem Amerikában –, hogy itt Magyarországon tulajdonképpen amerikább az élet, mint Amerikában. Itt tulajdonképpen, hogyha az ember az Astoria sarkán megáll, akkor mint a Buridán számára, fantasztikus dilemmának van kitéve. A Buridán számára azért halt éhen, mert egyfelől szénája volt felkínálva, másfelől szalmája volt felkínálva, szénát akart, akkor eszébe jutott, hogy mégis

116 K É K

a szalmát. Mikor a szalmára nézett, akkor inkább a szénát, és addig-addig ingatta a fejcskékjét a számár, amíg éhen nem halt. Most ebben az elképzelt Amerikában az Astoria sarkán az ember áll, akkor a Burger King és a McDonalds hozza ezt a dilemmát, és addig-addig nézem egyiket, másikat, hogy végül is nem megyek sehova. Éhen halok. Amerikában ez nem dilemma, mert mind a Burger King, mind a McDonalds, az valami egészen más. Sokkal marginálisabb, sokkal jelentéktelenebb. Sokkal helyénvalóbb étkezési lehetőség, és ott voltaképpen a dilemma az, hogy a spanyol vendéglőbe menjek-e, vagy a franciába? Ilyen értelemben véve az elképzelt Amerika meglovagolja ezt a kétfajta tendenciát,

TÜKÖR

a debilizációt és a regresszivitást, és hoz létre egy olyan látszatot, mint-hogyha Amerikából jönne ez a fajta sirokkó, ez az értékeknek az elpusztítását eredményező hullám. Ez egy teljesen igazságtalan reprezentációja Amerikának, Amerika nem ilyen. De az előadás nem arról szól, hogy milyen Amerika? Mindenki menjen el és nézze meg! Akkor mi az a kultúra, amiről beszélhetünk? Mi az, aminek a hiányát fájjalom, és mi az, amit vissza szeretnék hozni, vagy helyre szeretnék állítani? Többek között az Önök közreműködésével! Az első és legfontosabb dolog, hogy le kell számolnunk azzal az előítélettel, hogy van – németül szólva – *die Kultur*, és van – angolul szólva – *culture*, és a kettő tulajdonképpen kibékíthetetlen egymással. A Kultur az valami olyan magasztos és szent, kicsit unalmas, túlságosan – azt kell mondjam – apollói típusú konstrukció, aminek ünnepnapjai vannak, aminek fényes egyházai vannak, aminek főpapjai vannak, akadémiai vannak, és valamilyen módon azok, akik részülnek a Kultur-nak a javaiból, azok csak befogadnak. És a kérdés csak az, hogy a helyes kulturális javakat fogadják-e be? Nem akarom néven nevezni, mert magam is résztveszek az egyik ilyen – egyébként nagyon nemes elhivatottságú – tömegkommunikációs közszolgálati intézmény kuratóriumában, ahol ez a fajta Kultúr-kultúrafogalom alkalmazása lényegében véve azt eredményezte, hogy mióta a kereskedelmi televíziózás beindult, a debilizációval, a regresszivitással és az elképzelt amerikanizációval, az

amúgy sem magas négy százalékos nézettség 1,6 százalékra csökkent. A magyar költségvetésnek évente ötmilliárd forintjába kerül ez az 1,6 százalékos nézettség. Ugyanakkor nem lehet semmit sem mondani, mert *Kultur*-ról van szó. Minden egyes kockája, minden egyes pillanata magasztos, szent, borzadályos, mindig minden pillanatban a nemzet élete és halála forog kockán, legalábbis ha az ember a képernyőt nézi. De mintha ez nem érintené meg az embereket. Minthogyha egy olyan kultúrára volna szükség, és talán ez a *culture* jelentés közelebb áll, amely azt a fajta diverzifikációt idézi meg, amelyet a Titanic kapcsán emlegettem, amikor minden kultúrává válhat, minden értéké válhat, minden az én életemnek bizonyos szempontból a szabályzó részévé válhat, minden alkalmas lehet arra, hogy leigázza a diónüszösi elemet, az apollói eszme jegyében, amely valamilyen módon részét képezi az én életemnek, az én környezetemnek. Az értékeknek tehát egy kiszélesedett skálájában kell gondolkoznunk, amelyet hogyha figyelmen kívül hagyunk, akarva-akaratlanul az emlegetett amerikanizációs, elképzelt amerikanizációs stratégiát támogatjuk, ami nem lehet célunk. A másik tendencia, amely ugyancsak belefér a *culture*-be, és voltaképpen létező tendencia, amire föl kell figyelniünk, és lehetőleg munkánkban alkalmaznunk kell, az értékek párhuzamos-sága. Az értékrendszereknek a párhuzamos-sága. A Kultur-nak a jegyében ugyanis, amennyiben többféle értékrend egyáltalán elismerhetővé válik, azoknak van egy hierarchiája. Van a csúc, az valamilyen magasztos eszme,

és akkor ahhoz képest, mint ahogy egy hadseregben vannak tábornokok, vannak vezérkarok, vannak fegyvermek, amelyekről azt feltételezi a tábornok, hogy meg lehet nyerni a csatát. Bár a tábornok mindig az előző háború szerint próbálja megnyerni a következő háború csatáját, ezért többnyire nem szoktak sikeresek lenni a régi tábornokok. A markotányosnőnek és a tábornoknak ez a fajta hierarchiája, hogyha lefordítjuk az értékek pluralizmusára, tarthatatlan. Egenrangúak az értékek. Ebbe bele kell nyugodni, empátiásan, toleránsan kell tudni viszonyulni a különböző értékrendszerekhez, és akkor párhuzamosan az értékek skálájának kiszélesedésével egy teljesen új vidék nyílik meg értékelő tekintetünk számára. Végül a harmadik dolog, amire oda kell figyelni, és erről tulajdonképpen szól az előadásom címe is, csak kérdés formájában, és most állítás formájában szeretném ezt megerősíteni, hogy a választás az, ami hitelesít ebből a kiszélesedett értékínálatból, ahol a muff és a fegyver és a Biblia egyaránt részt vesz a versenyben. A választásnak ugyanis van egy szociálpszichológiai rettenetesen fontos tulajdonsága. Nevezetesen, hogy megemeli az értékét a választottnak. Németh László mondta, (mondhatnék Leon Festingert is), hogy minden választás rejtett meghasonlás. Rejtett meghasonlás a szónak abban az értelmében, hogy a nem választott alternatívát valóban leértékeljük, de a választottat viszont felértékeljük. És ha értékek között történik a választás, akkor óhatatlanul személyes kapcsolat keletkezik a választó és a választott érték között, beépül – mondhatjuk

úgy – az illetőnek az identitásába. Saját életével, egzisztenciájával, ha úgy tetszik, sorsával hitelesíti azt az értéket, amelyet ő választ. Korábban, korábbi kultúrákban, fordított volt a helyzet. Inkább az értékek választották az embereket. Muzilnak. A tulajdonság nélküli emberben van egy nagyon szép passzusa arról, hogy hogyan is éltek az emberek, amikor még nem volt piac, nem volt modernizáció, nem volt kapitalizmus. Úgy éltek, hogy tömbökben, kollektíve. És egy-egy természeti csapás, vagy egy-egy természeti áldás tőlük teljesen függetlenül hatott rájuk pozitívan vagy negatívan, föl se merült a kérdés, hogy saját sorsukat kontrollálhatják, hogy az akaratok a sorsukat alakíthatja. És ez a választó akarat, ennek megjelenése egy rettenetesen fontos fejlemény, és hála Istennek, a posztszocializmusban ez megjelent. A feladatunk az, a felelősségünk az, hogy ezt a választó akaratot kiemeljük a jelenleg még kissé deviánsnak, kissé marginálisnak, kissé különlegesnek tűnő státusából, és tegyük meg alapelvvé. Hogy mindenkinek lehessen választania értékek között, mindenkinek lehessen hitelesítenie saját sorsával azt az értéket, amelyet ő értékesnek tart. Más kérdés, hogy ezzel természetesen nem mentesítjük a felelősség alól. Mert a következőknek is neki kell viselni, és ezért olyan terhes, ezért olyan félelmetes az értékek közti választás többek között. Miután néhány alaplodognak szánt tézist kifejtettem, célszerű magáról a konferenciáról is beszéljek, a kultúra, a kulturális értékek és a pénz kapcsola-

táról. Két kérdést érdemes exponálni. Az egyik az, hogy miből? Nevezetesen, hogy kell-e a pénz a kultúrának? Kell-e a pénz mindazon állapotok kialakításához, az értékek kínálatának kiszélesítéséhez, az egymással párhuzamos értékrendek toleráns jelenlétehez és az értelmes értékek közti választáshoz, kell-e pénz? És természetesen a válaszom az volt, hogy kell! Anyagi erő, ha a pénzt lefordítom egy naturálisabb kifejezésre. Enélkül nincsen olyan típusú élet, amely életet az értékek jegyében bárki képes volna leélni.

A probléma természetesen az, és a négy évtizedes szocializmus ilyen értelemben véve – azt hiszem – messzemenően elkényeztetett bennünket, értelmiségieket. Szelényi Ivánéknak feltehetően abban nem volt igazuk, hogy az értelmiség az osztályuralomra tört, vagy külön juttatást kapott volna a szocializmus alatt. De abban feltétlenül igazuk volt, hogy az értelmiség egy egészen sajátos privilegizált helyzetben volt a szocializmus alatt. Nem feltétlenül egzisztenciális és anyagi értelemben véve, hanem, hogy az értelmiség a szocializmus rossz lelkiismerete volt, a szónak abban az összefüggésében, hogy akik kitalálták a szocializmust, azok értelmiségiek voltak. Marx egy egész életet töltött el egy meglehetősen ér-

telmiséginek nevezhető szintéren, a British Library-ben, (a Széchenyi Könyvtárban holtbiztos, hogy nem jutott volna hasonló eredményekre), követői, akik megpróbálták az ő gondolatait megvalósítani, azok is értelmiségiek voltak. Akár úgy, hogy hitehagyott renegát értelmiségiek, akár úgy, mint Lenin vagy Trockij, akiknek intellektuális nagyságát nincs okunk kétségbevonni, de úgy is, hogy az elsatnyult követők – és gondolkít Sztálinra – voltaképpen valamilyen módon fordított értelmiségiek voltak a

118 K É K

szónak abban az értelmében, hogy frusztrálta őket saját képességük hiánya. Röviden: nem volt, annyi eszük. Csak ravaszáguk. Csak gonoszáguk. Csak agresszivitásuk. De valamilyen módon meg akartak felelni ennek a nyomasztó elvárásnak, ennek a rettenetes árnyéknak, amely rájuk vetült abból az elképesztő intellektuális vállalkozásból, amit szocializmusnak neveztek. A dolognak a tragédiája természetesen, hogy bármifajta értelmiségi vállalkozás, hogyha meg akarjuk valósítani a mindennapokban, akkor az eltorzul. Ahogy azt Michael Kennedy szociológia professzor szokta mondogatni, az utópia disztópiává válik. És ez a fajta disztópia bennünket, értelmiségieket, akik a szocializ-

TÜKÖR

musban élünk, ez a hatalom védte bensőség állapotában egy sajátos kűdetéstudattal, egy sajátos, bár frusztrált feladattudattal tölthetett el. Az volt az érdekes, amit nem írtunk meg. Amit nem mondtunk ki. Életművek jöttek létre úgy, hogy valaki elmondta, hogy mi minden könyvet nem írhatott meg. Arra volt valaki büszke, ha megjelent egy cikk, hogy mi az, amit kihúztak belőle. Tehát ez a fojtott teljesítményetika elképesztő erőt kölcsönzött az értelmiségnek, és ez az, ami megszűnt. Ma már nem hiszem, hogy Horn Gyula azzal kezdi munkanapját, amivel kezdte annak idején mondjuk Aczél György, hogy fellapozza a *Tiszatáj*tól kezdve az *Új Forrás*on át a frissen megjelent lapokat, és egy ilyen kódutasítás segítségével megpróbálja kihántani, hogy hányszor fordul elő mondjuk a *Júdás* szó, amiből természetesen Aczél György pontosan tudta, hogy Kádár Jánost kell érteni. Ma, hogyha valaki azt akarja mondani, hogy abcug, akkor abcug. Akkor azt nem kell becsomagolni egy húsvéti nyuszinak a rózsaszínű szemé mögé, mint rejtett üzenetet. Nincs rejtett üzenet. Csak nyitott üzenet van. Ebből az következik, hogy a redisztributív módszere a kultúra fenntartásának és kulturális dolgozók eltartásának – értelmiségről van szó – egyszer s mindenkorra megszűnt. Ez fájdalmas dolog, ezt mindenki megérzi, aki a hajdanvolt szocializmus ma még élő emlékműveinek falai között él. Én például az Eötvös Lóránd Tudományegyetemre nem merek vendégeket beengedni a hivatalomba, mert múltkor

láttam a televízióban egy frissen átadott, felavatott homeless szállót, azt hiszem, „Otthon” volt a címe, ott inkább lehetne fogadni ezeket a vendégeket, mint az én intézetemben. Bárkit akit érdekel, szívesen csinálók egy ry de tourt, de hozzon magával esernyőt, most nagyon ajánlatos, mert beázik az épület, vizeletszagú, nincs benne takarítás. Valamilyen módon az egész környezetet a maga siralmasságában, a maga nyomorúságában árasztja azt, hogy mi költségvetés szempontból, redisztributív szempontból nem vagyunk. És nemcsak mi nem vagyunk. Általában véve azok a központilag finanszírozott országos, meg nemzeti, meg egyéb intézmények, amelyekben már a Távfűtőművek sem működik, ezek abszolút mértékben válságba kerültek, és a feladat az többek között ezen a konferencián is, hogy gondolkozzanak, hogy mivel tudjuk ezt felcserélni? S egészen biztos, hogy a piac lehet a megoldás. A piac nem a maga vadságában, és nem a maga kegyetlenségében, hanem az a fajta piac, amely többek között szimulált piac is lehet. Elképzelhető, és van is egy olyan kulturális politika, az elmúlt egy-két évben ennek láthattuk a jeleit például a könyvkiadásban és a könyvterjesztésben, amely szimulálja a piacot, és ennek következtében képes a redisztribúciónak a – ha úgy tetszik – zavarait kiiktatva közvetlenül a fogyasztót támogatni. Ha mondjuk vásárlási csekkeket adnak a pedagógusoknak, illetve az iskolai könyvtáraknak könyv vásárlási normatívát biztosítanak, azaz keresletet teremtenek. És nem írnak elő semmit, hogy most tessék megvenni Juhász Ferenc legújabb

epopeját. Rá van bízva a választóra. De mivel van kereslet, akkor értelmes lesz a kiadó számára ezt a keresletet kielégíteni. Érzésem szerint tehát megvannak, és egyre inkább meglesznek azok a piacot szimuláló, a redistribúciós technikákat a piaci technikákkal szellemesen és okosan kombináló módszerek, amelyek bizonyos értelemben véve lehetővé teszik egy olyan generációnak a felnövekvését, amely már képes lesz a kultúrát működtetni értékválasztás alapján. Ez nem változtat azon a tényen – és mielőtt még az utolsó gondolatot elmondom, ezt le szeretném szögezni –, hogy bármilyen technikával is közelítünk természetesen a kulturális értékek világához, beleértve saját magunkat, értelmiségieket, mi vagyunk a legdrágábbak. Erről senkinek semmifajta kétsége ne legyen. Ez egy fantasztikusan drága dolog. De egy drága dolog, amely – és erről szeretnék az utolsó pontban beszélni – érzésem szerint megéri a befektetést. Remélem, ezt halljuk majd az üzleti élet itt megjelent képviselőitől is. Az utolsó kérdés, amelyre válaszolnék, hogy kell-e a kultúra a pénznek? Ha már egyszer ilyen borzasztóan drága. A kultúra ma már tulajdonképpen fölösleges a szónak abban az értelmében, ahogy korábban használták. Emlékeznek a *Három nővér-re*, Mása panaszkodik mindjárt az első felvonásban, hogy milyen sok nyelvet tud, meg tud zongorázni, és akkor valaki azt mondja, hogy „Hát ez olyan neked, mint a hatodik ujj. Nincs rá szükséged.” Igen. Valóban. Őt ujj is tökéletesen megfelel, a kultúra ilyen szempontból egy hatodik ujj, de ha elhagyjuk ezt a metafo-

rát, azt kell mondjam, hogy tulajdonképpen a kéz a kultúra. És ha a kultúrát kivonjuk, akkor egy ujjal, vagy két ujjal kevesebbet teremtünk ezen a kézen. Tehát egészen biztos, hogy bármilyen drága is, kell a kultúra. De, kell-e a pénznek? És miért kell a pénznek? Négy dolgot tudtam kitalálni, ami miatt, ha én mondjuk a business-ben tevékenykednék, akkor rávetném magam a kulturális szférára, és foglalkoztatnék udvari költőket, udvari festőket. Létesítenék privát egyetemeket. Megcéloznám Cosma Medicit. Az egyik dolog, ami összefügg ezzel, és ezt elfelejtettem az értékek kapcsán mondani, mert túlságosan szinkronban volt a megközelítése az értékeknek a kiszélesedéséről, párhuzamosságáról, illetve párhuzamos értékrendekről, illetve a változás hitelesítéséről. Itt többről van szó, mint saját magunkról. Az értékek világa, az értékeket konstituáló közösség, az elképzelt közösség a szónak abban az értelmében amiben benne vannak a halottak is, és benne vannak azok is, akik meg sem születtek. Mi ebből szempontból tulajdonképpen egy hagyománynak vagyunk az átadói és maximum az innoválói. Amikor értékekről beszélünk, és kiszélesítjük az értékek kínálatát, ezt nem tehetjük teljes partalanságban, mert kötelez bennünket, ha magyarok vagyunk, mondjuk Zrínyi Miklós, vagy ha világkultúrában gondolkozunk, akkor Platon és Arisztotelész, nem írhatjuk le azokat, akiknek szintén volt szavuk valamikor az értékeknek a konstituálásában. Ilyen szempontból, aki az értékhez nyúl, az

az emberi létnek az egyik legtartósabban megnyilvánuló folyamatosságához nyúl, egy olyan legitimitást nyer, amely legitimitás nem nyerhető sehonnan máshonnan. Se szuronyokból, se gengsztereknek a fegyvereiből, sem egyéb ilyen technikákból. Elképesztő lehetőség van a pénzvilág legitimálása szempontjából a kultúrához fordulásnak. Ez a posztszocialista viszonyok között még fontosabb, mint előtte volt Örkény Antallal 1991-ben résztvettünk egy 17 vagy 18 országra kiterjedő nemzetközi összehasonlító vizsgá-

latban, amelynek az volt, a célja hogy az igazság-igazságtalanság percepciókat vizsgáljuk. És az derült ki, hogy a posztszocialista országokban, már a volt NDK-ban is, el egészen az Uralig, jellemző az a tendencia, hogy a gazdagságot az emberek delegitimálják. Delegitimálják a szónak abban az értelmében, hogy nem fogadják el a gazdagságot, botránynak tartják, amelytől jobb megszabadulni. Ennek nyomait láthatjuk a mai populista retorikában. Bármelyik párt, ha tulajdonképpen sok szavazót akar nyerni, akkor azt mondja, hogy vegyük vissza a gazdagoktól a pénzüket. Ne higgyük el, hogy lehet szorgalommal, tehetséggel, kiemelkedő teljesítménnyel gazdagodni. Ez mind csak duma! Valójában

a tulajdon, az lopás! Ez az ideológia egészen mélyen a hétköznapi szinten benne van a posztszocialista polgárokban. Érzésem szerint, a pénzvilág, egy gazdag ember, ha kultúrához nyúl, akkor tulajdonképpen egy olyan fantasztikus tartalékhoz nyúl, amelynek segítségével azt tudja megmutatni, amit egyébként most nem hisznek el neki, hogy ő tényleg jobb, tényleg több. Ő elit a szónak nem abban az értelmében, hogy fönt van valahol, hanem a szónak abban az értelmében, hogy benne van abban az apollói világban, ahol tulaj-

donképpen az érték és a mérték számít. Egy normatív elitbe kerül bele a pénzember a kultúrával való kapcsolat jegyében. S a posztszocialista világban ez alapvetően fontos dolog. Amerikában lezajlott ez a folyamat a XIX. század végén, amikor elképesztő dolgok történtek. Ahhoz képest a mi privatizált világunk tulajdonképpen a nyuszinak és a kis hercegnek a világa, ahhoz képest, amit egy Vanderbilt vagy egy Rockefeller művelt, vérben, gyilkosságban, és ha most megnézzük a Vanderbilt, a Carnegie-t, a Rockefeller neveket, ezek mind egy-egy kulturális lángoszlop, mert mind-egyiknek van alapítványa, és mind-egyiknek olyan hihetetlen, az egész világra kiterjedő kulturális tevékeny-

TÜKÖR

sége van, amely nélkül a XX. század végi világ nem volna olyan, mint amivé lett, hanem olyan, mint a mienk. Ez egy nagyon nagy a lehetőség, amelyre csak biztatni tudnám a mi gazdagjainkat is.

