

ELŐSZÓ

Sólyomfi Andrea Hanna – Virányi Péter

A propaganda a társadalmi kommunikáció egyik sajátos, de sokak érdeklődését kiváltó területe. Amikor az MTA II. világháború története albizottság 2018. november 16-án konferenciát szervezett Propaganda a II. világháborúban címmel, a JEL-KÉP ezért is fogadta örömmel azt a javaslatot, hogy tegyünk közé egy tematikus összeállítást a konferencián elhangzott előadások írott változatából.



Kétszeres szakértői bírálat (peer review) után öt tanulmány került be az összeállításba. Az első – a konferencia bevezető előadása – a propaganda történetén keresztül kísérletet tesz a propaganda fogalmának tisztázására és sokszínű, változékony természetének bemutatására. A többi négy tanulmány a teljesség igénye nélkül arról igyekszik egy-egy jellegzetes vonatkozásban képet adni, hogy a világháborús korszakban milyen propaganda hatások érték a társadalmat kezdve a revíziós propagandától a Horthy köré épült vezérkultuszon és a háborús propagandán keresztül az antiszemita indulatok gerjesztéséig. Mindeközben az írások kitérnek arra, hogy a megcélzott hatás elérése érdekében a propaganda milyen eszközöket, technikát vetett be: sajtótermékeket, plakátokat, jelszavakat, tömegrendezvényeket, és hogyan próbálták a sportot vagy éppen az építészetet is a propaganda szolgálatába állítani.

A PROPAGANDA TERMÉSZETE

Virányi Péter

peterviranyi@t-online.hu

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.3

Absztrakt

Tanulmányom a szakirodalom segítségével a propaganda történetén keresztül egyrészt kísérletet tesz a propaganda fogalmának tisztázására, másrészt a propaganda természetének bemutatásával egy szélesebb történelmi-társadalmi összefüggésre kíván rámutatni. Szembeállítottam a különböző definíciókat és kísérletet teszek egy saját értelmezés megfogalmazására. A propaganda a társadalmi kommunikáció egyik formája. Társadalmi termék, amelyet a társadalom tagjainak meggyőzésére állítanak elő. Az általam használt megfogalmazás főleg a propagandának a politikai marketinggel és reklámmal való kapcsolatára épül. Néhány sajátosságát a gyakorlat oldaláról is megvizsgáltam, többek között olyan témaköröket érintve mint a propaganda viszonyulása az információhoz és az igazsághoz, a propaganda intézményeinek egymáshoz való viszonya, a propaganda és a média kapcsolata, valamint a propaganda és a demokrácia összefüggései.

Kulcsszavak

marketing, reklám, politikai propaganda, média, indoktrináció, információ

THE NATURE OF PROPAGANDA

Péter Virányi

Abstract

My paper focuses on two bundles of questions. On the one hand, by overviewing the literature and the history of propaganda, I try to clarify the concept of propaganda, and on the other hand, by analysing the nature of propaganda, I would like to point out a wider historical and social relationship. I contrast the different definitions of propaganda and formulate my own interpretation of it. Propaganda is a form of social communication. As a social product, it is developed for the persuasion of the members of society. The wording I use is mainly based on the relationship between propaganda and political marketing and advertising. Among other things, I try to throw light on the relation of propaganda to information and truth, the relationship between propaganda and its institutions, the relationship between propaganda and media, the relationship between propaganda and democracy.

Keywords

marketing, advertising, political propaganda, media, indoctrination, information

A PROPAGANDA TERMÉSZETE

Virányi Péter

„A közvéleményt meg lehet mérgezni, de csak olyan méreggel, amelyik ízlik neki.”

(Fjodor Mihajlovics Dosztojevszkij)

Tanulmányom két területre irányul. Egyrészt a szakirodalom segítségével kísérletet teszek a propaganda fogalmának tisztázására, másrészt a propaganda természetének bemutatásával egy szélesebb történelmi összefüggésre kívánok rámutatni. Ehhez felhasználok Jonathan Auerbach és Russ Castronovo amerikai professzorok 2014-ben megjelent, a propagandáról írott gondolatait.

Az első propaganda

Adam Clarke brit metodista teológus szerint a propaganda a Bibliáig vezethető vissza. Isten tiltó parancsa a hamis beszámolók terjesztésére vonatkozóan a későbbi kommentátorokat arra buzdította, hogy óvjanak a „hazug hírek terjesztőitől”, akiknek az a bűnük, hogy elhintik a szét-húzás és a gyanakvás magvait, és megakadályozzák a béke megszilárdulását a földön. A tilalom a Tórából ered: „Ne terjessz rágalmakat néped között!” (Mózes 3. könyve, a Léviták szolgálatáról 19:16. Új fordítású Biblia) A Talmud-bölcsek még a Tóra intelmeit is tovább szigorították: a pletykát és a hamis híresztelést minden baj forrásának tartották olyannyira, hogy egyenértékűnek tekintették az Istentagadással. Angliában 1275-ben már királyi rendelet tiltja a hamis hírek terjesztését. „John Wesley, anglikán lelkész 1739-ben írt széljegyzete szerint az isteni tiltás nem pusztán rémhírek terjesztésére, hanem azok befogadására is vonatkozik. Az üzenet igazsága vagy hamissága csak az egyik fele annak, aminek megítélésére a Biblia utasít. Legalább annyira jelentősek, ha nem még jelentősebbek azok a helyek, amelyek az ókori média-láncolatban összekapcsolták a közlőt a befogadóval.” (Auerbach–Castronovo 2014)¹.