A másik dolog, ami eszembe jutott, és bizonyos szempontból kapcsolódik az előzőhöz, a maradandóság. A maradandóság azért nagyon fontos, mert a debilizáció olyan értelemben véve szinkronban van a pénz uralmával, hogy a pénz, tényleg intellektuálisan a legkisebb közös többszörös, mert mindössze azt az alapvető szellemi műveletet igényli, (és erre 60 IQ-nál már mindenki képes), hogy a több az jobb, mint a kevesebb. De a több jobb, mint a kevesebb, tehát jobb drágábban eladni és olcsóbban venni. Ezt tényleg 60 IQ-val tökéletesen tudja mindenki megcsinálni. Csak ajánlani tudom ezt a technikát. Csináltam egyébként kísérleteket, és Magyarországon ez nem magától értetődő. Elküldtem diákokat a Lehel-téri piacra, akkor még hat forint volt a tojás, és mondtam, hogy „Kínáljatok kétszáz forintot a tojásért.” És nem kapták meg a tojást. Azt hitték, hogy örültek. Kihívták a mentőket. Mert ez a magyar ember számára lehetetlen dolog. Kétszáz forint a tojás! Mostmár ugye nem lehetetlen, de ez a nyolcvanas években volt. De amit ezzel mondani akarok, hogy a pénznek ez a fajta logikája azért rettenetesen mulandó, mert perclógika. És azzal, hogy a pénzvilág a kultúra világával, a kulturálisan konstituált értékek világával jut valamilyen módon konszenzusra és kapcsolatra, a maradandóságot tudja

magának megteremteni, ami nagyon fontos. A maradandóság, a kiszámíthatóság, a hosszú távú cselekvés, a tartós jelenlét, ez olyan típusú érték szerintem egy business-stratéga szempontjából, amelyről nem egykönnyen mondhat le. És végül az utolsó dolog, túl a pénzen, túl a kultúrán, ha csak a mindennapi életet nézem, aki számára ezek tulajdonképpen külső dolgok, és a mindennapi élete a konyhában, az ebédlőben, az utcán, a bevásárló színtereken, a munkahelyen stb. zajlik, az értékekkel való kapcsolat, az értékeknek e széles skálájával való szerves választáson alapuló összefüggése, ez azért fontos, mert ez hozza ki az emberből azt, ami egyébként benne van, de ez a legjobb az emberben. Erről mindig elfelejtkezünk, hogy mi, ahogy itt együtt ülünk, meg működünk az életben különböző színtereken, egyszerre vagyunk képesek arra, hogy magunkból a legrosszabbat is kihozzuk, és arra is, hogy a legjobbát is kihozzuk. És érzésem szerint a kultúrának a funkciója, a *culture*-nak a funkciója elsődlegesen, a kultúra az egy másik dolog, az csak alkalmi. Az, ami extázis a szónak az igazi értelmében. Aki volt Görögországban, az tudja, hogy az extázis az a mosodára van kiírva. Mert tisztít. Tisztít és jobbít. És ez az, amire igazán szükségünk van, és valamennyiünknek minden egyes nap egy olyan lehetőség, egy olyan szerződés lehetősége van a kultúrával kapcsolatban, amely kihozza belőlünk a legjobbát, és azt hiszem, ez olyan érdek, ami túlmegy politikán, túlmegy business-en, mert ez egy elemi emberi érdek, saját magunknak az érdeke.

A szponzorációról gondolkodva négy alapelemet fogalmaztunk meg a cégnél.

Az első, hogy a szponzorálás teljes összhangban legyen az üzleti filozófiával. Nagyon furcsán néz ki az a vállalat, amelyik éppen a csőd szélén táncol, és mégis óriási pénzeteket költ akár kultúrára, akár bármi másra, mert összeomlik, s nem tud egyensúlyba kerülni.

A második az értékteremtés. Mérés dolog értékteremtésről beszélni egy szponzoráció kapcsán, de vállalom.

akkor nem lehet közös gondolkodást kialakítani, nincs esélye a valódi értékteremtésre.

S végül összhangot kell teremteni a vállalat teljesítménye és a szponzoráció között. Erre törekedtünk a vállalat története során.

Melyek azok az értékek, melyek azok a pontok, amelyekre figyeltünk? Az egyik a megbízhatóság. Ez kétoldalú viszony, megbízható partnereket kell találni, s megbízhatónak kell lenni a cégnek magának is. Mindkettőnek hinni kell abban, hogy a kapcsolat

Dr. Kepecs Gábor

A kultúra szponzorálása az ÁB AEGON-nál

121
K É K

Amikor szponzorációval foglalkozunk azt vizsgáljuk, hogy amit támogatunk, az létrehoz-e valami értéket, legalábbis számunkra. Az nem tudjuk, hogy a világ, az emberiség vagy akár Magyarország számára való érték, de a vállalat menedzsmentje számára mindenképpen annak kell lennie. Megjegyzem, hogy a Titanicon a Biblia volt az egyetlen könyv, amit magukkal vittek, más könyvet nem. A világ értékrendjében akkor sem az volt az élen, amit mi kultúrájának nevezünk. Ma talán a süllyedők 95%-a mobil telefont venné magával.

A harmadik alapelv, hogy hosszú távra kell gondolkodni. Nem igazán szerencsés ha egy vállalat rövid távon próbál programokat támogatni, mert

nem rövidtávú, nem egyszeri, s amit a partner ígér, azt be is tartja. A második a stabilitás. A szponzorált érzékeli, hogy mögötte olyanok állnak, akikre hosszabban számíthat, s persze a vállalat is tudja, hogy amit ő támogat, az nem ez szívárvány, ami egyik pillanatban létezik, a másikban már eltűnik. A harmadik az új létrehozása, az innováció. Ez mindig is érték, ha az innováció nagy részéből a végén nem lesz semmi, de az újra való törekvések nélkül a társadalom, az egész világ statikussá válnék, és az élet elveszítené legfontosabb mozgatórugóit. A negyedik a vezető szerep kivívása. Egy akkora társaság mint az ÁB nem viselheti (őszintén és büszkén be kell vallanom, hogy nem is viseli) el, hogy

háttérben maradjon. Nem szeretnénk olyan listán lenni, ahol százan vannak a szponzorok, támogatók között. Az ÁB számára nem viselhető el a hosszú stáblista a film végén, ahol felsorolnak ötven vállalatot. Nem jelenti, hogy mindenáron kizárólagosságot akarunk, de olyan programokat támogatunk, ahol érződik, hogy egy nagy vállalat nagy célokat próbál támogatni.

Néhány példát mondok. A hosz-
szútávot az Olimpiai Bizottság támogatása jelentette, egy öt-tíz éves perióduson keresztül vállaltuk, hogy a

ködik a dolog, ha hosszú távra lehet tervezni, mintha egyik hónapról a másikra. S fontos az is, hogy partnereink állandó kapcsolatnak tekintheték viszonyunkat, számíthattak ránk, mind a pénzügyi mind a szakmai támogatásra. Kialakult egyfajta közös gondolkodás a pénzügyi menedzselés problémáinak a megoldásában, hiszen nemcsak a pénz hiánya okozhat gondot. A pénzügyi kultúra is a kultúra része: tudni kell kockázatokkal számolni. Ilyen volta tőzsde megalapításában való részvételünk, de ilyen a Fesztiválzenekar megalapításában való bábáskodás. Nem lehetett tudni, sikerre jut-e. S a legjelentősebb támogatók szeretnénk lenni abban, amit támogatunk. A biztosítók ezt nem szeretik bevallani, hogy általában abból a szférából nem akarnak mást látni a támogatók körében. Ennek is megvan az értelme, hiszen a támogatás kétharmadban önzetlenség, egyharmadban valamilyen üzleti érdekhez kapcsolódik. S az üzleti érdeket sérti, ha egy-egy program támogatásához a versenytárs is kapcsolódik.

Szponzorálásunk története két szakaszra osztható. Az első három évünk a korlátozott források éve volt, az ÁB még nem volt elég erős, stabil, profitábilis vállalat, hogy komoly programokat szponzoráljon. Amíg egy vállalat sem stabil, addig ne adakozzon. Mert veszteségből adakozni nagyon veszélyes dolog, fájdalmasabb egy-két év után nemet mondani, mint ha el se kezdi az ember. Tehát abban a három évben az ÁB Aegon gyakorlatilag nem szponzorált. 1994-től lettünk

stabilabbak, egy 5-6-7 milliárd forintos profitot termelő cégnél természetes, hogy a szponzoráció új szakaszába lépett. Üzletpolitikai újdonságot jelentett anyacégünk az Aegon megjelenése, be kellett vezet ezt a nevet, s reméljük hozzákapcsolódik majd magasabb értékekhez, mint Nyugat-Európában vagy Amerikában.

Mit teszünk ma? Megszüntettük a sportfinanszírozást, úgy ítéljük meg, hogy nem átláthatóak a sport pénzügyei. Mi nyugdíjbiztosítás árulunk mondjuk harminc évre, tehát harminc évben kell gondolkodni. Mi a kultúra-
oktatás hosszú távú finanszírozásában látjuk a nem cél megvalósíthatóságát.

Ezen belül elsőként a modern magyar képzőművészetet választottuk. Szisztémánk: évente harminc-ötven képet kiválasztunk, illetve egy zsűrit kérünk föl a festők kiválasztására. Az így kiválasztottak közül a menedzsment dönt, hogy melyik az a néhány kép amit megveszünk. Úgy döntünk, hogy ötven körbesétalunk, s amelyik kép mindenki támogatását megnyeri, azt megvesszük. Az elmúlt évben tizenháromat, az idén nyolcat veszünk. Ezzel egyrészt pénzügyi forrást teremtünk a festők számára, s természetesen befektetést magunknak, hiszen nem tudjuk, hogy egy jövőbeli Michelangelo vagy Leonardo képét vesszük-e meg. Ez hosszú távú szándék, igazi érték csak századok tettek ez-egy képet. Szeretnénk kiállítani az ÁB Aegon új székházában a megvásárolt képeket, s vándorkiállításokként eljuttatni kisebb városokba, azok iskoláiba. Rése ennek a törekvésnek a Ludwig Múzeummal való együttműködésünk is.

122
K É K

legkiemelkedőbbeket, a legjobbakat segítjük. A vállalat imázsát mindig segíti, ha a társadalomban is elismerésre számíthatókat támogat. A Fesztiválzenekarral való együttműködésünk az alapítástól fogva létezik különböző formákban. Ma már tudjuk, hogy fontos és jó cél megvalósítását segítettük elő, s azt is hogy csak úgy vesznek bennünket komolyan, ha a támogatás hosszabb távra szól. Elindítottuk az Alternatív Közgazdasági Gimnáziumot, és a Politechnikumot, itt is azt mérlegelve, hogy milyen újdonságot jelent, milyen új értéket lehet létrehozni. A United Way révén támogattuk a szociális szférát is.

Hangsúlyozni kell a stabilitást, a kiszámíthatóságot, egész másként mű-

Másik programunk a színházak támogatása. A Katona József Színháznak mi vagyunk a fő szponzorai, ebben az évben a színházi világnapot támogattuk, tavaly a kaposvári Csiky Gergely Színházat. Ez ugyan nem érint akkora kört, mint-reményeink szerint- festészeti programunk, mégis nélkülözhetetlen. Az értéket teremtő színházakat valamilyen módon fenn kell tartani, s erre a költségvetés önmagában nem képes. Vissza fogunk térni a Fesztiválenekarhoz, valami más formában, ott is úgy gondoljuk, hogy meg kell őrizni az elmúlt nyolc év értékeit.

Együttműködünk az Országos Széchényi Könyvtárral, a Fővárosi Szabó Ervin Könyvtárral, hogy a létrehozott értéket meg lehessen őrizni, az ifjúság, a következő generációk számára elérhetővé tenni. A Szépművészeti Múzeummal abban állapodtunk meg, hogy minden évben egy flamand

vagy németalföldi festő képét restauráljuk. A németalföldi festészet jelenti a kapcsolatot a holland anyagcég és a magyar kultúra között. Ebben az ABN AMRO Bankkal működünk együtt, példázva azt, hogy multinacionális cégek is össze tudnak fogni a magyar kultúra érdekében.

Széles rétegeket szeretnénk elérni, sok emberhez eljutni, s enyhíteni a kultúra forráshiányán. Bízunk abban, hogy hosszú távra szóló értékek születnek az általunk szponzorált területeken. S azt is hozzá kell tennem, hogy van ebben szubjektív elem is: én a festészetet szeretem, a művészettörténet tanárom volt a kedvenc, s ez maradt meg az életemben. Nálunk az a szabály, hogy szponzorálás összege nem lehet több, mint az adózott profit fél százaléka, ez húsz és ötvenmilliót jelent a mi esetünkben. Ha az ötven toplistas

vállalatot vesszük, akkor ez évente két-hárommilliárd forintot jelent a kultúrának. S azt hiszem, ez már pénz, méghozzá elég jelentős pénz.

A kultúra szereplőitől három M-t várunk minőséget, megbízhatóságot és multinacionalitást, s a kultúra is joggal elvárhatja tőlünk, hogy minőséget teremtsünk a saját üzleti életünkben, megbízható partnerek legyünk, s azt is, hogy egy multinacionális cég vegye komolyan, hogy abban az országban, ahol dolgozik, tegyen eleget a lakosság kívánságainak.



Két dolog miatt választottam ezt a címet. Az egyik, ok az, hogy ha ezt a szponzorálásra lefordítjuk, és azt mondjuk ennek alapján, hogy szponzorálok, tehát vagyok, az valamiféleképpen meghatározza a szponzorálásnak azt a szerepét, amit ma a vállalatok életében betölt, a márkaépítést, a személyiség meghatározását, egy nagyon fontos eszközt abban, hogy egy cég önmagát meghatározza, megkülönböztesse magát másoktól, és fölépítse a személyiségét.

Dr. Nagy Bálint

Szponzorálunk, tehát vagyunk

A másik ok, az talán jobban kapcsolódik ennek a konferenciának a témájához, amiatt ezt választottam. Ez a cogito, ergo sum gondolat tulajdonképpen az emberi gondolkodás az emberről, az ember helyéről való gondolkodásnak egy új szakaszát nyitotta meg, és azt hiszem, hogy a szponzorálás, a kultúra finanszírozásának ez az egészen új módja a korábbi évekhez, évtizedekhez képest, különösen a szocialista évtizedekhez képest egy teljesen másfajta finanszírozási modellt jelent. Tehát itt nem arról van szó ma már, hogy egyes eseményeket, jó kezdeményezéseket egy cég fölállal, valamilyen célból fölállal és támogat, hanem arról van szó, hogy az egyesületeket, a zenekarokat, a különböző kultu-

rális csoportosulásokat, színházakat és így tovább, egészen más módon kell ma és a következő évtizedekben már finanszírozni. Ez a váltás most kezdődött meg, és ez egy rendkívül fájdalmas váltás, mert azt már mindenki érzi, hogy eltűnt valahol a korábbi finanszírozó, de nagyon kevesen találták meg az új forrásokat és főleg nagyon kevesen találták meg azokat a technikákat, amivel ezeket az új finanszírozási forrásokat meg lehet nyerni. Az utóbbi időben elég sok konferencián vettem részt hallgatóként

125
K É K

és előadóként, ami ebben a témában született, és ennek több oka van. Mutatja egyrészt, hogy pezseg a kulturális élet, hogy rengeteg az esemény, rengeteg a szervezet, ami meg akarja magát mutatni, amelyik élni akar. Mutatja mindenképpen azt a fölismerést, hogy a korábbi módon ezek az események, kezdeményezések már nem finanszírozhatók, más módokat kell találni. Mutat egy harmadik dolgot, ez pedig az, hogy a marketing szakmának és a kulturális oldalnak is rengeteg tisztáznivalója van még, a fogalmakat és a működési mechanizmusát illetően. Maradjunk rögtön a fogalmaknál. Már itt is elhangzott, és a következő előadásokban nyilván még el fog hangzani, legalább négy-öt meg-

nevezés arra a jelenségre, amiről beszélünk. Mecenatura, adományozás, ajánlékozás, támogatás, szponzorálás. Itt kezdődik a baj, mert már a szakma is rendkívül sokféleképpen, ha úgy tesszük, bizonyos mértékig felkészületlenül, általában szinonimaként használja ezeket a szavakat. Ezek a fogalmak nem szinonimák, hanem egy azonos tevékenységnek különböző módszereit jelentik.

Beszéljünk a szponzorálásról. A szponzorálásnál az egyik legfontosabb dolog az, hogy a szponzorálás nem jó-

TÜKÖR

vétel, mindazokkal a jellemzőkkel, amelyek egy adásvételt jellemzik. Ha a boltos kinyitja a boltját, és nem tud eladni, az több mindent jelenthet. Jelentheti például azt, hogy nem jó helyen nyitott boltot, jelentheti azt, hogy nincs igény a termékre, jelentheti azt, hogy nem jó az ára, jelentheti azt, hogy nem jól kínálja a terméket, és így tovább, egy biztos, hogy a boltosnak ilyenkor nem megsértődnie kell, hogy nem tud eladni, hanem kutatnia kell azokat az okokat, amik miatt nem tud eladni. Például: csábítóvá kell tenni a portékáját, azzal, hogy kidomborítja az előnyeit, azzal, hogy megfelelően csomagolja, és itt nyilvánvalóan nem elsősorban a fizikai csomagolásra gondolok, azzal, hogy jó, versenyképes árat szab, azzal, hogy eladóként viselkedik, hisz vevőkkel áll szemben, garanciát kell arra adni, hogy a termék valóban azt tudja, amit ígértünk. Miért jó a vevőnek, tehát a vállalatnak, ha szponzorál? Erre sokféle válasz van. Az egyik úgy hangzik, hogy elsősorban egyfajta reklámot, a cég termékeinek, szolgáltatásainak az értékesítését segíti elő és támogatja. Ez a válasz már egyre inkább nem valós. Gyökere abban van, hogy vannak bizonyos termékek, amelyeket másképp tilos reklámozni: dohány, alkohol és így tovább. A szponzorálás pótlék volt, ebből a gyökérből ered ez a nézet. A másik viszont, ami egyre inkább teret nyer, hogy azért jó és azért szükséges egy cégnek a szponzorálás, mert fölépíti a cégnek a személyiségét, a márkát. Ma már a vevőorientációban a legfontosabb tényező a márka, miért mond ne-

kem valamit a Mercedes, az ÁB Aegon, és így tovább. Nem csak a termék jó minősége miatt, hanem sok-sok olyan tényező miatt, ami abban összegezhető, hogy egy cégnek is ugyanúgy, mint ahogy mindnyájunknak van egyfajta személyisége. Ha tehát azt mondjuk, hogy a szponzorálás üzlet, az üzlet tárgya pedig jelen esetben a kultúra, akkor jogosan vetődik fel az alapkérdés, hogy a kultúra vajon árú-e vagy sem? A bevezető szavaim után az már egyértelmű, hogy a kultúrát én ebből a szerepből mindenképpen árunak tekintem, de árunak kell tekinteni annak is, aki árulja ezt a terméket, mert akkor lesz sikeres. Miért van az, hogy negatív töltetek, negatív érzések társulnak sokunkban ehhez az összefüggérendszerhez, jelesül mikor kijelentjük azt, hogy a kultúra árú. Pedig ehhez alapvetően pozitív érzések kellene, hogy társuljanak. Miért? Hiszen ha valami árú, az azt jelenti, hogy már nem hiánycikk, tehát bőségesen van belőle. A szocializmusban talán az egyetlen dolog volt, ami nem volt hiánycikk, az a kultúra volt, de nem is volt árú. Egyáltalán nem viselkedett áruként, hiszen a kultúrának a léte, a működőképessége egyrészt államérvény volt, másrészt abszolút kézi vezérléssel, szubjektív döntések alapján működött. Jelenti azt, hogy választani lehet, tehát nem korlátozottan áll már rendelkezésünkre, ez is pozitív dolog. Jelenti azt, hogy versenyhelyzet van. A versenyhelyzet mindig minőséget jelent. Mindig azt jelenti, hogy valamiféle szelekció elindul. Aki jobbat tud, jobban tudja a jobbat, valószínű, sikeresebb lesz, mint aki nem tudja ugyanazt nyújtani. Jelenti azt, hogy ha va-

tékonykodás, hanem kőkemény üzlet. Idézek egy márciusi interjúból. A Nemzeti Galéria igazgatója nem marketing szakember, tehát az ő szájából elnézhetőek ezek a szavak: „Azt hiszem, a szponzorok többsége annyit, annak és olyan célra ad, amilyen az adakozó cég vezetésének érzelmi és intellektuális karaktere.” Ez az első tévedés: egy cég általában nem a cég vezetésének vagy vezetőjének az intellektuális karaktere alapján ad vagy nem ad pénzt. Ha jó előre tisztázzuk, hogy a szponzorálás üzlet, nem pedig jótékonykodás, ha ezzel tisztában van mindkét fél, számos csalódástól, félreértéstől, sértődéstől, frusztrációtól menthetjük meg magunkat. Tudomásul kell venni, hogy a szponzorálás, az adok-kapok, adás-

lami áru, hogy különböző igényeket lehet kielégíteni, és ez is nagyon fontos, hiszen ugyanúgy igény van adott esetben gyengébb minőségű, alacsonyabbra pozícionált termékekre, mint magasabban pozícionált, jobb minőségű termékekre. Azt senki nem vitatja, hogy egy gazdaságban ugyanúgy szükség van, és megvan a helye a Mercedeseknek, mint a Fiatoknak. Vagy a Renaultoknak, vagy a Seatoknak. Ugyanúgy megvan a helye a Fesztiválzenekarnak, mint ahogy megvan a helye a Szolnoki Szimfonikus Zenekarnak. Egészen más igényeket elégít ki, más színvonalon. De más árért és másból. És a legfontosabb, ami miatt ez egy pozitív dolog, pozitív kijelentés, hogy a kultúra áru, hogy igény van rá. Akkor működik valami áruként, akkor működhet valami tartósan áruként egy piacon, ha igény van rá. Egyébként nem. Folytassuk tovább a gondolatotsort, és tegyük fel azt a kérdést, hogy vajon a művészet áru-e? Erre is nyilvánvalóan a gondolatmenetemből következően pozitív igennel válaszolok, vagyis, hogy ez nagyon is jó lehet a művészetnek. Jó lehet, mert tömegigényként fogalmazódik meg, jó lehet, mert egyre több kulturális termékre, kulturális kezdeményezésre lesz szükség. Ez látszik is egyébként manapság, gomba módra szaporodnak a kulturális kezdeményezések. Mindenki sír-rí, de egyre több van belőlük, hála Istennek! Egy kulturális életnek a színvonalát igenis javítja, hogyha van kiválasztódás. Ez rendkívül fontos és ennek is örüljünk, hiszen ezért sírtunk, éreztük magunkat rosszul joggal hosszú évtizedeken keresztül, hogy politikai, kultúrpolitikai, szubjektív döntések

alapián tűntek el, vagy teret sem kaptak kezdeményezések. Ma már alapvetően piaci kritériumok alapján tűnnek el, vagy teret sem kapnak bizonyos kezdeményezések. Nyilvánvalóan, hogy vannak bizonyos intézmények, feladatok egy ország életében, különösen egy olyan ország életében, amelyik rendkívül büszke a kulturális életére, amelyek nem kитеhető vagy csak nagyon korlátozottan tehető ki piaci hatásoknak. Ezeket pontosan definiálni kell. Ez részben Magyarországon is megtörtént, hiszen vannak kiemelt kulturális intézmények (Magyar Állami Operaház, Nemzeti Filharmonikus Zenekar, Magyar Nemzeti Galéria), de az maradt el, hogy ezeknek a kiemelt kulturális intézményeknek a finanszírozását, a problémamentes működését biztosítsuk. Nagyon könnyű párhuzamot lehetne megint csak vonni a közszolgálati és a kereskedelmi televíziózás között. A közszolgálati televíziónál is kikötöttük, jogszabály is kimondja állandóan ezt figyeli, testület és magánszemély és mindenki, aki tévét néz és a közéletben benne van, hogy szegik meg a közszolgálati televíziók a közszolgálatiágukat. Kényszerből, Mert el kell tartani magukat! Mert ugyanúgy nem kapták meg a finanszírozásukhoz az állami pénzt, mint ahogy nem kapta meg az RTL, vagy a TV2, vagy a Szív TV, vagy a többi kereskedelmi adó sem. Egyre több kezdeményezés van, amelyek akkor tudnak megmaradni, akkor tudnak működni, hogyha valóban igény van rájuk, pontosabban ha úgy tudják eladni az ötleteket, hogy az valakinek fontos legyen. Erre

szertnék egy példát hozni. Markó Ivánnak volt egy nyilatkozata március közepén a Népszabadságban. Induláskor Kupa Mihály összelobbzott nekünk tizenötmillió forintot, a tavalyi évre tizennyolcmilliót. Az állam egy fillért sem ad, pedig ekkora társulatnak legalább negyvenmillióra van szüksége a működéshez. Nekünk kell a többit megkeresnünk. Ez olyan, mint ha azt mondanám: Drágám, meghívтам vacsorára a miniszterelnököt, a köztársasági elnököt és a nagykövetelet, természetesen feleséggestül. Legyen

első osztályú pezsgő, kaviár, lazac, ahogy illik, közben azonban csak paprikáskrumplira valót fizetnék." Így szól Markó Iván nyilatkozata, és még egyszer mondom, szakadjunk el a személytől, a jelenségre szeretnék rámutatni. Bennünk van még az a beidegződés, hogy azért, mert nekem van egy színvonalas, kulturális kezdeményezésem, alanyi jogom van, hogy ezt működtethessem, ezt eltarthassam. Nem nekem kell hozzá megkeresnem azokat a technikákat, hanem igenis oda fölmutatok az államra. Ez a régi beidegződés és nem is lehet egyetlenegy művészt sem ezért hibáztatni, hogy nem marketingesen gondolkodik, hiszen csak öt-hat éve, hogy ezek a változások bekövetkeztek. Húsz év múlva

már nem így fog gondolkodni. Félreértés ne essék, nem hibaként mondom el, jelenségként, ami ellen harcolni kell annak érdekében, hogy ezek a kezdeményezések tényleg életképesek legyenek. Mint a Matáv PR igazgatója, aki kap naponta tíz-tizenöt kérelmet különböző eseményeknek a szponzorálására, kulturális rendezvények szponzorálására, tanúsíthatom, hogy így van, szinte minden levél azzal kezdődik, hogy az a „gonosz állam, önkormányzat”, legalábbis valamiféle hatóság nem biztosítja az én létemet. Hát miért biz-

128 K É K

tosítaná? Nem az ő dolga, hogy biztosítsa. Azért tettem ezt a különbséget, hogy bizonyos intézmények létének biztosítása természetesen állami feladat. És ott sokkal hangosabbnak kéne lenni ezeknek az intézményeknek! De azon túl a százfajta színházi, az ezerfajta képzőművészeti kezdeményezés, a huszonnyolc kamarazenekar városonként ne követeljen magának alanyi jogon, hogy ő működhessen. Hanem mondja azt, hogy „Én színvonalas vagyok, én ennek a kis közösségnek, ahol dolgozom, ezt tudom biztosítani, én hozom el a kultúrát Kaposvár városának, és ezért az én létem fontos!” És győzze meg azokat, akik ezt finanszírozni tudják, akiknek megvan az anyagi ereje ehhez, hogy igenis az én

TÜKÖR

kezdeményezésemet finanszírozzák, mert én fontos vagyok. Mert valóban fontos annak a közösségnek.

Végül a Matáv szponzorálási stratégiájáról. Mi a szponzorálást úgy tekintjük, mint egy arculatépítő eszközt. Azt a szerepet szánjuk a szponzorálásnak, hogy azt a vállalati személyiséget, amit mi szeretnénk, hogy az emberek ismerjenek, három, négy, öt év múlva, és ennél sokkal fontosabb, hogy szeressenek három, négy, öt év múlva, amikor már sokkal komolyabb verseny lesz, mint ami most van, ezzel az eszközzel is teremtsük meg. Mit szponzorálunk? Alapvetően az éves szponzorálási keretünknek a kétharmadát kulturális tevékenységek szponzorálására fordítjuk, egynegyedét sportra, s mindig van egy kis rész, ami különböző, az egyéb kategóriába sorolható kisebb kezdeményezésekre megy el. A kultúrán belüli sorrend a következő: első a komolyzene, erre egy szlogenünk is van: „harmóniában a Matávval”, illetve az igényes könnyűzene, részben a jazz, részben egyéb műfajok is ide tartoznak, amit általában „A Matáv bemutatja” szlogenrel szoktunk párosítani, ami egyébként azért is állandó, mert egyben jelezni kívánja azt a nálunk is követett vállalati gyakorlatot, hogy lehetőleg kizárólagosságot szeretünk ezeknél az eseményeknél, nem nagyon szoktunk közösen szponzorálni másokkal. Az irodalom, a képzőművészet és a színház is szerepet kap azonban ebben a kétharmados kalapban. Vannak bizonyos speciális elkötelezettségeink, amely adódik a vállalat profiljából, jellegéből, ez pedig a telekommunikáció és az informatika,

ma már egyre inkább összefor, és egyre inkább a legdinamikusabban fejlődő, az élet minden egyéb területét meghatározó húzóágazat lett. A kultúrának egy újfajta megjelenési formája, ami azokhoz a technikákhoz kapcsolódik, amik most születnek, vagy az elmúlt évtizedben születtek meg, CD ROM, video és így tovább. Ennek valamiféle irányított és összefogott támogatása a Nemzeti Kulturális Alapon keresztül történik. És van egy zenekarunk, amire nagyon büszkék vagyunk, a Matáv Szimfonikus Zenekar, a volt Postás Szimfonikus Zenekar. Úgy döntöttünk, hogy nem szüntetjük meg, hanem ellenkezőleg, megpróbáljuk kiaknázni azt a lehetőséget, hogy rajtunk kívül egyetlenegy cég nevéhez kötődik csak zenekar Magyarországon, és ebben olyan egyedi lehetőség van marketing, PR szempontból, amit szeretnénk kihasználni. A döntési mechanizmusunkról annyit, hogy a szponzorálási döntések úgy történnek ahogy az üzleti döntések születni szoktak. Ergo nem testület dönt benne. A szponzorálást nagyon komoly márkaépítő eszköznek, stratégiai döntésnek tekintjük, ezért szakmai, egyszemélyi döntésnek. Mindig a stratégia keretein belül történnek, egy nagyon komolyan kialakított kritériumrendszer alapján, amiből csak néhány fontosat soroltam föl, a névszponzorság, a kizárólagosság. Nagyon konkrét feltételei vannak a társszponzori státusnak, tehát, hogy kívül szűrjük össze a levet egy-egy eseménynél, ha egyáltalában ez szóba jöhet. Természetesen megvannak a költségvetési korlátaink, és természetesen vannak bizonyos kizáró tényezők, amelyek megléte esetén a szponzorálás nem jön szóba.

A támogatások a Szerencsejáték RT kommunikációs tevékenységének fontos, a társaság üzleti stratégiájával, marketing tevékenységével szoros kapcsolatban álló részét képezik. Előre kell bocsátani azt, hogy Magyarország ma sok szempontból átmeneti időt él. Az állam nagyon sok szempontból kivonul nagyon sok fontos közérdekű cél, sport, kultúra, stb. támogatásából, és a vállalati, illetve a civil szféra ebben a pillanatban ezt az űrt még nem képes betölteni. Részt vettem a szintén a kultúra finanszírozásával foglalkozó

ellentételezés van, és amikor a számla alapján fizetünk és ezt költségként számolja el a cég, és a másik része a karitatív támogatások, amiket inkább alapítványok esetében szoktunk alkalmazni, sport, kultúra területén jóformán sohasem. Az SzRT-hez beérkező megkeresések, támogatási kérelmek nagy számából és tartalmából azt tapasztaljuk, hogy egy komoly társadalmi igény van arra, hogy a Szerencsejáték RT, egyrészt mint az utolsó teljesen állami tulajdonban lévő vállalkozások egyike, másrészt pedig mint egy sike-

Kürti István

Szponzorálás a Szerencsejáték Rt. gyakorlatában

kerekasztal-beszélgetéseken, és ott némi meglepődéssel tapasztaltam, hogy a Művelődési és Közoktatási Minisztérium képviselője furcsállta azt, hogy azok a vállalkozások, amelyek kisebb-nagyobb összeggel tudják segíteni még a kultúrát, vagy bármely más egyéb területet, azok megkövetelik azt, hogy ezért valami reklámellentételezést kapjanak. Az elején szeretném leszögezni, hogy a Szerencsejáték RT igenis megköveteli azt, hogy megkapja a szükséges reklámellentételezéseket. Sajnos nem tehetjük meg azt, hogy mecénásként jelenjünk meg, hanem mi ugyanúgy szponzorálunk, mint ahogyan a többi cég. Esetünkben a támogatások két területre oszlanak, az egyik terület a szponzorálás, amikor az

res nagyvállalat, legyen aktív, vállaljon szerepet a kultúra és egyéb területek finanszírozásában. Ahhoz, hogy a Szerencsejáték RT támogatói szerepének fő irányait meg tudjuk határozni, ahhoz néhány fogalmat tisztáznunk szükséges.

Az első ilyen fogalom az maga a termék. Milyen termékről van szó? Nagyon nehéz a mi esetünkben egy kategóriát felállítani, ahova a mi termékeink besorolhatók, mi magunk félig komolyan, félig tréfásan, mint luxus tömegcikket határozzuk meg a saját termékünket. Tömegcikk, hiszen viszonylag alacsony áron nagyon sok helyen, nagyon széles körben elérhető, luxus, hiszen nem tartozik az alapvető szükségletekhez. Az emberek játék

iránti örök vágyat próbálja meg kielégíteni, és egy álmot, egy jobb élet iránti álmot próbál biztosítani.

A másik ilyen meghatározásra váró terület a célcsoport. A mi esetünkben az egész felnőtt lakosság. Így könnyű, de hogyha el akarjuk érni őket, akkor talán sokkal nehezebb. A hetven évnél idősebbek, illetve a nyolc általános iskolai tanulmányaikat nem befejezők azok, akik elutasítják a játékaikat, az összes többi esetben egyértelműen azt látjuk, hogy a magyar statisztikai lakosátlagtól való eltérés nem számottevő.

130 K É K

A harmadik terület, az elvárások. Mit várunk el tulajdonképpen mi ettől a szponzori tevékenységtől? Pontos definíciónk szerint: „A támogatás alapvetően egy olyan tevékenység, amely a támogató szervezet kedvező megítélésének erősítését szolgálja, más szervezet, egyén, tevékenység vagy esemény presztízisének felhasználásával.” És a Szerencsejáték esetében a kulcs, ebben az egész definícióban a abban van, hogy a „kedvező megítélés erősítése”. Azt hiszem, egy olyan üzletágban, mint a miénk, az egész tevékenység sikere, sikertelensége, eredményessége alapvetően azon múlik, hogy milyen bizalom van a termékeink iránt. Nem hiszem, hogy volna olyan, aki lett volna legalább fültanúja olyan

TÜKÖR

beszélgetéseknek, amelyek kétségbevittek a Szerencsejáték RT tisztességes működését. Amikor régen még gömbből sorsoltunk, akkor hol melegítettük a golyókat, hol hűtöttük, de a lényeg az volt, hogy valamit csalunk. Mióta számítógéppel sorsolunk, azóta azt mondják, hogy „persze, ez azért jó, mert a számítógépből megtudjuk pontosan, hogy milyen számokat nem szabad kihúzni, és azért csalunk.” Sokkal gyorsabban terjedt el egyébként ez a nézet, minthogy mi képesek voltunk a számítógépes feldolgozást elterjeszteni az országban. Voltak olyan vélemények, amelyek azt mondták, hogy azért nincs öttalalatos, mert ezt a nyereseményt az állam zsebébe dugjuk bele, vagy azt mondták, hogy valami pártpolitikai célokat finanszírozunk belőle, de nem maradtak el a durvább feltételezések sem. Nekem már mondták azt, hogy „persze, maga azért épít Pasaréten, vagy valahol kacsalábon forgó palotát, mert visszaszerzik a pénzt”. Sajnos nincs Pasaréten kacsalábon forgó palotám. Remelem, eljön majd egyszer az idő, de nem hiszem, hogy az öttalalatos nyeresemény alapiából fog ez megszületni.