A kommunikációs lánc e két végének összekapcsolásai olyan cselekvésformák, amelyek látszatra hétköznapi cselekvések, de a hatalmuk mérhetetlenül nagy: a terjesztés, a forgalmazás és természetesen a propagálás. „A meggyőzés használatáról és etikájáról folyó viták legalább Szókratész és a szofisták közötti klasszikus vitára vezethetők vissza. Noha Platón *Gorgiásza* kétségeket fogalmaz meg a meggyőzés erkölcsösségét illetően – vajon a meggyőzés nem pusztán fortély, amellyel az érzelmre hatunk, és megalapozatlan ítéleteket hozunk létre? –, mindenesetre a céljaink számára az mindenképpen jelentőséggel bír, hogy ez a dialógus nem mérlegeli az ilyen típusú meggyőzés léptékét, sem pedig azokat az anyagi esz-

¹ Itt és a továbbiakban néhány idézetnél nincsenek feltüntetve az oldalszámok. Ennek az az oka, hogy az interneten online elért szövegeknél gyakran nincsen oldalszámozás.

közöket, amelyeket a retorika használ. Cicero tudományosabban fogalmazott, a meggyőzés három céljaként az elkápráztatás, a tanítás és a meggyőzés fogalmát adta meg.” (Auerbach–Castronovo 2014)

A *propaganda* kifejezés a latin *propagare*, ’terjeszteni’ jelentésű igéből ered, és annak a kongregációnak a feladataként vált hangsúlyossá, amelyet XV. Gergely pápa 1622. június 22-én alapított a katolikus hit terjesztésére. „A Sacra Congregatio de Propaganda Fide létrehozását az kényszerítette ki, hogy Európa jelentős részén katonai eszközökkel nem lehetett megállítani a protestantizmus terjedését, ezért más eszköz után kellett nézni... [A propaganda] a hit vatikáni terjesztéséhez kapcsolódó jelenség, [...] a területnövelést konnotálja, amit gyakran a hódítással kapcsolnak össze. Ritkábban a kertészeti gyakorlatra utal, ahogy az ültetéssel [...] elősegítik a növények sokasodását. Kulturális gyakorlatként a propaganda nem kevesebbel foglalkozik, mint azokkal a módozatokkal, ahogy az emberi lények kommunikálnak, különös tekintettel a magatartásformák, a képek, a hitek előállítására és széles körű terjesztésére.” (Auerbach–Castronovo 2014)

A propaganda nem sokáig maradt meg vallási-egyházi kontextusban. Kezdetben a propagandát főleg az új művészeti ágak, technológiai újdonságok népszerűsítésére használták. Például a reformáció idején a propaganda sokat segített a nyomtatás elterjedésében. A lutheri új egyházszervezeteknek őket szolgáló könyvekre volt szükségük. „Noha a fogalmat eredetileg a katolikus egyház hozta forgalomba, ezt követően az etimológiája egy döntő eltolódásra utal a francia forradalom idején, amikor a terminus jóval szekularizáltabb intézmények egész sorához kerül át. Ezt a fogalmat használták 1790-től kezdődően egész Európában mind a radikálisok, akik az Ész evangéliumát óhajtották terjeszteni, mind pedig az ellenforradalmárok, akik attól tartottak, hogy a ’propaganda’, amelyet a ’gonosz újítók’ által teremtett metaforikus szörnyként képzeltek el, viszályt fog szülni szerte a világon.” (Hunt 1984: 41) Ebben az újonnan előálló politikai kontextusban a propaganda vált a civil társadalom létrehozásának új bázisává azáltal, hogy széles körben hoztak olyan eszméket forgalomba, amelyeknek a középpontjában az általános szabadság és egyenlőség állt.