Most, hogy ezeket az alapokat sikerült tisztázni, nézzük meg, hogy mik azok a fő célok, rendeltetések, amit mi a támogatásnál meghatározunk. Egyik, hogy segítse az SzRT üzletpolitikai céljainak elérését, megteremtse azt a bizalmat, aminek a keretei között a Szerencsejáték RT termékeit sikeresen értékesíteni lehet. Alakítsa, erősítse a cég image-át, végül is a cél ugyanez. Vállaljon szerepet társadalmi

és közcélok megvalósításában, a Szerencsejáték RT-vel szemben van egy ilyenfajta elvárás. Egy-egy támogatást akkor tudunk eredményesnek ítélni, hogyha az bizonyos feltételeknek megfelel. Ezek a feltételek azok, hogy minél szélesebb körű nyilvánosságot élvezzen az az esemény, személy vagy rendezvény, vagy bármi, amihez a Szerencsejáték RT támogatóként csatlakozni kíván. Legyen ennek kedvező megítélése, megint csak nyilvánvaló, a Szerencsejáték RT image-át ezen keresztül erősíteni és nem rontani szeretnénk. Megfelelő hangsúlyt és nyilvánosságot kapjon az SZRT, ez is nyilvánvaló, hiszen szeretnénk az arculatunkat alakítani, és elérni, hogy a fogadótábor a teljes demográfiai térképet fedje le. Itt megint csak vissza kell lépnünk egy pillanatra a célcsoporthoz. Nagyon sokféle ember tartozik hozzá, nagyon sokféle érdeklődéssel, a célunk az, hogy minden egyes társadalmi csoport, minden egyes ember találjon az általunk támogatott események, rendezvények körében. Olyat, aminek a céljaival, célkitűzéseivel azonosulni tud. Hol jelenik meg a Szerencsejáték RT támogatóként? A sport, azt hiszem, ez nem igényel külön magyarázatot, kultúra és művelődésügy, közbiztonság és bűnmegelőzés erősítése, valamint a karitatív terület, ezen belül pedig kiemelten a hátrányos helyzetű és sérült gyermekeknek a támogatása, valamint az egészségügy segítése.

A Szerencsejáték RT két forrásból is támogatja különböző közcélok megvalósítását, az egyik az államilag ránk rótt kötelezettség a törvényi szabályozásoknak megfelelően, a másik pedig a saját

elhatározásunkból, az éves gazdálkodási kereteinken belül. Az SzRT - visszalépv egy pillanatra a sporthoz - a magyar sport legnagyobb támogatójának számít. Talán kevesen tudják Önök közül, hogy 1947-ben a totó például avval a céllal jött létre, hogy az 1948-as londoni olimpián induló magyar sportolók részvételi költségeit fedezze.

A kultúra támogatásával a fő célunk tulajdonképpen az, hogy mindazokat a területeket, mindazokat az embereket próbáljuk meg elérni, akiket a sporton keresztül nem sikerül megfognunk. A támogatottak köre éppen ezért nagyon sokrétű. Komolyzene kedvelői bizonyára értékeli a Budapesti Filharmonikusokkal immár évek óta fennálló kapcsolatot, a balettbarátok a Nurejev-verseny támogatását, de az operaelőadások, musical-ek, könnyűzenei rendezvények egyaránt megtalálhatók a palettán. Akit a színház érdekel, az is találhat kedvére valót, bár itt, a színházak területén inkább a könnyebb, populárisabb területet választottuk meg. Támogatói voltunk a Kelemen László színikör által bemutatott 'Goldoni - Kölcsey Csetepaté' című műnek, amit Szolnokon, illetve Székesfehérváron játszottak, a kaposvári Csiky Gergely színház 'Bolha a fülbe' című előadásának, ami Szentendrén is többek közt megjelent. Az egri Gárdonyi Géza színház 'Máté evangéliuma' című rockopera. A Budapest központúságot egy picit mi is oldani akarjuk, hiszen a fogadótáborunknak egy jelentős része vidéken él. Őket ugyanúgy szeretnénk elérni, mint ahogy a budapestieket.

Lehetőségeinkhez mérten hozzájárulunk egynemely nemzeti értékeink

megőrzéséhez. Az Ópusztaszeri Nemzeti Emlékparkkal van kapcsolatunk, és ezt szponzoráljuk a Bató hajó kiemelésére szervezett társaságot. Ez az, ami a világhíres Páva-trónt szállítva elsüllyedt Dél-Afrika partjainál. Magyarok kapták meg a kiemelési jogot nagyon sok, tengerrel rendelkező ország előtt. Ezek természetesen csak kiragadott példák voltak, hiszen az elmúlt időszakban nagyon sok szervezettel, rendezvénnyel, színházzal, könyvkiadással volt kapcsolatunk. Azt szeretném példázni, fogadótáborunk nagyon-nagyon széles, nagyon sokféle érdeklődésű, háttérű oktatási képzésben részesült emberből áll, éppen ezért nekünk mindenkire meg kell próbálnunk szólni.

A kulturális területen az SzRT elsősorban mint szponzor jelenik meg. Ennek megfelelően a szponzori díj ellenében reklámszolgáltatásokat kér, de nem célunk az, hogy megerőszakoljunk egy-egy eseményt. Mik ezek a reklámszolgáltatások? A Szerencsejáték RT hitelét rontaná az, hogy olyan módon jelennék meg egy-egy kulturális rendezvényen, mondjuk egy koncerten, ami nem odaillő. Ezt mindenképp szeretnénk elkerülni, ezért csak általában mondok néhány olyan dolgot, amit mi kérni szoktunk. Hirdetések, hogyha vannak kiadványok, logo megjelentetése a jegyeken, hogyha ez lehetséges, plakátok, szórólapok, moli-noux, sajtótájékoztató. Amennyiben CD-ről vagy könyvről van szó, ott örömmel vesszük, hogyha fölajánlják nekünk a lehetőséget, hogy az általunk támogatott kiadványokat mi magunk

ajándékként is föl tudjuk használni.

Két dolognál szeretnék kicsit hosszabban elidőzni, mert ez a két terület az, ahol mindenképp kérjük a támogatottak segítségét. Az egyik az, hogy a támogatottak a saját eszközeikkel járuljanak hozzá a Szerencsejáték RT jobb megítélésének alakításához. Itt elsősorban a sajtóval való kapcsolatokra célok, hiszen mint sajtófőnök is, gyakorlati tapasztalatom az, hogy a magyar sajtó a jelen pillanatban sokkal inkább éber a rossz hírekre, a bulvár jellegű újságírásra, mint

a jó hírekre. A támogatottaknak az újságírókkal való személyes jó kapcsolata alakult ki és ez nagyon-nagyon sokat jelenthet nekünk is.

A másik pedig az, hogy az egyes reklámtevékenységünkben legyen a támogatott a segítségünkre. Itt kiemelem a lottóshow-t, azért, mert ez mindkét fél számára egyaránt előnyt jelent, a lottóshow-ban rendszeresen van egy karitatív blokk, ahol bemutatjuk, hogy kivel állunk kapcsolatban. Ez a Magyar Televízió - az állami televízióról beszélök - egyik legnézettebb műsora közé tartozik. Az ottani megjelenés nemcsak a Szerencsejáték RT-nek, hanem a támogatottnak is mindenképp előnyt jelent. Én se szeretnék elbújni teljesen a számok elől, de

pontos számokat nem tudok mondani, ugyanis a Szerencsejáték RT esetében a szponzorálás az árbevétel hét ezreléke. Ez egy százmillió nagyságrendű összeg, amivel az RT gazdálkodik, és pont azért, mert az összeg ilyen jelentős, ezért talán nem érdektelen bemutatni azt a mechanizmust, ami alapján a Szerencsejáték RT szponzorál vagy támogat.

Először is kénytelen vagyok azt megemlíteni, hogy a Szerencsejáték RT nem ír ki pályázatot. A társasághoz beérkezett nagy számú kérelmet

először földolgozzuk, és néhány kritériumnak ezeknek a kérelmeknek meg kell felelni. Egyik, hogy beilleszkedik-e az irányelvek által meghatározott körbe? Az előkészítés megfelel-e az általunk támasztott kritériumoknak? Milyen reklámszolgáltatást biztosítanak számunkra? Természetesen a televíziók, az országosan fogható televíziók jelentős előnyt jelentenek a mi szemszögünkben. A következő az, hogy a kínált reklámszolgáltatások arányban állnak-e a támogatásért összegével? Ez egy nagyon érdekes kérdés. Itt egy szubjektum áll szemben egy másik szubjektummal. Nagyon sokszor konfliktushoz vezet az, hogy mi más értéket látunk az adott szponzorálásban, mint a támogatott, vagy a

TÜKÖR

támogatást kérő lát, de nekünk kell eldönteni, hogy mi az, amit nekünk az adott dolog megér.

Minden esetben ellenőrizzük, hogy a támogatottak jogosultak-e szponzorálás esetén az erre vonatkozó számlát kiállítani, illetve alapítványok esetében a szükséges igazolásokat kiadni. Gyakorlati tény, hogy nagyon sok támogatott a pénzügyi elszámolási módoknak a legemlékező ismeretével sem rendelkezik. Ezek után egy szponzori bizottság dönt előzetes szelekció után a támogatásokról, s a bizottság döntését követően kerülhet sor a szerződések megkötésére, az alapítványi támogatások átutalására, illetve mindazoknak a kiértékelésére, akiknek a kérelmét nem tudtuk fölállítani. Olyan kérelmeket, amik azt mondják, hogy „holnap lesz egy nagyon egyszerű rendezvényünk, és kellene hozzá ötmillió forint”, sajnos nem tudunk foglalkozni. Az eleve az elutasítottak közé kerül.

Az egész tevékenységi kör Achilles-sarka a dokumentálás. Tapasztalati tény ismételt, hogy a reklámszolgáltatások dokumentálása minden esetben elmarad, pedig a Szerencsejáték RT szerződésben, illetve az adománylevélben pontosan leírja, hogy mik azok a dokumentumok, amikre szükségünk van. Nem hiszem, hogy lehetlent kérünk, hiszen egy videomásoolat, egy foto, újságkivágás, a plakátokról egy-egy másolat, a jegyekről egy-egy másolat olyan követelmény, amit lehetne teljesíteni. És az alapítványok esetében sem hiszem, hogy borzasztó nehézségbe ütközik az adóvisszatérítéshez szükséges doku-

mentáció kiadása. Sajnos nekünk erre nagyon nagy szükségünk van, hiszen az összes szervezet, APEH, ÁSZ, stb., aki vizsgálandó szokott, az éves tervét úgy szokta összeállítani, hogy mint állami vállalat, beírja a Szerencsejáték RT-t, s utána dőlnek hátra a fotelban, hogy kitalálják még, ki lesz az a 25-30 másik szervezet, akit majd meg fognak vizsgálni. Nagyon rosszul néz ki egy Állami számvevőszéki jelentésben, hogyha ezen igazoló dokumentumok hiánya miatt marasztalják el a Szerencsejáték RT-t.

Végezetül röviden a tevékenység eredményességéről. Mintegy három év alatt, 1995-ben, illetve 97-ben készítettünk egy országos reprezentatív kutatást, ahol azt is néztük, hogy akik nem játszanak szerencsejátékot, mi okból utasítják el. Nyilvánvaló, hogy ezekből válaszokból látszik, hogy 1997-ben az elutasítás indokai egyre shétköznapiabbak, és a távolmaradás folyamatosan csökkent. Ebben nem csak a szponzorálás játszott szerepet, hanem a Szerencsejáték RT egész kommunikációs tevékenysége is. De úgy gondoljuk, vitathatatlan hogy a támogatottak is nagyon fontos szerepet játszottak ebben a pozitív változásban, amit mi köszönünk is nekik!

A Magyar Aszfalt Kft-t 1861-ben alapították, azóta számtalan tulajdonosváltáson keresztülment napjainkig. Jelen pillanatban egy negyven milliárd forintnyi forgalmat lebonyolító építőipari vállalkozás, száz százalék osztrák tulajdonban van.

Mi egyértelműen támogatóként vagyunk jelen a kultúra területén. Nem kérünk a támogatásainkért ellenszolgáltatást. Nem azért nem kérünk, mintha azt gondolnánk, hogy ez rosszul jönne nekünk, de a gyakorlatunk azt mutatja, hogy a működési te-

zetben vannak és ezért gondoljuk, hogy ez a támogatás valószínű, hogy jó helyre megy. Lehetőségünk van, hogy egy jelentős volument fölvegyünk. Hosszú távon gondolkozunk ezen a területen, nem egy egyszeri támogatást adunk. Ez azt jelenti, hogy minden évben végigcsináljuk ugyanazokat a dolgokat, és nem fogunk, nem szeretnénk rajta változtatni.

Három irányba mutat a tevékenységünk. Az egyik az, hogy minden évben kiírunk egy festészeti pályázatot ennek a korosztálynak. A másik része,

Appelschoffer József

A képzőművészet támogatása a Magyar Aszfaltnál

területünkön nem nagy reklámértéke van annak, hogy a kultúrát támogatjuk. Ettől még hozzánk nem jön be senki rendelni két kilométer autópályát vagy három hidat. Egyértelműen, tisztán csak a támogatási cél vezet bennünket. Remélem, hogy talán találunk követőket Magyarországon, akik szintén csak támogatni szeretnének és nem kérnek érte ellenszolgáltatást. Gondolom, hogy ez már megindult az országunkban, és fejlődni fog tovább, amire példa lehet a mi tevékenységünk. Megcéloztuk a negyven év alatti fiatal magyar festőket. Úgy döntöttünk, hogy ez olyan kategória, ami érdemes rá, hogy támogassuk, ad valamit majd az utódainknak világonkról, a mi jelenkori dolgainkról. Rossz hely-

zetben alakítottunk egy galériát, ahol egész évben folyamatosan rendezünk tárlatokat, s a harmadik része az, hogy vásárolunk képeket. Túl vagyunk a Magyar Aszfalt második festészeti pályázatán, a Ludwig Múzeumban kerül mindig bemutatásra a tárlatunk, ahol nálunk nyert első négy helyezett mutathatja be a képeit, ami három, illetve két képet jelent. A képek természetesen az alkotók tulajdonában maradnak, nem kerülnek a cégünk birtokába.. Hogy a hosszútávúságot biztosítsuk, úgy döntöttünk, hogy a zsüri összetételén nem változtatunk. Ma a zsüriink, a Ludwig Múzeum budapesti igazgatója, a Kortárs Művészetek igazgatója Bécsből, egy művészettörténész hölgy és egy festőművész. Ők

133
K É K

voltak az előző évben is, az idén is, és reméljük, maradnak továbbra is. A cégvezetés nem szól bele a döntésbe, mivel úgy gondoljuk, hogy a festészet területén nem mozgunk olyan jól, mint az építőiparban, ezért teljesen szabad keze van a zsűrinek, semmiféle befolyást nem gyakorlunk rájuk ezekben a kérdésekben. Örömiükre szolgál az például, hogy a tavalyi évben a nyertesek közül, akik a magyar festészeti pályázaton, a Magyar Aszfalt magyar festészeti pályázatán első és második helyezettek lettek, egy hölgy és

TÜKÖR

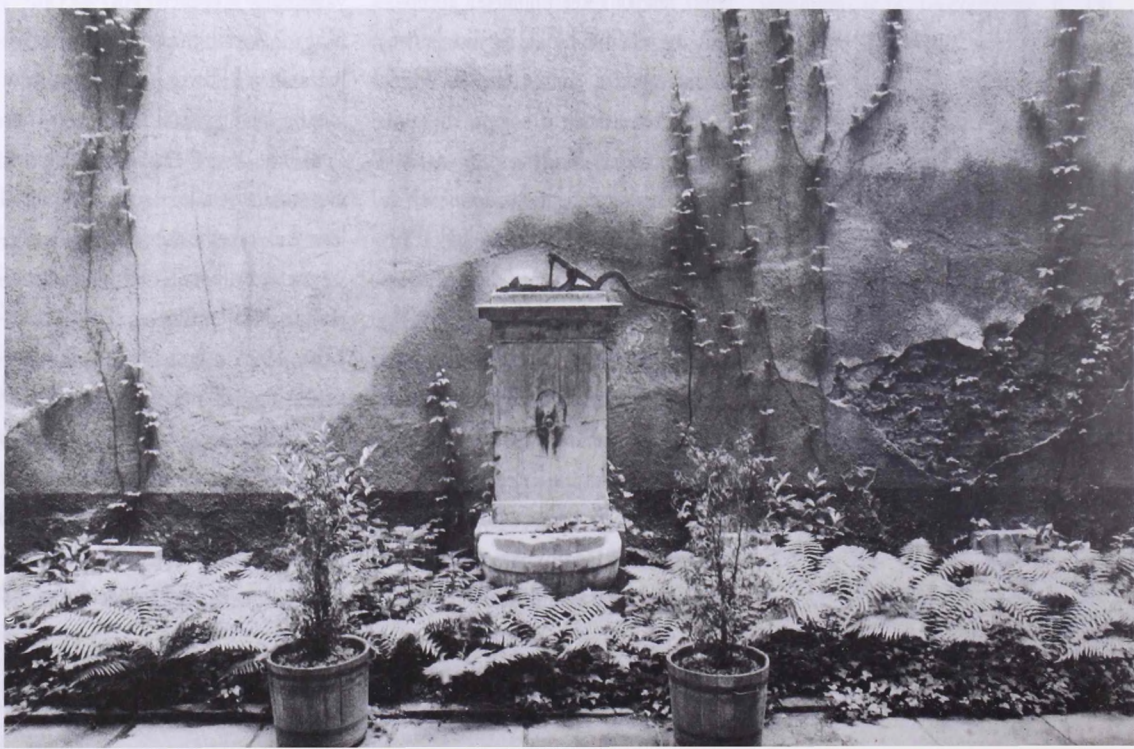
egy úr, az egyikük, azt hiszem, most Amerikában van egy hosszabb ösztöndíjjal, a másik pedig a velencei biennálén volt kiállító. Ez jó visszajelzés nekünk, mert azt jelenti, hogy a zsűrünk jól működik, nem rosszul választott.

A galériánk az irodaházunkban működik Budapesten, a Szegedi úton, ez egy nagyon nagy irodaház, egy két, négy emeletes épületből áll és a kiállítások folyamatosan váltják egymást. Elsőbbséget élveznek azok a művészek, akik a pályázatunkon a helyezettek között voltak, de nem kizárt és nem is volt kizáró ok, hogy másokat is bemutassunk. Tegnap nyitottuk meg a következő kiállításunkat. Ugyanebből a kategóriából minden évben egy bizonyos keretösszeget belülről vásárolunk, és a képeket, cégünknek az erre alkalmas

és rendes helyein állítjuk ki. Ez szintén egy szép összeget tesz ki. Azt hiszem, mindenki érzékeli, hogy ebből a dologból csak egy tiszta támogatási mód fejlődött ki.

Magunkról még annyit, hogy természetesen, mivel olyan a szervezeti felépítésünk, hogy mi az országban számtalan helyen előfordulunk, így támogatunk más dolgokat is. De ezeknek a jelentősége és a volumene nem hasonlítható a festészettel. Például támogatjuk a József Attila Színházat Budapesten, mert abban a kerületben lakunk, támogatunk kisebb kulturális rendezvényeket Székesfehérvártól Nyíregyházáig, Győrtől Pécsig, ahol előfordulnak a szervezeteink. Tehát ilyenfajta tevékenység is folyik, de nem nevezhető szervezett, előre megtervezett akciónak, szemben a tudatosan támogatott tevékenységünkkel.

134
K É K



Igazság szerint ezt a címet közösen választottuk, aztán mikor fölkészülni akartam volt az előadásra, akkor arra jöttem rá, hogy erre a címre egy nagyon rövid előadást föl lehet építeni, azt mondani, hogy „fogalmam sincs, mi az, hogy modern kultúra finanszírozás”, és ezzel megszabadítanám Önöket minden problémától.