A politikai propaganda tulajdonképpen a politikai versengéssel és a politikai harccal egyidős. A modern politikai propaganda – az ideológia és a politika fúziójával, illetve a nyomdatechnika gyorsan terjedő eszközeinek felhasználásával – a francia forradalom idején jelent meg. Jean-Marie Domenach 1950-ben írt *La propagande politique* (Politikai propaganda) című munkájában így fogalmaz: „Akkor folyt le az első propaganda-hadjárat, s az volt az első háborús propaganda. Akkor szabadult fel és szervezkedett első ízben egy nemzet olyan doktrína nevében, amely egy csapásra az egyetemest célozta. Első ízben társul egy világnézet expanziója a bel- és külpolitikához, s e tény már önmagában természetszerűen kitermeli a propagandát.” (Domenach 1973: 48) A propaganda történetén végigtekintve folyvást ezt az összefüggést fedezzük fel, vagyis azt, hogy a propaganda tulajdonképpen nem más, mint a háború folytatása vagy helyettesítése egy másfajta technikával, netán hozzájárulás egy háború kirobbantásához. Elég csupán Joseph Pulitzer és William Randolph Hearst sajtóvezérek háborúval felérő vetélkedésére gondolni.

A propaganda a társadalmi kommunikáció egyik formája. Vagyis társadalmi termék, társadalom szülöttje, és csak ott működik. De nem a társadalom egésze hozza létre, hanem mesterségesen állítják elő a társadalom tagjai számára hasonlóan az interperszonális vagy a csoport- vagy a szervezeti avagy a tömegkommunikációhoz. Ha tovább megyünk ezen a logikai síkon, akkor Umberto Eco gondolataival is találkozunk összecsengést. Ő ugyan a tömegkultúráról szólt, amikor azt írta, hogy a „kultúraipar mindig is hajlamos volt arra, hogy előre csomagolt hatásokat adjon el, hogy a termékhez mellékelje a használati utasítást, az üzenethez a kiváltandó reakciót” (Eco 1976), mégis érdekesnek tűnhet, hogy ha a kultúraipar szót

behelyettesítjük a propagandával, minden megnyilvánulásában ott találjuk a jellemzőit: tipizálást, sztereotipizálást, konzervativizmust, mesterkéltséget, manipulálást.

Tanulmányozása rendkívül nagy jelentőségű a művészettörténet, a történelem, a teológia, a kommunikáció, az oktatás, a médiatanulmányok, az irodalmi elemzés, a retorika, a kultúraelmélet, politikatudomány, a pszichológia és a szociológia területén. „Mivel a propaganda olyan sok vizsgálati mezőt fon át a társadalomtudományokban, megújult és kitartó figyelmet igényel, mivel azt ígéri, hogy felélénkíti az olyan, egymással átfedésben levő fogalmakat, és maga is megújul az olyan fogalmak által, mint amilyen az ideológia, a publicitás, vagy az indoktrináció. A propagandának messze mutató következményei vannak, és mint összefüggő gyakorlat vagy gyakorlatok kötege alkalmas a célzott vizsgálatra, mivel sajátos eredettel és gazdag történelemmel bír, ami segít fogalmat alkotni arról, hogy a jelenben miként kerülnek információk forgalomba.” (Auerbach–Castronovo 2014).

A propaganda sokféle meghatározása

A propaganda fogalmának meghatározása meglehetősen nehéz, mert nem alakult ki egységes vélemény sem a tárgyát, sem a feladatait illetően. Ezért a propagandáról – vagy az egyes részletkérdéseiről – szóló feldolgozásokban a legkülönbözőbb értelmezési lehetőségek fordulnak elő. Azért van ez így, mert ez a tevékenység annyira szerteágazó és összetett, hogy nem lehet pár mondattal „jó” vagy „rossz” dologként beskatulyázni.

Karl Erik Rosengren, a svédországi Lund egyetem kommunikáció professzora szerint „propagandán nagyjából olyan, többé-kevésbé elfogult információt értünk, amit egy kormányzat vagy más hatalmi pozícióban levő szervezet saját érdekei szolgálatára terjeszt”. (Rosengren 2008: 201)

Anthony R. Pratkanis és Elliot Aronson amerikai pszichológusok a propagandán tömeges befolyásolást értenek, amely jelképekkel manipulál, és beveti a lélektan eszközeit. „A propaganda egy bizonyos nézet kifejtése azzal a végső céllal, hogy a befogadók tegyék magukévá a szóban forgó nézetet.” De tovább is mennek, amikor így folytatják: „A propaganda általában egy eszmerendszer, egy ideológia elfogadtatását szolgálja egy közönséggel, ha kell, hazugság és manipuláció útján.” (Pratkanis–Aronson 1992: 204)

Mielőtt még az első világháború tapasztalata melléköngékké terhelte volna meg a propaganda megértését, a fogalomhoz kevésbé eldöntött jelentések társultak. Az atrocitásokról szóló hamis történeteknek és hazafias látványosságoknak az áradata 1914 és 1918 között nemzeteket és emberek tömegeit vezette egy elhúzódozó háborúba. A propaganda első világháborús receptje így szólt: „Elfogult nézetek terjesztése, gyakran hazugság és csalás alkalmazása révén.” (Pratkanis–Aronson 1992: 204) „Németországban népszerű volt az a nézet – melyet Hitler is vallott –, hogy a szövetségesek remek propagandájuk miatt nyerték meg az első világháborút. Hitler képtelen volt elhinni, hogy az erős német hadsereget tiszta eszközökkel győzték le. Kellott lennie valami mágiának, amellyel a britek és az amerikaiak megverték ezt a legyőzhetetlen sereget – csak hadi eszközökkel ez nem történhetett volna meg. Ő egy ilyen varázsszert látott: a propagandát.” (*Múlt-Kor* 2018)

Az 1920-as és 1930-as évek közgondolkodását és tudományos gondolkodását a társadalmi kommunikációval kapcsolatban a lövedékelmélet (bullet theory) avagy injekcióstú modell jellemezte. Eszerint a média nagy és közvetlen hatást gyakorol az emberekre: a nyomtatott sajtóból, filmekből és filmhíradókból, köztéri plakátokból és a rádióból érkező üzenetek mintegy lövedékként csapódnak a közönség elméjébe, maradandó elváltozást okozva benne. Az elméletet a legkoherensebb formában Harold Lasswell (1902–1978) kommunikációkutató fejtette ki az 1927-ben írt *A világháború propagandatechnikái* című munkájában (Lasswell 1927). Lasswell arra volt kíváncsi, hogy az első világháborúban alkalmazott pro-

pagandatechnikák hogyan tudtak tömeges véleményváltozást kiváltani, és ezzel lángba borítani Európát. A közönséget olyan egynemű masszának tétélezte, amelynek valamennyi tagja egyformán reagál a lövedékként rá záporozó üzenetekre. A korabeli társadalomelmélet ténynek tekintette a személyes kötelékek meglazulását, a hagyományos identitások felbomlását, a társadalom atomizálódását (később a Riesman-i „magányos tömeg” megjelenését); a közönség kiszolgáltatottá válik a média manipulációs törekvéseinek, és a propaganda a néptömegek becsapásának, félrevezetésének hatékony eszközévé válik (Bajomi-Lázár 2006).

Lasswell részletesen leírta a sikeres propaganda eszközeit, köztük az ellenségkép megteremtését és a tudatos hazudozást. Ellenségnek jól azonosítható csoportokat vagy személy(eke)t kell megtenni, olyanokat, akik alkalmasak arra, hogy a befogadók rájuk vetíthessék kudarcukat, elnyomottságukat, sikertelenségeiket, és őket okolhassák saját nyomorúságukért, és bűnbakokat képezhessenek belőlük. A tényleges külső problémákat és válságokat fel kell nagyítani. Ez is segíti annak a nézetnek az elterjedését, hogy külső erők, az ország ellen támadók és összeesküvők a felelősek a nehézségekért. Lasswell kiemelte, hogy a háború megnyeréséhez egységes nemzeti támogatásra volt szükség, s ehhez az emberek tudatát kell ellenőrzés alatt tartani. Az ellenséget ördögi természetűnek kell ábrázolni, ugyanakkor rá kell mutatni, hogy nem legyőzhetetlen. Amennyiben hazudunk, akkor azt úgy tegyük, hogy csak azt követően lepleződjünk le, amikor a hazugság révén elindítani kívánt folyamatok már visszafordíthatatlanokká váltak. Alig néhány évvel később ezek a képzettársítások visszaigazolódtak, amikor a náci birodalom a propagandát az invázió és a népirtás eszközévé változtatta. Joseph Goebbels propaganda-miniszter szerint a lényeg „abban áll, hogy az embereket olyan őszintén, olyan mélyen nyerjük meg egy eszmének, hogy végül teljesen a magukévá tegyék.” (Doob 1950)

A propaganda vizsgálatának Lasswellhez hasonlóan kiemelkedő személyisége volt az USA-ban Edward Bernays (1891–1995), aki „nem csupán szakírója, hanem művelője is volt a propagandának: nagyvállalatoknak éppúgy adott tanácsokat, mint amerikai elnököknek.” (Kiss 2006) Művei, így a leggyakrabban említett *Crystallizing Public Opinion* (New York, Boni and Liveright, 1923) és a *Propaganda* (New York, Horace Liveright, 1928) hatást gyakoroltak a náci vezetőkre is, számos gondolata átkerült a *Mein Kampf*-ba, az általa írott könyvek ott sorakoztak Goebbels polcán. Bernays a propaganda és a public relations első komoly tudósa, aki párhuzamot vonva a két tevékenység között, a propaganda jelenségének megértéséhez egészen az antropológiai alapokig ásott le. Eszmerendszerében és módszertanában Gustave Le Bon tömeglélektani és Wilfred Trotter szociálpszichológiai tanait Sigmund Freud pszichoanalízisével ötvözte. Neki köszönhetjük az ’álesemény’ ötletét és elterjedését. Ez olyan esemény, amelyik kifejezetten PR, illetve propaganda céllal jön létre azért, hogy egy személynek, csoportnak, szervezetnek, ügynek, eszmének kedvező tömegkommunikációs tálalást biztosítson. Ilyenek például a sajtótájékoztatók és az ünnepélyes koszorúzások. Ha a propagandista képes arra, hogy az eszméket eseményekké és hírekké változtassa, akkor azok nagyobb figyelmet vonzanak és könnyebben befogadhatóvá válnak. (Kiss 2006)