A tréfát nem teljesen félretéve a dilemma egyébként tényleg az, hogy mi az, hogy modern kultúra finanszírozása, és nem is nagyon vállalom, hogy erre én axiómaszerűen válaszol-

gyon olcsó védekezéssel éltem mindig, hogy közgazdászként én nem vagyok szociológus, nem tudom megmondani, hogy mi az az értéktartomány, amit mérek pénzzel, forinttal. Valamilyen lebegős változatát lehet adni annak, amit kultúrának, kultúrafinanszírozásnak mondhatunk. De hát mégis mit tudunk? Azt tudjuk, hogy bizonyos mértékig x forintot vagy y forintot Magyarországon elköltenek kultúrára. Bármit is jelentsen ez a kifejezés, vannak mérhető tartományai, legalábbis abban az értelemben, hogy relatív mó-

Harsányi László

A modern kultúrafinanszírozás

135
K É K

jak, hanem inkább valamilyen dilemmákat fogok majd fölrajzolni. Egy része ismerős lesz, mert máskor is elmondtam, és nem abban reménykedem, hogy az Önök emlékezete rövid, hanem azt tudom, hogy ezek a dilemmák nem változtak az utolsó évben. Azt, hogy mi a modern ebből, azt nagyon nehezen tudnám körbejárni, mert nem tudom igazán pontosan, magam számára legalábbis, eldönteni, hogy mit jelent a modern kultúra? És ha nem tudom, mi a modernitás ebben a kultúrában, akkor nem tudom, hogy mi ehhez tartozó modern kultúra finanszírozás, egyáltalán mit jelent az, hogy kultúra? Ott tartok, annál a problémánál, amit már a kultúrakutatásnál körbejártunk, hogy avval a na-

don mérni tudjuk a változásoknak az irányát, a trendjét, gyorsulását, előjeleit. Tudjuk azt, és ezt lehet akár modern kultúra finanszírozásnak is nevezni, hogy az utóbbi évtizedben, vagy az utóbbi években markánsan, határozottan kialakult egy többcsatornás kultúrafinanszírozás Magyarországon, ahol a kultúrához valami köze van részben az államnak a maga minisztériumain, elsősorban persze a Művelődési Minisztériumon keresztül, az önkormányzatoknak, van egy Nemzeti Kulturális Alapunk. Van köze ad absurdum a lakosságnak, amely a kultúra vásárlója és fogyasztója, és vannak különböző nonprofit szervezetek.

Ebben a sokszereplős térben szerintem visszavonhatatlanul lezajlott

egy nagy átrendeződés, ez pedig a piacon megvásárolt kultúrának a prioritása. Minden egy forint, amit kultúrára költenek valamilyen makrogazdasági megközelítésben, abból hatvan-hetven fillér a piacon kél el, tehát megvásárolják, újra mondom, bármit is jelent ez a kifejezés, hogy kultúra, körülbelül húsz százalék, ami az állam hozzájárulása és tíz, ami a nonprofitokon keresztül jut el Önköz, vagy hozzám, mint fogyasztókhöz. Hogy ez az arány szerencsés, optimális vagy nem, erre nem tudok válaszolni. Egy-

136 K É K

re tudok válaszolni, hogy valószínűleg ez egy mozgó arány. Nem hiszek abban, hogy a kultúrára költött forintok piaci aránya radikálisan megváltozzon, de nem tartom elképzelhetetlennek azt, hogy egy aktívvá váló expanzív állami kultúrafinanszírozási vízió felrajzolásával ne nyerhetne az állami részvétel öt, hat, hét százalékot. Az első hipotézisem, hogy be kell rendezkednünk arra, hogy a kultúrának van piaca, be kell rendezkednünk arra, hogy a kultúra alapfinanszírozója az a lakosság, amelyik vagy hajlandó és képes megvenni azt, amit kulturális jószágnak vagy szolgáltatásnak hívunk, vagy nem képes és nem hajlandó. Ezen semmi más nem tud igazán hasznosan, igazán nagyleptékűen változtatni.

TÜKÖR

A másik: mit tudhatunk még? Van egy érdekes, nem tudom, hogy erősödő folyamat, miközben arról beszélünk, hogy a lakosság finanszírozza alapvetően a kultúrát, vagy nagyon csúnya statisztikai terminológiával a végső felhasználókhöz jut el a kultúra, nem nagyon ismeretes, hogy van a kulturális jószágoknak egy körülbelül ezen a hatvan-hetven százalékon belül egy jelentős, és növekvő része, amit a piaci szervezetek vásárolnak meg. A kilencvenes évek elején, mikor utoljára ezt lehetett mérni különböző technikával, kiderült, hogy létezik egy, reményeink szerint bővülő piaca a kultúrának: vállalatok, vállalkozások vesznek kulturális jószágot, szolgáltatást, teljesítményt. Itt nem csupán a szponzorációról van szó, hanem arról a valóságos adás-vételi ügyletről, mikor képet vesznek, mikor megvesznek egy operaelőadást. Van egy ilyen értelmű újfajta társadalmi fogyasztása a kultúrának, mikor nem az állam lép be bizonyos produkciók finanszírozójaként, hanem a piaci szektor, vagy magának, már a saját alkalmazottainak, vagy valamilyen reklámcélból, (ez a nyuszi üzletfelei és barátai kategóriának) veszi meg, de hát ez ugyanúgy egy számolható és kiszámítható és jelenlévő irányzat. Körülbelül huszonöt-harmincmilliárd forintról van szó, tehát nem elhanyagolható összeg.

Ha elfogadjuk azt (ki kényszerűségből, ki nem), hogy az államnak a közvetlen vásárlási, vagy finanszírozási részvétele a kultúrában visszaszorult, még akkor is, ha az intézményes kultúrában persze sokkal nagyon mértékben

van jelen, mint más területeken, akkor fel kell tenni azt a kérdést magunknak, hogy ez egy megfordíthatatlan folyamat-e. Talán nem. És vannak-e az állami részvétel növekedésére mutató jelek, vagy a trendnek valamilyen váltása? Bizonyos értelemben vannak ilyen jelek. Az egyik, maga a Nemzeti Kulturális Alap, amelyik most körülbelül hárommilliárd forintnyi közvetlen támogatást ad a kultúrának, szabályos adóbevételből keletkező kultúrátámogatásról van szó, a szó valódi értelmében állami, már ami a pénzforrást illeti, és annyiban nem állami ez a bizonyos karnyújtásra lévő, az államtól elkülönített alap. Ha elfogadjuk azokat a trendeket, amelyek a gazdaság állapotát próbálja előrejelezni (négy-öt százalékra lehet számolni az elkövetkezendő időben), és azt gondoljuk, hogy ez a növekedés a kulturális piacon legalább ilyen mértékű dinamikával fog lezajlani, mert elhalasztott fejlesztések, elhalasztott beruházások, elhalasztott vételek jellemzik a magyar háztartásokat, valószínű, itt egy gyorsabb változásnak leszünk megélői, akkor a Nemzeti Kulturális Alap az ezredforduló után négy-, öt-, hatmilliárd forintnyi értékkel fog résztvenni a magyar kultúra finanszírozásában. Ez nagyon határozott állami jelenlét, nem csupán az összeg nagyságát illetően, hanem szabad felhasználású jószág, nem intézményekre kell költeni, hanem projektekre. A másik, az állami kultúrátámogatási politikának van egy irányváltása, és megjelent a közvetlen fogyasztót támogató kultúrafinanszírozás, pedagógus könyvvásárlás és így tovább.

A harmadik, aminek hatását talán ez év végén és jövőre fogjuk érezni,

hogy a nonprofit törvénnyel az egyesületi világ közvetlen támogathatósága létrejött. Már az a fajta támogathatóság, ami adóelengedéssel jár. És ha tudjuk azt, hogy a magyar egyesületi világban a kulturális tevékenységüket végző egyesületeknek egy rendkívül nagy aránya van, nagyon meghatározó teljesítményt nyújtanak, akkor azt kell gondolnom, hogy ez a közvetlen támogathatóság idén talán kevésbé, de jövőre egy pótlólagos befektetést jelent a kultúrában, egy pótlólagos finanszírozást, még hozzá elsősorban és alapvetően a lakossági vagy vállalkozói adóelírásból származót. Ez egy közvetett támogatás az államtól, hiszen adóbevételeiről mond le. Vannak természetesen olyan lehetőségek, amelyekről érdemes lenne beszélni, amelyeknek a kiharcolását érdemes megkezdeni, olyan állami támogatások, amelyek piackomfortok, modernnek ebben az értelemben. Csak példaként mondok kettőt. Az egyik, ami egy régi harc és állandó vereséget szenved a kultúra, hogy igenis van nagyon sok példa a világon arra, hogy kulturális intézmények vagy művészek számára olyan adókedvezményeket biztosítsanak, amivel elismerik voltaképpen ennek a szférának a közösségi hasznát, a közhasznúságát, a távlatosságát, a modernitás felé való nyitottságát. Miután Magyarországon is lezajlott egy monetáris ellenforradalom az elmúlt tíz évben, ennek az esélyei nem túl nagyok, de számos gazdaság számára ezek magától értetődő investíciós lehetőségek. A másik csak példaként említendő lehetőség, hogy bizony nagyon sok helyen van az, amikor egy állami beruházás megvalósul, akkor valamilyen százalékban kötele-

zik azt az állami beruházás kivitelezőjét, hogy az adott ország művészeitől vásároljon olyan terméket, olyan árut, olyan produkciót, amit beépít ebbe. A magánszférát meg adókedvezménnyel szintén ösztönzik erre a lehetőségre. Ezek előttünk vannak, abszolút lehetőségek.

A lakosság kultúrára fordított kiadásai tovább csökkentek. 96-ról tudok csak beszámolni, nyilván 97-es számok még nincsenek. Talán a legjellemzőbb arra, hogy ezzel a csökkenéssel milyen rendkívül kemény átrétegződés indult meg a lakosság kulturális fogyasztásában, és ha úgy tetszik, mit finanszíroz a lakosság a kultúrából, és hogy mennyire modern, vagy nem modern, most ezt megítéljük közösen. 89-ben a lakosság által a kulturális kiadások közel fele az a Guttenberg Galaxist érintette, újság, folyóirat, könyv. Körülbelül húsz százalék színház, mozi, egyéb szórakozás. 96-ban a kulturális kiadások fele tévé előfizetés és szórakoztató elektronikai eszközök használata – így fogalmaz a statisztika –, tehát CD, hanglemez és így tovább, vagy ennek a cseréje. Ez rendkívül kemény elfordulást jelent az irodalom és az írott szó felől, egy elektronikus adatviteli, vagy elektronikus kultúrahordozó felé. Ez jelent még egy dolgot, (bár ennek a megfejtesét rábírom a szociológus barátaimra), egy bezárkózást a kultúra fogyasztásában, visszalépett a lakosság a saját háztartásába. Ennek millió oka lehet, anyagiak és mások is, és olyan eszközökre fordítja azt, amit egyáltalán hajlandó kultúrára fordítani, ami otthon van,

kéznél van, nem társas kulturális eleményt jelent, hanem valamilyen teljesen egyéni felhasználást. A tévé megmaradt egy teljesen abszolút elsőnek, a magyar háztartások kilenczted része tart tévét, vagy fizet elő a tévére, azt nem tudom, hogy tart vagy fizet elő, eközött biztos van valami különbség, és a másik végén azt találjuk, hogy a háztartások három százaléka jár színházba.

Néhány a dilemmákból. Mik lehetnek a kultúrafinanszírozás dilemmái? Vissza kell magamnak kérdezni,

137
K É K

hogy attól függ, kié? Az állam problémája továbbra is az, véleményem szerint, hogy képes-e a magyar állam, a magyar államháztartás, a magyar költségvetés túllépni a halasztás – tűzoltás – halasztás régi, jól bevált kultúrafinanszírozási dilemmáin, tehát addig nem csinálni semmit, ameddig lehet, aztán valamit beleönteni, nem érdekes, hogy mennyibe kerül, majd pedig folytatni ezt. Kornai írta le nagyon szépen a szocialista tervgazdálkodásnak ezt a ciklikusságát. Ez megvan a mai költségvetési finanszírozásban is. Képes-e és akarja-e a magyar állam, hogy a kultúra működtetését megfoszsa a saját terhes önmagától? Azt gondolom, hogy erre képes. Az Alap az egyfajta válasz erre, és még inkább vá-

lasz lehetne az a kultúrafinanszírozás, amit említettem, ami adórendszeren keresztül, támogatáspolitikán keresztül teljesen az állam semlegességével bírna. Kérdés továbbra is, hogy lehet-e egyáltalán az állam közvetlen finanszírozása értéksemleges. Főként akkor, (legfeljebb ennyiben lehet ezt a kérdést egy új megfontolással kiegészíteni), ha az állam kulturális intézményfinanszírozása is sokszektorúvá válik, tehát bizonyos intézményekben egyszerre van jelen az állam pénze, és egyszerre vannak jelen más típusú pénzek.

Szponzoroké, alapítványoké, a lakosság vásárlásai. Mit jelent ebben vajon az állami értéksemlegesség? Ha más szereplők tudatosan vállalják azt, hogy ők valamilyen értéorientáció híví és csak akkor adják oda a pénzt, ha ennek az intézmény eleget tud tenni.

Még egy probléma: a különböző közszolgálatoknak a határai illékonyvá válnak. Ez elsősorban a művelődési, a közművelődési szektorra igaz, egyre inkább avval találkozom, azzal az érdekes jelenséggel, hogy a közművelődési szektor maradt az egyetlen intakt hálózat Magyarországon, már amennyire intakt, amelyen keresztül el tudnak jutni sok másfajta gondolatok is a társadalom különböző csoportjaihoz. Akár környezetvédelemről, akár,

TÜKÖR

közegészségügyről, mentálhigiénéről, van szó, egy csomó olyan feladat vállalását látom egyre inkább, ami a szigorú minisztériumi leosztásban nem ennek a tárcának lenne a feladata, de teljesen nyilvánvaló számomra, hogy a művelődési házak, otthonok ezeket a feladatokat nagyon jól teljesítik. És nincs is más, aki a helyükre lépjen. Mentálhigiénes programoktól kezdve bármi is az, ez az a befogadó közeg, itt vannak ugyanis olyan szakemberek, akik kommunikálni képesek az emberekkel, és itt van az az infrastruktúra, amely ezt a kommunikációt vinni, befogadni tudja. Vajon nem lenne-e célszerű, ha ez így van, azt a De Gaulle-i gondolatot megvalósítani, hogy amit nem tudunk elkerülni, annak az élére kell állni. Megpróbálni egy újfajta közművelődés-politikát, egy újfajta közművelődés gondolatot fölkarolni, s egy újfajta közfinanszírozásban gondolkodni ezen a területen? A kulturális vállalkozók problémái? Az egyik az, amiről itt már beszéltünk továbbra is nagyon alacsony a tőkeemegtérülés a kulturális szférában. Vagy sikerül megtalálni egy egyenlőre még rendkívül vékony, tehető társadalmi csoportot, amely hajlandó és képes színvonalas, értékes kulturális produkciót, alkotást megfizetni, ez keveseknek adatik meg a vállalkozók közül, vagy a vállalkozó elmegy egy kommersz szórakoztatóipari irányba, mert itt tudja ezt az alacsony tőkeemegtérülést valamilyen módon kompenzálni, neki fönn kell tartania magát, élnie kell.

A másik probléma, hogy a kereslet továbbra is lefelé menő trendet mutat,

nem szélesedett a kulturális piac, és a vállalkozóknak a fennmaradása egy kegyetlen verseny közben valósul meg. Nagyon sokan buktak el, és buknak el a közeljövőben a kulturális piacon, mint vállalkozók, ezt nagyon nehéz megszokni, de hozzátartozik a jelen állapotok leírásához.

És végül a fogyasztó problémája, mint a legfontosabb finanszírozóé. Az egyik problémája az, hogy nincs pénze. Nincs pénze és úgy érzi bizonyos értelemben, hogy nincs már szükséglete se. Ugyanis a társadalom nem igazolja vissza neki azt, ha a kultúra fogyasztójává válik, ha vásárlóvá, támogatóvá, finanszírozóvá válik. Nem tud, lehet, hogy belül többre tudja magát becsülni, de nem tud boldogulni ezzel a tudásanyaggal. Itt egy kontraszelektív társadalmi hatás indult, hogy ez mikor fog megváltozni, nem tudjuk. Meg is fordíthatjuk, hogy akkor fog megváltozni, ha minél többen képesek, és hajlandók természetesen kultúrára költeni, de bizonytalan vagyok ebben, hogy ez az oksági kapcsolatnál mikor következik be az a fordulat, mikor egy jobb trend indul el.

Ez a fogyasztó, ez a finanszírozó a kultúrának ez a legfontosabb támogatója magányos. Nincs, igazán nincs, aki segít neki eligazodni a kulturális javak világában. Főleg akkor, mikor az elfogyasztható javak, szolgáltatások köre robbanásszerűen bővült az elmúlt tíz évben. Akármerre nézünk, hogy bár nem egyformán adatik meg a társadalom minden tagjának, de a választék, ami a nyolcvanas évek közepén és a kilencvenes évek közepén volt, fogyasztásban, jószágban, szolgáltatásban az nem ugyanaz. Nem lehet egyetlen na-

pon említeni, és ebben a versenyben a kulturális választék állandóan alulmarad. Nincsenek meg, a jól bevált marketingfogásai, nincsenek az elsajátítás-hoz közel vivő utak, tessék csak belegondolni bármelyik magyar televíziós műsorba. Mennyi abban az a lehetőség, amely ezt az eligazodást segíti?

TÜKÖR

Összefoglalva: beszélhetünk-e Magyarországon modern kultúra finanszírozásáról? Nincs sorsszerűség abban, hogy a magyar kultúra különböző csatornái, különböző szereplői abban az állapotukban maradjanak meg, amely ál-

lapotukban vannak. Nem is csodavárásról van szó, csak bizonyos ésszerű és világos munkamegosztás újragondolásáról, egy olyan harcról, hogy egy megindult gazdasági növekedésben hogy lehet azt a plusz forrást akármelyik csatornán biztosítani a kultúrának, amelyre olyan nagyon szüksége van?

139
K É K





Ennek a rendezvénysorozatnak az a címe, hogy A kultúra pénze, a pénz kultúrája. Elégge anyagszerűnek látszik, hogy népdalküszöbként olyan motívumot hozzak szóba, amely illeszkedik a témához. Tényleg a pénzzel, a pénz testével kezdeném. 1997-98 „nagy történelme” Magyarország euroatlanti integrációjáról szól. 1997-98 „kis történelme” pedig arról, hogy elkezdődött az új stílusú papírpénz címletek bevezetése. Jött Szent István,

P. Szűcs Julianna

Művészet hétköznapi

avagy az elveszett tekintély nyomában

Bethlen Gábor, Károly Róbert, utóbbi leginkább Vikidál Gyula arcmását kénytelen hordani, lévén autentikus forrás nem maradt, és pillanatok kérdése, de menni fog Ady Endre, Bartók Béla, mint ahogy szegény Petőfi már régen távozott. Most eltekintenek attól a szakmám szerint kevésbé mellőzhető részletkérdéstől, hogy ezek a nyomtatványok leginkább az 1938-as Eucharisztikus Kongresszus bélyegképeihez hasonlítanak, meg attól a kényelmetlen apróságtól, hogy a címletek könnyen fölcserélhetőek. Nem akarok viszont eltekinteni az új címletek hangulati üzenetétől. Úgy látszik: a Magyar Köztársaság az ezredfordulón az uralkodóit tekinti leginkább konvertibilisnek. Igaz, hogy ez az ál-

lamforma szempontjából irreleváns, igaz, - hogy például az erdélyi fejedelmek portréi – szomszéd országok érzékenységét sérthetik. De ezek a hátrányok, úgy látszik, mind eltörpülnek ama hozadék mellett, hogy a polgári Magyarország, azon belül pedig a magyar művészet nagyjai végre odakerülnek, ahol nem keverednek a mindennappal, a múzeumba és a könyvtárba. (Csak információkiegészítésképpen, a német tízmárkásos például Karl Friedrich Gauss matematikus látható és nem Nagy Károly.