Reklám és propaganda – propaganda és reklám

Kassák Lajos a *Nyugat* folyóiratnak A reklám és a művészet című tanácskozásán 1929-ben így foglalt állást: „A reklám és a propaganda közti különbség szerintem az, hogy a reklám valami üzleti vállalkozás produktumát dicséri, a propaganda valami közhasznú dolgot akar belevinni a köztudatba. A reklám egy cikket a másik cikk fölé emel: a propaganda kulturális munkát fejt ki.” (Virányi 2017: 62) Tény, hogy a propagandát leggyakrabban a politika használja, de a reklám nem szűkíthető le csupán a kereskedelmi hirdetésekre. Vajon mit kezdenénk a politikai vagy a társadalmi célú hirdetésekkkel, azokkal a reklámokkal, amelyek nem egyértelműen árut vagy szolgáltatást reklámoznak, hanem a helyes életmódra, életvitelre,

helytelen szokások megváltoztatására, adományozásra, választásokra, egészségünk védelmére stb. hívják fel a figyelmünket? „Amíg teljesen érhetőnek tartjuk, hogy egy színes nyakkendő, egy doboz mogyorós tejszokoládé, egy Ford kocsis vagy akár egy verseskötet megvásárlásához való kedvet ösztönünk, képzeletünk forrásaiból merítve, ezt az ösztönt és képzeletet igyekszik erősíteni bennünk a reklámművészet egész érzéki apparátusával az, aki el akarja adni nekünk; ugyanakkor riadtan és tétován tátjuk el szájunk, mikor ezekkel az eszközökkel a helyes politikai gondolkodás, az embertársainkkal való viselkedés, a jól felfogott közérdek elvont, csak értelmi képességekből, megismerésből, belátásból, okoskodásból táplálkozó eredményét igyekeznek elfogadtatni a tömeggel.” (Macskássy 1998: 52) Urbányi János 1930-ban kiadott *A reklám kézikönyvében* úgy fogalmaz, hogy a „propagandát űző az ellentétes nézeten lévővel (nem ellenféllel) békés úton, tárgyilagos, komoly érvek hangoztatásával kívánja véleményét elfogadtatni. Tárgy pedig a közügyekre vonatkozik.” Majd gondolatát így folytatja: „propaganda és a reklám valamilyen pozitívummal kívánja a közvéleményt megtelíteni, az agitáció megelégszik azzal, hogy egy negatívumot tud a közvéleménybe beoltani”. (Urbányi 1930: 5–6)

Ha a marketing oldaláról nézzük a propagandát, nem találhatunk kivétnevelőt abban, hogy a reklámmal szoros kapcsolatban áll. „A marketing értelmezése szerint minden a 'termék' kategóriába tartozik, ami eladható, legyen az jószág, szolgáltatás, ötlet stb. Ez teljesen megfelel a propaganda termékszerű megközelítésének. Egyfajta szolgáltatásról van szó. Ahogyan a politikai erők is egyre inkább önmagukat, illetve (szak)politikai ígéretüket akarják megismertetni, így válik egyre hasonlóbbá a marketing és ezen belül a politikai marketing a propagandához.” (Kiss 2006) A politikai propaganda és a politikai marketing, annak ellenére, hogy több publikáció egymás szinonimáinak tartja e fogalmakat, nem tekinthetők azonosak. A mindennapi szóhasználatban a politikai propaganda főleg a diktatórikus társadalmakkal asszociálódik úgy, mint az éppen hatalmon lévő pártok, illetőleg a kormány kommunikációja. A politikai marketing fogalomköre viszont jobban kötődik a demokráciához: pártok, politikusok kontextusában, civil mozgalmak körében használják. A propagandista államosítja a médiát vagy nyomást gyakorol rá, míg a politikai marketinges megvásárolja azt.

Bernard Brochand és Jacques Lendrevie *A reklám alapkönyve* című munkájukban úgy fogalmaznak, hogy „a reklám elkötelezett tömegkommunikáció”, majd úgy folytatják, hogy „tisztá lapokkal játszik, nem titkolja természetét és szándékait. A hirdető kézjegyével hitelesíti állításait és vállalja értük a felelősséget. A reklám kényszer nélkül cselekszik...” (Brochand–Lendrevie 2004: 12) A politikai nézetek ugyanolyan árucikkek, mint az ipari és a szolgáltatási termékek, s ezért ugyanolyan reklámkampányokban népszerűsíthetők. „Régi igazság, amit a gyakorlat bizonyít, miszerint: ha minden egyéb feltétel azonos, vagy azonosnak látszik, a vevők az ismerősebb márkát választják.” (Aronson 1987: 7) Nincs ez másképpen a politikai propagandánál sem, amely arra épít, hogy az emberek többsége általában nem, vagy csak korlátozottan érti, fogja fel, hogy mi játszódik le a gazdaságban vagy a politika színterén, és bizonyos társadalmi folyamatoknak milyen hatásai vannak. A politikai propaganda a modern kereskedelmi reklámhoz hasonló elven alapul: az áruként eladandó politikai irányzatról vagy politikusról azt sugallja, hogy megoldást kínál a problémákra. A politikai propaganda azt akarja elérni, hogy a befogadó úgy vélje, az általa közvetített valóságmodell a helyes, vagy legalábbis az elfogadható valóságképek egyike (Aronson 1987: 73). A politikai propaganda azonban, eltérően a kereskedelmi reklámoktól, többnyire nem hív fel közvetlen cselekvésre, és a hatékonysága nem mérhető az eladott áru vagy szolgáltatás mennyiségével, mint a reklámé. Ettől eltér a választási hirdetés vagy a háborús propaganda, amely a választáson való részvételre, illetve a háború tevőleges támogatására vagy a hadseregbe való belépésre szólít fel.

Jakusné Harnos Éva *A kereskedelmi és a politikai propaganda nyelvi eszközei* című tanulmányában arra hívja fel a figyelmet, hogy „a hírszövegek írói is azt a látszatot keltik, hogy tényszerűen információkat közölnek a világról. A témák kiválasztását és a hírek

szerkesztését azonban egyaránt befolyásolja a közlő valóságmodellje. A befogadóra való hatás szándéka itt másként jelentkezik, mint például a kereskedelmi propaganda (reklám) esetében. A kereskedelmi reklám arról akarja meggyőzni a fogyasztót, hogy szüksége van a kínált termékre vagy szolgáltatásra; hogy az megoldást jelent valamilyen problémájára, ezért meg kell vásárolnia” (Jakusné 2005: 426). Egy eszmét, nézetet, ideológiát éppen úgy kell reklámozni, mint egy mosóport; eszközökben, módszerekben nincs különbség.

Az 1929. évi müncheni Nemzetközi Reklám kiállításon, a legelső kiállító-teremben feltűnő plakát fogadta a látogatót. „A plakát egy emberi fejet ábrázolt, abban a pillanatban, amikor egy hatalmas kalapács sújt rá. A plakát alatt ez a szó állt: A reklám) Azóta sem határozta meg száz és száz tanulmány ilyen pontosan a reklám természetét, mint ez a maró gúnnyal és józan logikával felrajzolt morbid plakát. Mert mi más a reklám, mint a csendes túréssel és beletörődéssel odatartott főre hulló kalapács-ütés? A kalapács a reklám. A kalapács-ütés fogalmában benne van a reklám mindhárom alkotó eleme: a külső, szándékos erő, mely sújtani (hatni) akar, az eszköz, mely elvégzi ezt az ütést (hat), és végül az egyén legértékesebbnek mondott, valójában azonban legkönnyebben befolyásolható szellemi tulajdonsága: az ítélőképessége.” (Fekete 1940: 111) Ha e szövegben a „reklám” szót a „propaganda” szóra cseréljük, akkor az utóbbinak is megragadtuk a lényegét.

Összegezve a fentieket, „a propaganda [...] a marketingkommunikáció elemeként egy olyan technika, amely elősegíti bizonyos nézetek, eszmék, ideológiák megismerését, terjesztését, bevését, elsajátítását. Célja: hogy az emberek attitűdjét, érzelmeit, gondolkodását, magatartását, viselkedését egy adott nézettel kapcsolatosan az elfogadás irányába befolyásolja, megerősítse. Vagyis informál, befolyásol és tudatot formál. A propaganda által bevetett eszközök, elvek, eljárások, technikák, a médiumok, szervezetek a szűken értelmezett reklámozással azonosak. Mint technika, a reklámot utánozza. A propaganda a reklámozás eszközeit, módszereit felhasználva, nem csak értéket közvetít, hanem értéket is teremt.” (Virányi 2017: 34)

A propaganda néhány sajátosságáról Jonathan Auerbach és Russ Castrownó Tizenhárom tézis a propagandáról című írása alapján