141
K É K

A tízschillingesen Mórítz Michael Daffinger osztrák festő, és nem I. Ferenc József. Továbbá a franciáknál láttam Voltaire-t és Molière-t, az olaszoknál Michelangelo-t és Gallileit, sajnos nincs belőlük otthon, így a címleteket nem tudom pontosítani, de abban biztos vagyok, hogy francia frankon vagy olasz lírán nem találkoztam Bourbon vagy Savoyai-házbeli uralkodó képmásával). A bankográfika cseréje, véleményem szerint, csak pont az i-n. Egy hosszú folyamat része, amely leginkább akkor érthető, ha valamelyest visszapillantunk még a rendszerváltás előtti időkbe.

Ideológiatörténeti közhely: a pártállam puha diktatúrájának három T-

jét föleleveníteni. Ennek politikai konzekvenciáiról polcnyi az irodalom, csak néhány fontos szerzőt szeretnék kiemelni a cédulahalmazból: Révész Sándort, Standeiszky Évát, Veres András és Agárdi Pétert, utóbbit úgy is, mint forrást. Arról viszont jelzészerrű utalást is alig találtam, amely a három T minőség-preferenciáját taglalná. Pedig a rendszer leglényegesebb eleme a nyílt aktuálpolitikai szempont megkerülése, és a döntés átirányítása az esztétikum, sőt az ízlés szférájába.

A túrt mű az esetek többségében azért kapta a címkét, mert bár aktuálpolitikailag közömbös volt és értelmetlen, de minősége híg volt és mélytelenül kommersz. „Pepita”, hogy földézzem az akkori könnyűzenei lemez-kiadás kvázi-giccsadóval sújtott részlegének enyhe rosszallást kifejező emblémáját. A tiltott művek egy része pedig nem azért került ebbe a kategóriába, mert a benne foglalt tartalom államellenes összeesküvésre, a szovjet csapatok illegitim jelenlétére, netán az egypártrendszer anomáliáira utalt – bár ilyen is akadt bőven –, hanem mert a *centralizált tekintélyvel* működő normatív szempontrendszer elviselhetetlennek tartotta a jelenlétét. Csak két példára szeretnék emlékezni, mindket-

TÜKÖR

tőt saját múltbeli kritikusi pályámból elvesse. Egy akkor fiatal fotográfus Fényes Adolf-termi kiállítását, bizonyos Tímár Péterét, azért zárták be a hetvenes évek végén, mert a felvételek a prospektúrán készültek, és a halottak fényképezése áthágta a kulturális viselkedés egykorú íratlan szabályát. Egy akkor fiatal képzőművész, Barabás Márton Stúdió Galéria-beli kiállítása azért vált rendszeres, visszatérő motívumává a kultúrpolitikai aktíváknak, mert kiállított, egyébként igen artisztikus műveit egy zongora földarabolása, majd nyilvános elégetése árán hozta létre. Az akció ugyanis sértette a művészet humanizmusáról valott közkeletű nézeteket.

A nyolcvanas években politikára hivatkozni tehát egyre illetlenebb dolognak minősült. A szakmai színvonal számonkérése, mint antidemokratikus szelektációs elv működött. Sőt, még a botrány vitorlájából is a minőségre hivatkozás álságos retorikájával volt célszerű kifogni a szelet. Megint egy emlék: Nagy Gáspár hajdan óriási ribilliót keltő és igen élesen politizáló versének pártközponti meg- és elítélése nem azon az alapon történt, – valószínűleg kimondani is kínos volt – hogy a refrén N. I. monogramja Nagy Imrét takarja, hanem azon az alapon, hogy a vers, mint vers, egyszerűen rossz. A „jószág” és a „rosszaság” stemplije az akkori Magyarország zárt társadalmában a művészet tekintély érvényesítésének hatalmi eszköze volt. Az érvényesítés hitelét azonban két fontos tényező azért megkérdőjelezte. Egyrészt a stempli kezelői, – még a jó szándékú

kezelői is – a művészeti mecenatúra archaikus és mindenképpen anakronisztikus gyakorlását művelték. Miután a magas művészet művelőinek száma hihetetlen méretű volt, nemhogy a piaci igényeket, de még a potenciális befogadó közönség méretét is sokszorosán meghaladta, a mecenatúra csak úgy teremthetett rendet a tömegben, ha a válogatás demokratikus formáit minimalizálja, és Gyula pápai allűrökkel büntet és jutalmaz. Másrészt a stempli kezelői, még a műveltek és a kvalitásérzékkel rendelkezők is, nem vették tudomásul a normatív esztétika devalválásának nyolcvanas évekbeli világjelenségét. Magyarán a posztmodern igazi csapásként érte a rendszert. A művészeti irányítás hatalmának gyakorlói még akkor is az absztrakt, figuratív, elidegenedett, realista ellentétpárok mentén próbálták az uralkodó ízlés normáit érvényesíteni, amikor a történet már régen nem erről szólt. Amikor a posztmodern nyolcvanas évekbeli térhódítása az ellenzék nyelvévé is figuratívívá, realistává tette, csakhogy abban a figurativitásban és realizmusban a létező szocializmus számára nem volt sok köszönet. Számunkra azonban most nem az a kérdés, hogy a rendszer miért volt abszurd, mert abszurd volt, és miért volt álságos, mert álságos volt, hanem inkább az, hogy milyen következményekkel járt az összeomlás. A történelem ugyanis sosem azt bünteti, aki megérdemelné. A művészies politika forró öllelkezéséből kibontakozó agyonpolitizált művészet hirtelen magára maradt a rendszerváltó Magyarországon. Depressziója nemcsak arról szólt, hogy feudálisocialista anyagi háttére hirtelen ösz-

szemlött, hanem hogy a fölöslegesség csüggesztő érzésével kellett szembesülnie. Egy jeles publicista barátom valamikor több hónapos amerikai útja után 1989-ben körülnézett Pesten, azt mondta, hogy „valami nem stimmel. Még mindig túl sok a kultúra itthon. Nos, ennek a magas művészetnek erre a „túl sok” élményére kellett rádöbbenie. És miközben rádöbent, hogy ő maga „túl sok”, mindjárt penitenciát is mért magára, a testületileg érzett bűntudat miatt hozzálatott immár lassan egy évtizede tartó vezekléséhez. Viselkedésének logikáját úgy lehetne rekonstruálni, ha a múltban az értelmi-ségi kultúra részeseként osztályhatalomhoz jutott, úgy az új világban érdekeinek képviselését legszívesebben azokra bízta, akik privilégiumaitól megfosztották. A fúrge, gyors profitban járatos, szervetlenül fejlődő, hihetetlen étvágyú piachoz.

De a „túl sok” élménye csak az egyik kellemetlen meglepetés volt a közelmúltban. A másik, hogy immár nincs, aki kimondja, hogy mi „jó” és mi „rossz”, mi „érték” és mi „értéktelen”? Ahány ház, annyi jutalomfajta és annyi büntetéstípus. Az annyi jelent egyrészt különféle piaci szempontokat, de jelent egy pártosodó közélet elvárásaihoz úgy-ahogy alkalmazkodó és csakis a szűkített újratermelésben érdekelt művészetet. Modellszerűen ez jelenik meg például a Széchenyi Művészeti Akadémia és a Magyar Művészeti Akadémia egymást valóságilag kizáró értékrendjében. A művészet lassan megszokja, hogy más honoráltatik a Soros mecenatúrában és a liberális ízlésszférában, más honoráltatik a lakitelki körülmények között és a

nép- nemzeti elvárásrendszerben, más a Kossuth-díjban és más az alternatív Kossuth-díjban. Hogy Makovecz kizárja a Fintát, Csoóry Konrádot, Szervácus Jovánovics Györgyöt. Csak én nem tudom megszokni, hogy Köztársaság- téri relációban az a szociáldemokrata ösztönzésre jelentős művészeti teljesítmény tényét az elmúlt években még akkor sem jelzi még a legérzékenyebb műszer sem, ha amúgy már belenyugodnék a totális relativizmusba.

Az új támogató után néző, viszonytagságok elől ereszt alá álló művészet feltűnően rosszul képviseli önmagát. Ellenállás nélkül hagyja, hogy Adyt leváltsa egy király, Bartókot egy fejedelem, ha éppen felső szempont diktálja. A fölülről irányított norma kimúlása után ugyanis kiderült, hogy az alulról építkező művészet nálunk izomtalan és kiszolgáltatott. Belehullik abba az általánosan elmaradt kulturális közállapotba, melynek egyetlen pozitívuma, hogy többé nem egzecírozák, de amely erősen védtelen a globális rossz kísértések, a McDonalds kultúra és a tradicionális igénytelenség, a mucsai fölény támadásaival szemben. Boldog országok évszázados szerves fejlődése akkor is működtet egy ízlést, minőségérzetet, mindennapi kultúrát, ha a művészet a magasban éppen váltságot él át. Boldogtalan körülmények között azonban ez a mindennapiság még vagy már nem működik. A fék a szerkezetbe itt nincs beépítve.

Németh G. Béla professzor kedvenc mondása volt az ilyenféle konferenciákon, hogy a kultúra nem a mű-

zeumokban, könyvtárakban, színházakban, hanem az illemhelyen kezdődik. Hadd tegyem ehhez hozzá, a kultúra ott kezdődik, ha a kényszer hiánya nem jelenti egyben a vacak győzelmét. A „pepitaság”, a „giccs” országolását. Néhány, nekem különlegesen boldogtalanságra okot adó tünetet szeretnék most Önökkel megosztani.

1. Nagyon merev rendszer volt a Képcsarnok monopóliuma, amely bolti forgalomba kizárólag szakmai testület által zsűrizett művet engedett. Abszurdnak tartom viszont, hogy a jelen

143
K É K

bolti forgalomban, áruházakban, bevásárló központokban, sőt elegáns profílidegen belvárosi szalonokban ma olyan képzőművészeti árut is árulhatnak, amely semmilyen normának nem felel meg. Amely kimeríti a kontárságról alkotott leghagyományosabb elképzeléseket is. Lásd: Corvin Áruház, Városház utcai műbútorszalon, Duna Plaza. Érdekes, mekkora lenne a felháborodás, ha ezekben az üzletekben kontakthibás vasalót vagy politúrját veszített asztalokat árulnának. Pedig a könyöküzettel nem rendelkező akt, és testvére, a szemtengelyferdülésben szenvedő Cinka Panna pontosan ilyen.

2. Nagyon megalázó szerepet szánt a pártállam az egyháznak, ezen belül is a katolikus egyháznak. Ezt a nehéz

időszakot az egyház méltósággal viselte, melynek szembeszökő emléke volt a magas kultúra népszerűsítésében végzett elvülhetetlen érdem. Dokumentumai ennek a missziónak legfontosabb kiállítási intézményének, a Keresztény Múzeumnak az egykori katalógusai csakúgy, mint kereskedelmi egységeiben például az eklészia boltokban árusított színvonalas naptár, műemlékprospektus, képeslap anyag.

Lehangolóan tartom viszont, hogy ugyanez az infrastruktúra a szabadság körülményei között ma rosszul

144

K É K

viselkedik, és egészen kritikátlan bővülnek biztosít zöld utat. Kétezer éves méltó örökség reprodukciókon kivitelezett terjesztése helyett és annak ellenében forgalmaz szinte kizárólagosan anilinnal színezett szörnyű kegyképeket, és fröccsöntött műanyag formába öntött bágyadt nipp szenteket. Mintha a hit kegyelmében részesülők eleve kizárattak volna a polgári értelmiségi kultúra vizuális konvencióiból. Nem mindenütt van ez így. Ajánlom az érintettek figyelmébe például, hogy ne menjek messzire, a bécsi Stefans Dom butikját, annak tiszteletreméltó szakrális áruválasztékát.

3. Nagyon centralizált volt a pártállamban a képzőművészet nyilvánossága. A láthatások listája kimerült a

múzeumok, a kiállítási intézmények körére, legfeljebb a kereskedelmi forgalmat lebonyolító szakgalériák bővítették a választékot. Emlékszem, hogy mekkora ingyenségnek számított egy-egy művelődési házban, népfrontszervezetben, tanácsban, szakszervezeti otthonban rendezett tárlat. Persze hogy az volt, a hivatalosság szelárményekai voltak ezek a hites helyek. Pénzintézetéről akkoriban szó sem lehetett.

Jó tehát, hogy ma ilyesmiről szó lehet. Azaz hogy az ország legnagyobb bankja, az OTP például galériát működtet az ország legelegánsabb, általunk csak gránitkoporsónak becézett, gyönyörű új Hi-Tech épületben. Csak hogy az épület euro-atlanti konformstílusa és a felkínált képzőművészeti portrék kompatibilitása között akkora a szakadék, mintha valaki az Operabálba kínai piacon kapható flitteres joggingot húzna. Szegény, eredetileg jobb sorsra érdemes Szyksznian Wanda, vagy Szkok Iván produkciója ott így hatott az elmúlt hónapokban. Mert azon lehet vitatkozni, hogy mi jó és mi nem a mai képzőművészetben, de azon nem, hogy mi a korszerű design a világban és mi nem az. Ha az esztétikai norma nem is működik a vizuális kultúrában, de működik egy technológiai standard. Működteti azt az ipar, az elit és a mindennapi fogyasztói kultúra. Meg hát persze a sznobizmus, amelynek fegyelmező erejét csak az tudja igazán értékelni, aki megtapasztalta annak totális hiányát, a kutyába lement és bunkóságára büszke kultúralatlanság érdekérvényesítő képességét.

A magára valamit adó pénzintézet a standard-tól saját jól felfogott érdekében nem tér el. Csak irigyelni tudom, hogy megint ne menjek messzire, a bécsi Bank Austria épületében működtetett Kunstforum intézményét. Az ott bemutatott kiállítások az osztrák főváros művészeti életének kikerülhetetlen mozzanatai. Ők finanszírozták többek között Van Gogh hágai periódusának, Turner londoni képeinek, Kokoschka szétszóródott életművének bemutatását, amelyet más, mint egy bank, jelenleg nem is nagyon tudna finanszírozni, ismervé a művek utaztatásával együtt járó biztosítási díjtételek horribilis összegét.

Tudom, ezek a tetszőleges példák önmagában még nem jelentenek művészeti világvégét. Mértékükben nem is tragikusak. Különösen nem akkor, ha a nagy egészbe belekeverik az ellenanyagot. Minden háziasszony tudja, hogy mit kell tenni, ha véletlenül túl sok ecetet öntött a lencsefőzelékbe. Kell csinálni még egy kis rántást, és tapintatosan egy kis cukrot is bele kell önteni, hogy ne vegyék észre a bakit.

A kultúra és a pénz viszonyában engem nem az ecet bánt, hanem a cukor hiánya. A múltbeli öröksége miatt vezeklő, büntudatos magaskultúra ugyanis a pénz gazdától nem akar többet, mint hogy hagyja életben és legalább az önreprodukcióját támogassa. Immár lemondott a társadalmi offenzíváról, nem nagyon akar tömegméretben hatni, a sikerben sem érdekelt, a bukásban sem, szűk szakmai grémiumok laza tejútrendszerében próbál vegetálni, s nem nagyon akar széles körben propagandát kifejteni. A

propagandára egyszer ugyanis már nagyon ráfázott.

A magaskultúra a pénz világtól e pillanatban nem várja, hogy azt az energiát finanszírozza, amely e gettótól való kitörést lehetővé tenné. Példa: a Pannon GSM például a Nemzeti Galéria fő támogatója. Él is ezzel a jótétéménnyel, különben nem tudná az épületet fenntartani. De az mai viszonyok között elképzelhetetlen, bár ebédnél pont erről beszéltünk, hogy hátha majd egyszer igen, hogy a Pannon GSM kigazdálkodik az Év kiállításának a Rippl-Rónait népszerűsítő plakátnak a kinyomtatását, és kiragasztását. Ellenpélda: a Színházi Világnapot propagáló szép grafikájú plakát, amire az ÁB Aegonnak volt gondja. A baj csak az, hogy a szellemi testvére a pesti aszfaltdzsungelben nem akadtam. Pedig egy reklám hatására felduzzadó közönség több bevételt, a több bevétel mérsékeltebb támogatást igényelne. Tessék végigsétálni a bécsi Ringen, műsorújság sem kell, hogy egy turista tájékozódjék, a ma-

gaskultúra kulturális kínálata a házfalakra úgy mosolyog rá, mint nálunk a mosópor és a mobiltelefon. És nálunk sajnos csak az mosolyog.

Reklám és magaskultúra áldatlan viszonya egyébként is remekül kifejezi nálunk az alá-fölrendeltségi viszonyokat. A magaskultúra büntudatát, kényszer tartását, érdekérvényesítési képességének hiányát. Úgy érzem, már eddig is visszaéltem türelmükkel, ezért csak egyetlen igaz, monumentális és mindenki által ismert példát szeretnék fölidézni. Egy külföldi biztosító intézet, a Nationale Nederlanden reklámkampánya a magaskultúra kifosztásán alapszik. Klipjei Heine, Arany János, Keats verseiből, Degas, Renoir, Van Gogh festményeiből, Ravel, Mozart, Liszt zenéiből építkeznek. Mintha a világirodalom, a zene, az egyetemes képzőművészet egyetlen nagy PR-irodává szerveződött volna. Ami önmagában nem baj. Jobb, ha egy gyerek legalább az életjáradék kapcsán hall Heinérről, mintha sehogy.

De nálunk majd akkor lesz jó világ, ha egyszer egy verskötetet, egy képre restaurálást, egy koncertet beharangozó televíziós klip végén szelíd szemérmességgel tűnik föl a reklámfinanszírozó emblémája. De biztos túl sokat kívánok. Egyelőre nagyon jó, hogy legalább a vers kiadására, a tárlat rendezésére, a hangszeres karbantartására úgy-ahogy futja a szponzorok jóindulatából. A helyes arányok érvényre juttatását pedig hagyjuk a társadalomra. Hátha bölcsebben elrendezi az ügyüket, mint a szereptévesztő,

levitézlett hatalom, vagy a koronás főekkel reprezentáló mai pénz.



Bevallom, most már nem tartom szerencsésnek ezt a blickfangos címet. Mikor a meghívón nyomtatásban elolvastam, nem tudtam elhessegetni azt a képet, az alkalomhoz öltözködni nem tudó, a pénz világában félszegen mozgó, vagy ami még rosszabb, a félszegségét arrogánsan kihangsúlyozni akaró meg nem értett művészszeni képét. Ezért úgy érzem, hogy a cím magyarázatra szorul. Tizenegy, Kaposváron eltöltött év után a Merlin színház megalakításán fáradoztunk. Lehetőséget kaptunk, hogy személyesen talál-

ez igen gyakori gesztus, ez a kis rongyosban nyegle nemtörődést fejezett volna ki. Az elegánsban pedig ünnepléses elhárítást és távolságtartást sugallt volna. A szimpatikus kockás széttárt két kabátujjam viszont azt mondta, hogy bizony van mire szerénynek lennem.

A kockás zakó tehát megtette a magáét, a Merlin megszületett. Megszületett és életben kellett maradnia. Az életben maradáshoz viszont pénz kellett. A „győztes zakón ne változtass” elv alapján a kockás elindult pénzt ke-

Jordán Tamás

Szponzorkeresés kockás zakóban

147
K É K

kozzunk Demszky Gáborral. Mint a kaposvári színészek legtöbbszörének, az öltözködésre nekem is két alternatívám volt. A megszokott, hétköznapi lestrapált cucc, vagy a hiperelegáns fellépő öltöny. Egyiket sem tartottam megfelelőnek, így a találkozó reggelén hosszas hezitálás után megvettem azt a bizonyos kockás zakót. Melynek mértéktartó eleganciájával én roppant mód meg voltam elégedve. Azt, hogy a találkozó végül is eredményes volt, sok minden mellett a kedves zakónak is tulajdonítottam. Talán nem is alaptalanul. Hiszen mindkét addigi outfitt jó tulajdonságait ötvözte. Mert ha teszem azt tétován és bizonytalanul széttárom a karom, az ilyenfajta beszélgetéseknél

resni. 1991 őszén, 92 tavaszán jártunk. Ekkor rajzoltak ki a business világába és landoltak designos íróasztalok mögött a friss sütetű menedzserek, PR-főhadnagyok, marketinghercegek, mind aranykeretes Gucci-szemüvegben, sötétkék öltönyben és diplomata-táskában mind a tévéből naponta ránk mosolygó töménytelen reklám-fiatalemberre hasonlított.

A titkárnő leültetett, kaptál kávét is, soha nem jutottál be a főnökhöz a megbeszélte időpontban, igaz, negyedóránál többet soha nem kellett várnod, akkor aztán ő maga jött ki érted, elnézést kért, kétszoritásában több volt, mint biztatás, és feltétlen bizalom, a csontos ujjak ölelése maga volt az ígé-

° A szerző jelen tanulmánya a Mozgó Világ 1998/5. számában közölt írás részben módosított változata

ret, a most már vele örökre összeforrott jövő, ahogy leültetted vagy ő maga is leült, mielőtt a fenéke a görgős szek párnáját elérte volna, a leülésben megtorpanva egy tizedmásodpercnyi görnyedtségben villanásnyi idő alatt megüzente, hogy elnézést kér a számodra előnytelen elhelyezkedésért, ő a design-centerében, te a külső szférában, mint egy magányos bolygó, akit a középpont egyszerűen vonz és taszít, s mielőtt kényelmesen elhelyezkedne az irányítópult mögött, jelzi, hogy nem tehet minderről. Ő most már biztosan

148

K É K

ül, jobb kezének szétterpesztett ujjait ráhelyezi a dolgozatodra, írógéppel írtad, még nem volt computered, egy egész napot dolgoztál rajta, hosszan kested a jelzőket, mint ahogy Radnóti tette azt a Zagubica fölötti hegyekben, a büro-alföld közepén terül el a jövőd egy A4-esen, körülötte semmi és te végre felfogod, hogy ettől a perctől fogva a bank semmi mással nem fog foglalkozni, csak a te színházad sorsával, minden más szó szerint ad acta, és várakoznod is csak amiatt kellett, hogy ő a bank összes folyó ügyét végérvényesen lezárja.

Nos – szól a marketing főrend – Köszönöm szépen, hogy eljött! Nagy megtiszteltetés ez a számunkra!, s te megrészegülve a szavába vágsz, be-

TÜKÖR

szélsz a terveidről, a jövőről, már ideoda rakosgatod a Lord manager pénzt, és amikor a végére levegőt veszel, olyan egészséges ritmusban vág a szavadba, mintha te magad folytatnád. Csodálatos, majd megbeszéljük, a formalításokat kell csak elintézni, sajnos nem egyedül döntök, és mosolyog, de úgy, hogy te csak jobb híján hívod mosolynak magadban, mert nem mosoly az, hanem valami Mona Lisát és Jack Nicholont egyaránt megszégyenítő ajaktünetemény.

Hamarosan jelentkeznék – folytatja, s már az ajtóban álltok, és a búcsúzó kézfogásnál olyan finom koreografikus mozdulattal kormányoz a már nyitott ajtón kifelé, hogy te közben azt érzed, hogy vissza akar tartani. És ráadásul még valami pajkos évődést is felfedezni vélsz.

És mámorosan füttyörészve mész a következő meatingre, kávé, várakozás, ajtónyitás, kézfogás, Mona Lisa, Nicholson stb., majd a harmadik, negyedik helyen lassan már a titkárnő szobájából tudod, hogy mekkora a főnök szobája, milyen az íróasztala, melyik sarokban van palma, mesés jövő előtt állsz, úgy érzed, hogy tudsz repülni is.

Na, aztán! Aztán jönnek sorban a levelek. „Sajnálattal közöljük...” „szóbeli ígéretünk ellenére...” „talán a következő naptári évben...” stb.

Eleinte nem hiszel a szemednek. Kétségbeesel. Nem érted. Aztán vad düh, indulat ragad el, végül lassan kezdesz mindent megérteni!

Mikor te ott ültél, face to face, kockás sötétkek zakóban, akkor te

mindent félreértettél. Ők már egy új korszak fiataljai! Felváltották a párt, állami funkciókat, ők már nem pöffeszkedő kiskirályok, mint elődeik voltak, hanem szolgálnak. És ennek a szolgáltatnak stílusa, kialakult rítusa van. A kézfogást, a mosolyt tanítják. Nem neked szól, rajtad alkalmazzák. Kötelezően és személytelenül. Nem mondanak rögtön nemet, mint a parancsuralomban, persze igent se, a mosoly alaki. Kétszeresen is az. Elvágólag van, mint a katonaságnál, és alakoskodó, mint a színháznál. Az itt alkalmazott szavak, mondatok az első félév tananyaga. Ez az ő verbális közlekedésük megszeregye. Nem is vizsga, csak mentő kérdés. És te vagy a hibás, hogy úgy értetted, ahogy értetted! Nem utasíthatnak el ab start, mert az nagyon durva. Értsél a szóból! Illetve láss a szavak mögél! Vedd észre, hogy ők az új rend nemesei! Még tojáshéjjal a fenekükön gazdagok és finomak, téged mélységesen lenéznek, de ezt soha nem fogod észrevenni, mert nem mutatják! Nincs rá szükségük. Mert nincs hiányérzetük. Viszont van pénzük, és tudnak angolul! Nem irigykednek rád, és a veled egy cipőben vagy zakóban járókra, hisz ti semmi olyat nem tudtok, amit ők szeretnének tudni. Mert ők soha nem akarnak verset írni, zongorázni vagy szavalni. Mindezeket 1992-ben gondoltam, és meg is szólaltam egy hasonló tanácskozáson. Ingerült voltam, szókimondó, azt hittem, hogy nekem vagy nekünk egyszerűen jár a támogatás! Semmilyen összefüggést nem érttem a gazdaság működése és a kultúra között. Hályog kovács módra igazgattam a színházat, hát így beleszaladtam a pofonokba.

Most már tudom, hogy a Merlinhez hasonló színházak esetében nincs más szponzorálás, csak ami személyes vagy közvetetten személyes ismeretségen alapul. Önök talán még nálam is jobban tudják, hogy mi a helyzet nálunk ezen a téren. Eleve összerosódott két, egymástól élesen megkülönböztetendő kategória. És mindkettőről szponzorálás címszó alatt beszélünk. Pedig a reklámszerződés és a mecénási támogatás az két különböző dolog. A reklámért való támogatás tiszta képlet, üzlet. Ennyi és ilyen reklámfelületért, média-megjelenésért ennyi és ennyi pénz jár. Ez eléggé egzakt dolog. Szerződés foglalja pontokba az elvárásokat.

A cégek tudják előre, hogy ki a célzott közönség, azokból milyen hatásfokkal mennyit lehet elérni. Nem kell hozzá szívjóóság és érzelm. Tiszta sor. Ezen a téren természetesen előnyben vannak a nagy reklámfelülettel rendelkezők, a sztárok, a sztáregyüttesek, a zenekarok, nagyszínházak. Azok, akik talán nem is szorulnak annyira a támogatásra. Persze minden pénzt el lehet költeni, zsebre lehet vágni. Világos, hogy egy tízezer nézős sportcsarnokbeli popkoncertet érdemes csupán a reklám megjelenésért is támogatni. A cégek talán egymást túllitálva adnak ajánlatokat. De vajon ki versenyezne a hatvan fős stúdió K, a száz fős Scéné, vagy a kétszáz fős Merlin reklámszponzorációjáért? Mennyit ér a támogatónak, ha esténként száz vagy kétszáz jegyre rá van nyomtatva a neve?

Tudomásul kell vennünk, hogy nem vagyunk versenyképesek. Személyes ismeretséggel persze néha el lehet

élni, hogy ilyen látszatmegállapodás születessen. De ilyenkor a szponzor sem gondolja komolyan, hogy a támogatási összeg a reklám hatására valaha is megtérül.

Most tennék egy kis kitérőt, mely arról szól, hogy nem volt lehetetlen tartalmában valóságos reklámszerződéseket kötni a Merlinnek. Ennek a történetnek szomorú a vége. És a jelenlegi teljesen kilátástalan, legalábbis szerintem kilátástalan helyzetet illusztrálja. Ez pedig a dalnokverseny sztorija. Nem tudom, mennyien ismerik, azok kedvéért, akik nem tudják, mi volt – sajnos múlt időben mondom –, mi volt ez. Elmondom a lényegét. Úgy éreztem mindig, hogy ez a tizes kör közepe. Ez olyan reklámügylet, amelyből a reklámozó cégek és a közreműködők is emelt fővel jöttek ki.

1992-ben volt az első dalnokverseny. A Merlin összehívta a legkiválóbb költőket, legjobbakat, Spiró, Eörsy, Csukás, Váradi Szabolcs, nem tudok teljes névsort mondani, zeneszerzőket, nagyon jókat, Presser és Melis, Bergendy és Sebő Feri, és a közönség előtt különböző feladatok megoldásával bíztuk meg őket, adott versmértékben kellett valamit írni, adott témára kellett valamit írni, egy nagyon játékos dolog volt, és ennek a fő attrakciója az volt, hogy egy cégek által, benevezett cégek által megadott feladatokra kellett reklámverset írni. Jelmondatokra, szlogenekre. És a költők helyben született verseit a zeneszerzők megzenésítették, és helyben el is játszották. Ezt a tévé felvette és sugározta. Ezért a tévé megjelenésért a cégek nagyon szívesen

fizettek, mert nem is kértünk olyan nagyon sokat, hiszen bődületes összegbe kerül egy perc megjelenés, egy fél perc megjelenés, itt pedig nagyon nemesen és nagyon jól jelenhettek meg, tehát ezért fizettek. Ez öt éven keresztül ment sikerrel, és a szomorú vég idén, egy kivételtől eltekintve csak elutasító leveleket kaptunk. Nem kell! Hogy miért, azt nem tudom.

Csak feltételezem, hogy az újonnan megkeresett cégek felelős emberei ezt nem is nagyon olvasták el. Telefonon rákérdeztünk, kitérő választ adtak,

egyetlenegy céget sikerült megnyerni, azt is fele összegért, mint tavaly. Pedig ez egyik fontos bevételünk volt minden szezonban. Most nem megy.

A mecénási szerep nálunk alig-alig létezik. Nincs ösztönző törvény, kevés a mecénási kedv. Nincs kultúrabarát nagypolgár, hát itt egyáltalán nincs még nagypolgárság! A cégeknél pedig egy-egy művészetbarát vezérigazgató nehezen tudná megértetni az elnökséggel vagy az igazgatótanács tagjaival, hogy célunk alapfeladata mondjuk a Merlin támogatása. Tehát itt állunk, szaporodó létszámban, kis alternatív színházak, és alkalmi társulások, és egymás elől szipkázunk el azt a pénzt, amely a mi támogatásunkra létrehozott alapítványokban található. Egyikünk

sem mondhatja, hogy minket igen, őket meg nem. Demokrácia van. Szakemberekből álló felelős grémium dönt, lelkiismeretük szerint. A képviseleti döntést pedig tiszteletben kell tartani. A Merlin születése, majd az elkövetkezendő hét év. Nagyon nagy boldogság a demokrácia, nagyon nagy boldogság az a szabadság, amit élvezhetünk. A Merlin, az nem intézmény, színházi költségvetési szerv, hanem alapítvány. Ha úgy tekintem, néhány ember döntése a kuratórium működésében szabályozza a színház sorsát. Ilyen módon,

jöllehet az önkormányzat területén vagyunk, nemsokára egy park közepén, ha minden igaz, laza szalon függünk az önkormányzaton, semmiféle presszió, vagy hatás, vagy ellenőrzés felénk nem működik. Végtelen szabadságot érzünk, és ennek minden előnyét élvezük is, a hátrányát, a nagyon nagy pénztelenséget természetesen elszedjük, talán a nagy szabadságért kárpótlásként is érezhetjük. De!

TÜKÖR

Ebben a szabadságban van egy rákfene, amihez talán nem szoktunk hozzá. Hihetetlenül közönyösek velünk. Mindenki. Közönyös az önkormányzat, közönyös a minisztérium, nem marasztalom őket el, hiszen hogyha nem menne a dolog, akkor megnéznék, hogy mért nem megy és intézkednének. Jólesően tudomásul veszik, hogy számukra, úgy néz ki, teljesen rendben van minden. Tehát nem kell intézkedni, nem kell hozzányúlni. De voltaképpen nem nagyon érdeklí a felelős szerveket, hogy ott mi történik. Nemigen van idejük eljánni. Nem is várom el, hát annyi színház van, annyi kötelezettség van, és ugyanezt mondhatom a grémiumokra, a kuratóriumi tagokra a különböző bizottságokban. Voltaképpen azok, akik döntenek, azok is csak úgy tudnak rólunk, hogy egy-két dolgot láttak, meg amit hallanak. Tehát erős lobbyt kell folytatni, hogy sok mindent lehessen hallani. Ez a bizonytalanság abból van, hogy ha szponzort keresek, mit írjak? Azt írjam rá, hogy mi vagyunk a legjobb színház Budapesten? Azt tán nem írom meg. Azt írjam, hogy nagyon progresszívek vagyunk és nagyon tehetségesek? Mert ez érvényes az összes többi pici alternatív színházra, tehát az ő nevükben is beszélek, hogy voltaképpen mi a

teendőjük? Hogyan tudjanak meggyőzni egy potenciális szponzort arról, hogy érdemes őket támogatni, mert ez nagyon tehetséges dolog. Nem tudok eligazodni és nagyon keservesen élem meg ennek a pénzszerzésnek hétköznapjait. És különösen ilyenkor, amikor a jövő szezon pénzét kell valahogyan összeterhálni! A tavasz a legkeservesebb, amikor jön a március, április, a jó idő, akkor jön a beborult rosszkedv a mi lelkünkben! De majd csak kikerülünk belőle valahogyan.

A sok keserűség után, amit írtam, azért azt mindenképpen le kell szögez-nem, hogy a hét év során nagyon sok támogatót találtunk, olyanokat is, akik mecénási kedvvel támogattak minket, és kötelezőnek érzem megemlíteni az Inter-Európa Bank-ot, aki a Merlin születésének pillanatában segítségünkre volt, teljesen önzetlenül, egyoldalú ismerettséggel, mert csak ő ismert minket, és a nagyobb szponzorok, akik a személyes ismeretség lévén tolták a Merlin szekereit, az V. kerületi Önkormányzat az első kurzus alatt, a Postabank, a Mol Rt, a Szerencsejáték, akik nagyobb támogatók voltak, és természetesen komoly, nélkülözhetetlen alaptámogatást kaptunk az erre hivatott alapítványoktól, az önkormányzat kulturális bizottságának színházi alapjától, a minisztériumtól, a Nemzeti Kulturális Alaptól és a Soros Alapítványtól.

Milyen a kultúra helyzete a 20. század végén?

Kezdem egy olyan momentummal, amiről nem szoktunk beszélni: a mennyiséggel. Azt vizsgáljuk meg, hogy úgy darabszámra mennyi kultúra jelenik meg egy adott idszakban, adott helyen, adott társadalomban. És mennyi volt ugyaneből öt éve, tíz éve vagy száz éve.

A vizsgálódás nem lehetetlen. Meg lehetne számolni, hogy egy napon, egy héten, egy hónapban, egy évben hány filmet játszanak le Magyarországon, azaz hány filmkockákra rögzített

A mennyiségi fejlődés nyilvánvalóan óriási. A kultúra hatalmas iparrá fejlődött. Éppen ezért furcsának is tűnik, hogy a kultúra híveinek szakadatlanul a kérelmező szerepében kell fellépnie, akkor, amikor a kultúra maga a világ egyik legnagyobb üzlete. Egy neves amerikai közgazdász-politológus mondta, hogy a kultúra harminc-egyven-ötven évvel ezelőtt csak hab volt a business tortáján, ma a torta maga. Legalább is a világbusiness tortájának egy jelentős része. A nemzetközi kommunikációs ipar ma nincs

Vitányi Iván

A kultúra helyzete a 20. század végén

151
K É K

képsorozatot vetítenk le. És hogy hányat játszanak a televízió különböző adásaiban. Hányat forgalmaznak videokazettán és hányat játszanak le belőlük klubokban, baráti társaságokban. Az Internetet még nem is említettem. Mindezt meg lehet becsülni, és ha mind összeszámolnánk, horribilis számot kapnánk. Ezt könnyű összehasonlítani a száz évvel ezelőtti helyzettel, hiszen akkor legfeljebb egy vagy két mozi működött még csak az országban.

Meg lehet becsülni a számszerű adatokat más műfajokban is. Hány könyvet adtak ki és hányat olvashattak, és hányat olvasnak most. Hány zenemű hangozhatott fel egy nap alatt és hány szólal meg most.

hátrányban a General Electric-szel vagy az autógyártással. A kultúráról ma már nem kell azt gondolnunk, hogy egy szegényes vállalkozás, nagyon is jövedelmező.

Nemcsak a kultúrát vizsgálhatjuk azonban ebből a szempontból. Az egész mai életnek van egy nagyon fontos mennyiségi oldala. Ma sokkal több ember él a földön, mint bármikor azelőtt, egyes számítások szerint ma több, mint 1950 előtti egymillió évben összevéve. Ilyen megrendítő arányok Malthus rémálmaiban sem szerepeltek. Ma sokkal több pénz van forgalomban, mint bármikor azelőtt. Éspedig nemcsak 10 vagy 20 százalékkal, hanem nagyságrendekkel több. És ez a pénz ma már nem kagylóban, nem fémben,

de még csak nem is papírbankókban jelenik meg. Az igazi pénz ma már egy gombnyomás a kompjuteren. És ha itt megnyomom (persze nem akárhol, tudni kell hol), akkor azonnal jegyezhetek magamnak valamit a tokiói tőzsdén. Almási Miklós szemléletesen mondta, hogy a pénz ma már egy elektronikus információs hullámköteg, amely mint felhő veszi körül a földet. A hullámcsomag itt száguld, árad és gomolyog fölöttünk, mi emberek úgy érezhetjük, hogy csak valamiféle csomósodásai vagyunk ennek a hullámtengernek.

Én ezt úgy szoktam kifejezni, hogy *megváltozott az emberiség halmazállapota*. A fogalom maga eredetileg azt jelenti, hogy a részek (a különböző molekulák) milyen kapcsolatban vannak egymással, mennyire szoros vagy laza közöttük a kötés és mi tartja őket össze. Így különbözteti meg a természettudomány az ismert halmazállapotokat, a mindennapi tapasztalatban hármat (légnemű, cseppfolyós, szilárd), valójában még többet (plazma, abszolút hideg).

Az emberi társadalomnak is vannak különböző halmazállapotai. Az első számút még közvetlenül az emberi szó tartja össze. A másodikat a kommunikáció rögzítése, az írás, hozzá a pénz és a piac. (Az írás és a pénz hasonló

TÜKÖR

minőségek, mindkettő rögzíti az információt.) És aztán van egy harmadik halmazállapot, amelyben egy az egész világot átható, globális pénzügyi, információs, gazdasági és kulturális rendszer jön létre. Az embernek ebben kell élnie, ebben kell viaskodnia.