A közbeszédben a fogalom igencsak negatív kicsengésű

Ma a „propaganda” szó meglehetősen negatív konnotációval rendelkezik, említésekor Hitler, Göbbels, Sztálin, a vörös csillag és választási kortes beszédek ugranak be, és nem például társadalmi célú, pozitív tartalmú hirdetések. Azonban a tekintélyelvű rendszerek – például a hitleri Németország, a sztálini Szovjetunió, a Mao vezetése alatti időszakban Kína, vagy Fidel Castro idejében Kuba – pozitív értelemben használták. Ennek is tudható be, hogy a propaganda említése rossz érzést vált ki az emberekben, pedig a tartalma nem csak a manipulációról, a hazugságról szól. ”A propaganda önmagában nem gonosz vagy immorális. George Orwell, amikor a II. világháború alatt a BBC Tengerentúli Hivatalában dolgozott rádiós előadóként, azt a látszólagos paradoxont fogalmazta meg, hogy ’minden propaganda hazudik, még akkor is, ha némelyik az igazat mondja.’ (Naplóbejegyzés, 1942. március 14.) Orwell arra tapintott rá, hogy nem egy bizonyos állítás igaz mivolta a központi kérdés, ami alapján megítélhetjük a propagandát. Ehelyett a problémát sokkal súlyosabbnak fogalmazza újra azáltal, hogy a terjesztés minden aktusát lényegileg tisztességtelenként ítéli el. De mint ahogy azt már korábban említettük, ez a szinte önkéntelen közhely, amely szerint a propaganda természetétől fogva tisztességtelen és megtévesztő, egyenesen következett a propaganda gyakorlatából, különösen az első világháború alatti és az azt követő kölcsönös vádaskodásból Németország és az ellenségei között. Ezzel szemben a propagandának az első világháborút megelőző majdnem háromszáz éves gyakorlata és fogalma egy sokkal jóindulatúbb történetet

sejtet, mivel a fogalom az olyan mozgalmakhoz kapcsolódik, mint a szüfrazsett mozgalom, a rabszolgaság eltörlése és a környezetvédelem.” (Auerbach–Castronovo 2014)

Jacques Ellul (1973) szerint sokakban az a téves meggyőződés él, hogy a propaganda csupán hazugságokból áll, vagyis ami igaz, az nem is propaganda. Aki azonban úgy véli, hogy immunis a propagandára, mert meg tudja ítélni, mi igaz és mi nem, az csapdába esik. Ugyanis, amikor a propaganda tényszerű dolgokat állít, azt fogja hinni, hogy az nem propaganda. Egy szónak, fogalomnak önmagában nincs előjele. Használatakor derül ki, hogy pozitív vagy negatív, jó vagy rossz tulajdonságokkal rendelkezik. De ez még mindig nem elég a megítéléshez, hiszen akár a metakommunikáció, akár a mögöttes tartalom, akár a konkrét szituáció (ahol és amikor a fogalmat használjuk) megváltoztathatja a szó, a fogalom értelmét. Például a „pozitív” szó önmagában véve a köznyelvben jót jelent, valamilyen jó dologra asszociálunk hallatán. De vajon ezt gondoljuk akkor is, amikor valakinek a tüdőrák lelete mutat ilyen eredményt?

Propaganda és információ

„A propaganda és az információ közötti viszony cseppfolyós, kontextustól és funkciótól függően változik. [...] Az időjárásról szóló információt is felhasználhatja az éghajlatváltozásról, a globális felmelegedésről, az üvegházhatásról szóló elkötelezett érvelés és az áltudomány: ez a változó nomenklatúra egyszerűen rámutathat arra, hogy az információ és a propaganda közötti határ változékony és labilis.” (Auerbach–Castronovo 2014)

Vajon van-e különbség információ, igazság és propaganda között – teszi fel a kérdést Stanley B. Cunningham (1989). „Az információ és értelmezése természeténél fogva sokféle. A propaganda nem ott kezdődik, ahol a tényeket a hamisított adatok váltják fel, hanem ahol a propagandista elkezdti őket szelektálni, majd pedig interpretálni.” (Kiss 2006) Tanulságos, ahogy Hitler a *Mein Kampf*-ban vélekedett a propaganda feladatáról: „A propaganda funkciója nem az, hogy mérlegelje az emberek igazságát, hanem, hogy kizárólagosan hangsúlyozza a mi igazságunkat, amelyért működésbe hoztuk. Dolga nem az, hogy az igazság tárgyilagos lenyomata legyen.” (Rudas 2012)

Edward Herman közgazdász és Noam Chomsky nyelvész *Az egyetértés-gépezet: A tömegmédiák politikai gazdaságtana* című könyvükben leírt propagandamodell szerint a média és a hatalom viszonyát öt tényező határozza meg (Herman–Chomsky 2016). Öt olyan „szűrő” létezik, amelyeken az információnak át kell jutnia, hogy a média terjeszteni kezdje. Ezeket a szűrőket pedig szinte csak olyan hírek és vélemények juthatnak át, amelyek megfelelnek a mindenkori hatalom érdekeinek. Ez nem tudatos tervezés eredménye, e szűrők mind elkülönült gazdasági folyamatok termékei, együttműködve mégis propagandagépezetté alakítják a médiát.