Mindhárom „halmazállapotban” más a kultúra és a művészet helyzete és szerepe. A hagyományos paraszti társadalom közössége mondjuk ötszáz emberből állt. Aki ide született, gyermekkorától haláláig ebben élt, és ez alatt ezer vagy ezeröttszáz embert ismert meg. Ebből állt számára az egész emberi univerzum. A pszichológia tanúsága szerint egy modern ember sem tud több ismeretséget a fejében elraktározni. Ha az ember sétál a falujában, csupa olyan emberrel találkozik, akit ismer, sőt jól ismer. Ha mégis olyan jön szembe, akivel még nem találkozott, akkor elcsodálkozik. Ha az ember végigmegy egy hagyományos falu utcáján, megnézik, köszönnek neki és elvárják, hogy ő is köszönjön. Az ilyen közösségben a szerelem és a házasság is egyszerűbb dolog, hiszen az ötszázból mindössze húsz-harminc korban is megfelelő másnemű ember található és ők mind gyermekkoruktól fogva ismerik egymást. Tizenhét-húsz éves korára tehát mindenki tudja már, hogy kivel házasodjon össze és aztán élete végéig vele is él. Nem azért hűséges hozzá, mert ezt parancsolja az egyház, hanem mert az adott viszonyok között egyszerűen nem is gondol másra. A tárgyakkal is ilyen viszony alakul ki. Goethe írta le a Wertherben, hogy ebben az életben az ember minden

butornak, minden ruhának tudja az eredetét: ezt a nagyapám diófájából készítette az apám, azt pedig az anyám szőtte.

Mindez egészen más viszonyokat, egész más „halmazállapotot”, jelent, mint amiben ma élünk. Ma ha kimegyünk az utcára, mindennap ismeretlen emberek ezreivel találkozunk. Fel sem tűnik ez nekünk. Korban megfelelő másneműek is szákszámra vonulnak el előttünk, ezért úgy érezzük, választanunk lehet. A tárgyak eredeti ismeretlen, gyári, a tárgyak semlegesek.

Hány népdal, népmese, vagy más művészi alkotás él egy közösségben ezek közt a körülmények közt? Véletlenül tudjuk ezt, mert a negyvenes években - egymástól egyébként függetlenül - ezt vizsgálta Járdányi Pál és Vargyas Lajos. A magyar népdalkincs száma Bartók, Kodály és tanítványaik gyűjtésében több tízezer, de egy-egy faluban csak ötszáz vagy ezer él. Pontosan annyi, amit egy zeneileg tehetséges ember maga is a fejében tarthat. A kultúra variációkban él: *véges számú elemnek végtelen számú változatában*. Az ötszáz dallamnak rendkívül sok változata lehetséges, mint ahogy az asztalnak, vagy a szőttesnek is.

Ebben a szituációban más a választás szerepe is. Az embernek nem ilyen vagy olyan kultúra között kell elsősorban választania, hanem a kultúra és a nyomorúság között. Emlékszem, amikor néhány munkatársunk a Népművelési Intézetből először járt Kallós Zoltánnal Csángóföldön, és ott nemcsak a csángó népdalokkal ismerkedtek meg, hanem azzal a paraszti élettel, ami ma már másutt nincsen, sőt azóta

talán ott sem. Ott a kultúra nem árad bőven, nem nyújtja nekünk a bőség zavarát. Ellenkezőleg. A kultúra azt a keveset adja hozzá az ember küzdelméhez, ami az életet emberivé teszi. Amihez azért foggal-körömmel kell ragaszkodni. A népdal és az ünnepi ruha azért szép, mert általuk vagyunk azok, akik.

Az *érték* momentuma, amiről Csepeli György beszélt, itt még nem jelenik meg önálló alakban. Még a szó sem ismeretes, későbbi eredetű. Hadd hivatkozzam Balla Péter esetére. A nagy népdalkutatónak Mária néni elénekelt a *Rákóczi kisúrfi* balladáját. Péter bácsi nagyon meg volt hatódva és azt mondta: *Mária néni, bizony nagyon szép dal ez!* Mária néni azonban így felelt: *Bizony, nagyon szomorú sorsa volt szegénynek.* Mert az ő gondolkodásában nem szerepelt annak megfontolása, hogy egy dal szép-e. Ő csak arra figyelte, hogy Rákóczi kisúrfi nem kapta meg a szeretőjét. Ilyen történetet tudott még másik ötvenet, százat vagy kétszázat és ezekben a történetekben jelent meg neki a világ és a világról való ítélete egyaránt.

Ma egészen más világban élünk, és más jelent a kultúra. Ma végtelen mennyiséget öntenek ránk a kultúrából, ezért választani kell tudnunk a különböző ötetek között. Hatalmas apparátusok terjesztik a kultúra termékeit, a hatalmas mennyiségben az ember könnyen elvész. Más a halmazállapota az életnek és a kultúrának egyaránt.

Lehet ezt pesszimista módon szemlélni. Ekkor a kultúrának ezt a tömeges áradását szórakoztató kultúrának vagy tömegkultúrának szokták ne-

vezni. Azt modják, már annyira elönt bennünket, hogy az igazi, kultúra el isvész. Almási Miklós is ezt a viziót írta le egyik cikkében, hozzátéve, hogy mire a folyamat befejeződik, mire a kultúra teljesen elvész az árban, ő már szerencsére nem fog élni.

Valóban ez lesz a sorsunk? Nem volna lehetséges a fátummal szembeszállni? Nincs más megoldás?

Én azt hiszem, hogy miközben az emberi együttélés halmazállapota valóban megváltozik, az eredeti kapcsolatok mégsem vesznek el. Freud Zsigmond mondta, hogy természetesen óriási csoda a tele- és tömegkommunikáció (bár ő még csak a rádiót és a telefont ismerte belőle). Óriási csoda, hogy felveszem a telefont, fel tudom hívni New Yorkot vagy Tokiót és ott valakivel szót tudok váltani. Az igazi csoda azonban mégiscsak az, hogy ha találkozom egy másik emberrel, és megértjük egymást, emberként tudunk egymásra nézni, felelni tudunk a másoknak. Mert hát *mi a művészet?* - kérdezte Hegel. *Kérdés a visszadobbanó szívhez.* Művészet akkor van, ha van kérdés, és van szív, amely visszadobban. Hogy pedig milyen úton éri el a kérdés a másik embert, az ebből a szempontból nézve mellékes.

Ezért tehát azt gondolom, hogy a kultúrának ez az óriási mennyiségi kiterjedése, és egyáltalán, a mennyiségi viszonyoknak ez a féktelen előretörése, ami az utolsó évszázadot jellemezte, mégsem szüntette meg a primer emberi viszonyok hatályát. Szükségszerű, hogy bekövetkezzen az ellenirányú mozgás is. Ehhez persze

azt is vizsgálnunk kell, hogy *hogyan halad előre maga a történelem.*

A különböző halmazállapotokban különbözőképpen. Az elsöre az érvényes, amit már a bibliában is olvashattunk, hogy úgy halad mint az óra. Ahogy Madách mondta: évezredekig eljár tengelyét. Vagy ahogy Claude Lévy-Strauss leírta az *óraműszerű fejlődés* fogalmában. A második „halmazállapothoz”, azonban Lévy-Strauss megfogalmazásában a fejlődés metaforája társul: a *gőzmozdony*. Ez a modern világnak, a piaci gazdaságnak,

153
K É K

mindközönségesen a kapitalizmusnak az ideája és ideálja. Mindaddig, amíg ez is kétségessé vált, mert az emberek most már magához a haladáshoz tesznek kérdőjelet. Mert most már azt kérdezzük egymástól: „rendben van, most most már gazdagabbak, erősebbek vagyunk, többet tudunk, de vajon boldogabban vagyunk-e?”

Ennek a haladás-koncepciónak a leírásához most már új metafora kellett: az *ingáé*. Heller Égnes és Fehér Ferenc egész könyvet írt róla. Az inga egyszer erre leng ki, aztán arra, de közben talán az egész gépezet el tud mozdulni. Legalább annyira, hogy valamennyire mégis előremenjünk.

A magyar kultúra ingamozgása jelenleg más szakaszban tart, mint a

nyugateurópai országoké. Vonatkozik ez többek között a kultúra finanszírozására is. Ott megvannak a finanszírozásnak azok rendszerei (alapítványok stb.), amelyek az állami támogatás mellett a kultúra létét biztosítják. Nálunk ez ellentmondásosan történt: az állam ugyan visszavonulóban van, de az új rendszerek még nem erősödtek el. Eredménye a kultúra finanszírozásának rengeteg anomáliája, az az ismétlődő megalázó helyzet, amelyben a kulturális intézmények embereinek még a pusztá létezésükért is koldulni-

uk kell. Az itt szükséges viselkedésformák még megalázóbbak, mint pártállam idején. Akkor jobbára évenként egyszeri alkuról volt szó, aminek jobban megadták a módját, és a résztvevő tisztviselők - legalábbis az utolsó évtizedekben - már értettek hozzá. Most viszont minden intézménynek több pénzes banknál, cégnél kell fillérékért könyörögnie, sokszor hozzá nem értő emberektől.

Igazán itt lenne már az ideje, hogy az inga a kultúra felé lendüljön. Ehhez mindenekeelőtt az szükséges, hogy az

TÜKÖR

értelmiség a valódi szerepének megfelelő helyzetbe kerüljön, s ha nem engedik, lázadjon fel érte. Lázadni például az ellen a helyzet ellen, amit konferenciánkon Jordán Tamás és P. Szűcs Julianna olyan jól leírt. A kultúra nem érdemli meg, hogy legjobb képviselőit az elemi költségek megszerzéséért csapliztassák.

Konrád György és Szelényi Iván azt mondták egykor nevezetes szamizdat könyvükben, hogy az értelmiség két pólus között hányódik: az egyik maga a hatalom, a másik a hatalom kiszolgálása. És ez így is volt a múlt századtól a pártállamig. Azt is jelentette ez, hogy a költészetnek például mindig volt egy közvetlen politikai szerepe, olyasfajta, ami nyugaton ismeretlen. Gyakran megtörtént, hogy egy-egy versre a hatalom legfelső fórumai is rögtön reagáltak. Amerikában ez nem történhetett meg, akármit írt a költő vagy az író, még ha szidta is a hatalmat, az a füle botját sem mozdította rá. Nálunk azonban a kultúra hosszú ideig helyettesítette a politikát - mivel a politikában nem alakultak ki demokratikus viszonyok.

Ez a kor feltehetően elmúlt. A politikának nincs szüksége helyettesítőkre, éppen elég van belőle magától is. A kultúra szerepe most az, hogy a saját funkcióját töltsse be a társadalomban. Ezért azonban meg kell harcolni.

SZERZŐINK

AGÁRDI PÉTER (Bp. 1926) kritikus, irodalomtörténész. A Pécsi Janus Pannonius Tudományegyetem egyetemi docense, a Magyar Rádió Kuratóriumának elnöke. Irodalomtörténeti monográfiák, tanulmányok szerzője és szöveggyűjtemények összeállítója.

ANTALÓCZY TIMEA (Bp. 1969.) Szociológus, tanár. Az MTA Szociológiai Intézete tudományos munkatársa. A Bessenyei György Tanárképző Főiskola adjunktusa.

APPELSCHOFFER JÓZSEF (Komló, 1950.) A Magyar Aszfalt Kft. ügyvezető igazgatója.

BAJOMI-LÁZÁR PÉTER (Bp. 1969.) 1992. Pécs, az első hazai kalózádió megalapítója. CEU PhD jelölt hallgatója a politikatudományok tanszékén. Fő témája a közszolgáltatás megjelenési formái.

BALOGH ERIKA (Bp. 1962.) 1980 óta dolgozik a Magyar Televízióban. 1992 óta főleg gyermek és ifjúsági műsorokat készít. Fő érdeklődési területe a televízió hatása a gyerekek szociológiájára.

BALOGHNÉ BÁNÁTI JUDIT (Eger, 1970.) Óvodapedagógus. Jelenleg a „Sasszem 2000” Kft-ben dolgozik.

BOLYÁKI ATTILA (Mátészalka, 1958.) A Szamos TV ügyvezető igazgatója.

CSEPELI GYÖRGY (Bp. 1946.) Szociálpszichológus. ELTE tanszékvezető egyetemi tanár. A szociológiai tudományok doktora.

DESSEWFFY TIBOR (Bp. 1962.) szociológus. ELTE BTK Szociológiai és Szociálpszichológiai Intézetének adjunktusa. Kultúrszociológiai és posztmodern jelenségek vizsgálója.

GELENCSÉR GÁBOR (Bp. 1961.) Filmkritikus és folyóirat szerkesztő. Filmes szaktárgyakat oktat az ELTE BTK-n és a Filmművészeti Főiskolán. Publikációi főleg filmes szaklapokban jelennek meg.

A. GERGELY ANDRÁS (Bp., 1946.) Politológus. Az MTA Politikatudományi Intézetének munkatársa.

GYÖRFFY MIKLÓS (Bp. 1942.) Filmtörténész. Életének főbb állomásai: bölcsészeti tanulmányok, tanítás, műfordítás, filmforgatókönyvek, regényírás, egy Bergmanról és egy Antonioniról szóló monográfia, irodalmi és filmtanulmányok, kritikák. A Bergman-életműnek ma is kutatója.

HANKISS ELEMÉR (DEBRECEN, 1928.) szociológus. Az MTA Szociológiai Intézetének igazgatója. A társadalmi változásfolyamatok és érték módosulások kutatásával foglalkozik

HIDY PÉTER (Bp. 1940) szociológus. Az MTA Szociológiai Intézetének tudományos főmunkatársa. A kulturális intézmények szerkezetváltozását kíséri figyelemmel.

HORÁNYI ÖZSÉB (Bp. 1942.) JPTE Egyetemi tanár, kommunikációs kutató.

JORDÁN TAMÁS (Győr, 1943.) Színművész, a Merlin Színház igazgatója.

KEPECS GÁBOR (Bp. 1954.) Az ÁB Aegon Általános Biztosító Rt. vezérigazgatója.

KÜRTI ISTVÁN A Szerencsjáték Rt. PR igazgatója.

MANKÓ MÁRIA (Nyíregyháza, 1950.) Berzsenyi Dániel Tanárképző Főiskola Művelődéstudományi és Felnőttképzési tanszékének tanszékvezető tanára. Andragógiával, PR-területtel foglalkozik.

SZERZŐINK

NAGY BÁLINT (Bp. 1961.) A MATAV PR igazgatója.

SZOMBATI BÉLA (Mezőcsát, 1951.) Marketing kommunikációs közgazdász.

SZIJÁRTÓ IMRE (Sárvár, 1962.) Gimnáziumi tanár, KLTE oktató. Főbb érdeklődési területei médiapedagógia, tömegkultúra, orosz-, lengyel- és magyar filmművészet.

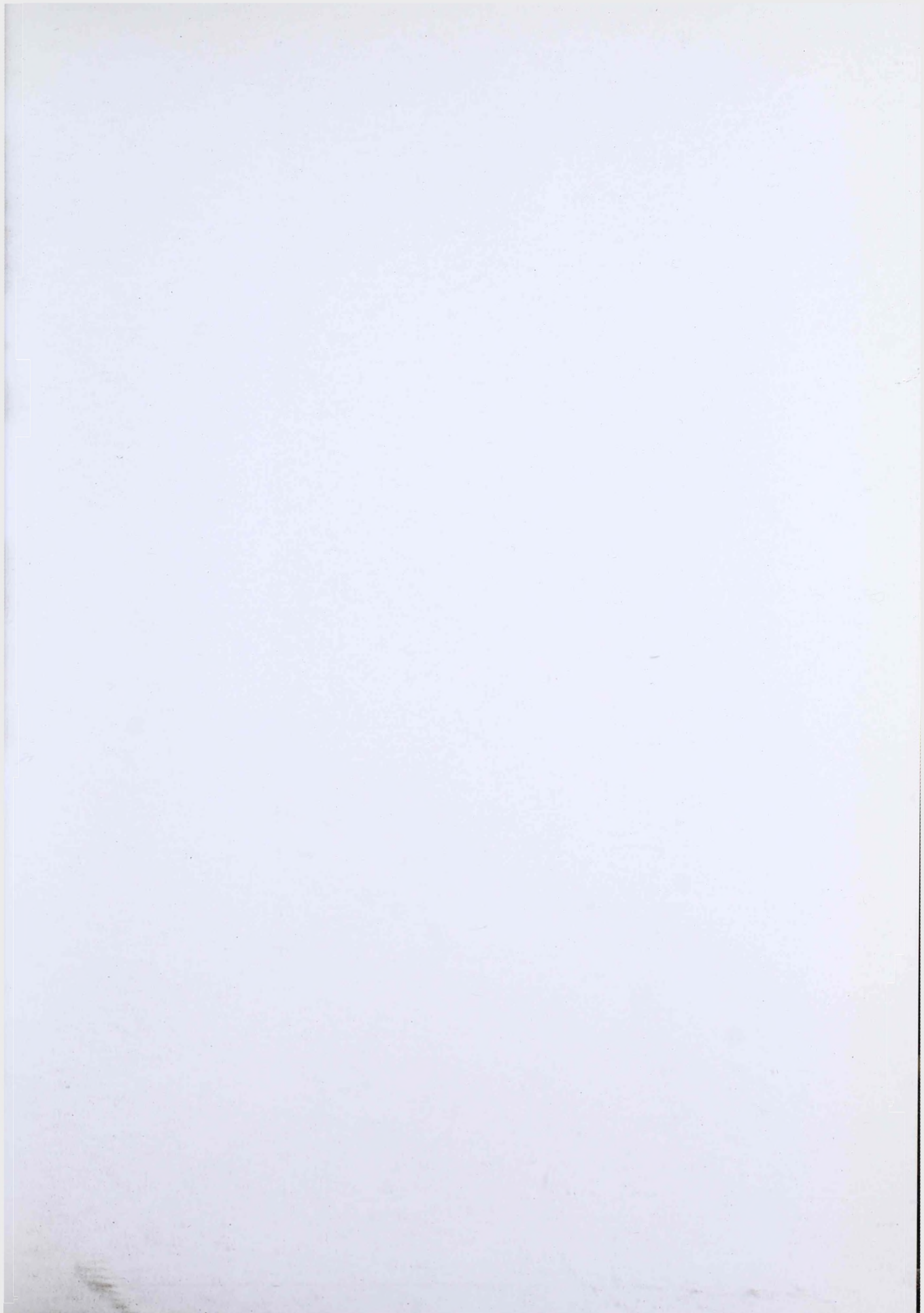
TÖRÖK GÁBOR (Tét, 1946.) A szombathelyi BDTF Művelődéstudományi- és Felnőttképzési Tanszék docense. Jelenleg kommunikációtudomá-

nyi, esztétikai és filmművészeti szaktárgyakat oktat. Korábban főleg művelődésszociológiai és amatőr-színházi írásokkal jelentkezett, újabban filmtárgyú publikációi jelennek meg folyóiratokban és napilapokban.

VARSÁNYI GYULA (Bp. 1948.) Kulturális újságíró, média szakértő, a Népszabadság c. napilap kulturális rovatának munkatársa.

VITÁNYI IVÁN (Debrecen, 1925.) szociológus, országgyűlési képviselő.

ZÁTONYI TIBOR (Bp. 1955.) fotóművész, az Iparművészeti Főiskola egyetemi adjunktusa.



250-