1. *A média tulajdonosi szerkezete és profitorientáltsága.* A médiavállalkozások többnyire profitorientált üzleti vállalkozások: céljuk a piaci siker, nem pedig a nyilvánosság tájékoztatása.
2. *Hirdetési bevételekből nagyobb profitra tehet szert egy médiavállalkozás,* mint pusztán a médiatermékek eladásából. Ez azt jelenti, hogy a hirdető számára vonzó médiafelületek piaci előnyre tesznek szert és kiszorítják a többi, ám egyúttal kiszolgáltatottá is válnak a hirdetőknél.
3. *A hírforrások szűkössége,* vagyis a média jórészt csak olyan forrásokból szerezheti be információit, amelyek a politikai és pénzügyi elit közvetlen befolyása alatt állnak.
4. *A negyedik szűrő az úgynevezett „flak”, azaz „lejárás”,* egy médiaállásponttal vagy műsorral kapcsolatos negatív visszhang. Ez érkezik felháborodott nézőktől, megsértett közszereplőktől, de akár állami vagy kormányzati szervektől is. A kor-

mányzat egy-egy nemkívánatos hírre reagálva olyan jogszabályokat is hozhat, melyek jócskán megnehezítik a média életét.

- Végül a már igazi szitokszavakká vált *neokommunizmus és neoliberalizmus* fogalmak használata. Elegendő csupán az úgynevezett Finkelstein-formulára gondolni, miszerint: „címkézz valakit liberálisnak, építsd hozzá a nevéhez valahogy a jelzőt, és ismételd a végtelenségig.” Ezt Finkelsteinről a kilencvenes évek végén Mark Mellman, egy washingtoni demokrata elemző cég, a Mellman Group vezetője nyilatkozta. „Sajátíts ki egy szót az emberek fejében” – ahogy Al Ries és Jack Trout fogalmazták meg *Marketingháború* című könyvükben (Ries–Trout 1996).

A társadalom uralkodó osztályai, csoportjai – legyen szó akár diktatórikus, akár demokratikus társadalomról – mindig igyekeztek ellenőrzésük alá vonni a médiumokat. A CBS hírek egykori elnöke Richard Sabant így fogalmazott: „A mi feladatunk nem az, hogy azt adjuk az embereknek, amit akarnak, hanem hogy azt adjuk nekik, amit mi fontosnak tartunk.” Azt pedig, hogy a média mit tart fontosnak, a tulajdonosok, a pénzhatalom háttér-emberei diktálják, a manipulációs szakértők csak végrehajtók.

Több teória született azzal kapcsolatosan, hogy az emberek miként válogatják ki a számukra fontos vagy az érdektelen információkat. Erre a kérdésre keresi a választ Joseph Klapper *A tömegkommunikáció hatásai* című munkájában (Klapper 1969). Szerinte az emberek szelektíven érzékelik a feléjük záporozó információkat. A szelekciónak három szintjét különböztette meg:

- Szelektív válogatás*: az emberek nem követik figyelemmel azokat a médiumokat, melyek az ő véleményükkel ellentétes információkat közölnek
- Szelektív észlelés*: ha mégis meghallanak olyan információt, ami az ő véleményükkel ellentétes, akkor azt egyszerűen semmibe veszik.
- Szelektív emlékezés*: ha (véletlenül) meghallgatják a véleményükkel nem egyező információkat, akkor azokat hamar el is felejtik.

Ez az információszelekció azért jöhet létre, mert az emberek lehetőség szerint kerülnek a diszsonáns helyzeteket, próbálják nem meghallani azokat az információkat, amelyek felépült világmépük újragondolására készítenék őket. A média hatása nem a véleményváltozás kiváltásában, hanem a már meglévő vélemények megerősítésében mutatkozik meg (Bajomi-Lázár 2006). A választási kampányok nem a biztos pártválasztókat célozzák meg, hiszen ők elkötelezettek egy párt mellett, hanem az ingadozókat, hogy érveket adjanak számukra a pártválasztáshoz.

A propaganda minden gyakorlatát intézmények viszonyában kell értelmezni. Így megkülönböztethetünk vallási propagandát, kultúra propagandát, politikai propagandát, kereskedelmi propagandát, állami propagandát, háborús propagandát és még hosszan lehet sorolni a fajtáit. „Míg a vallási intézmények hajlottak arra, hogy nyilvánossá tegyék propagandisztikus tevékenységüket, a nevelési intézmények gyakran szegénylősek, amikor a propagandához való közelségükről van szó. A gazdasági, politikai és vallási ügyeket érintő, közvetett és kevésbé erőszakos jellegű propagandát *indoktrinációnak* hívjuk.” (Rosengren 2008: 203) „Nincs olyan ország, ahol a tömegkommunikációban megjelenő tartalmak egy része ne lenne indoktrinatív jellegű, és nemcsak a gazdasági és politikai kontextusokban, hanem a szórakoztatásban, a fikcióban és oktatás minden területén is. Általánosan fogalmazva a propaganda és az indoktrináció egyaránt a szocializáció és reszocializáció sajátos esetének tekinthető.” (Auerbach–Castronovo 2014) Karinthy Frigyes a tőle megszokott humorral és iróniával így érzékeltette a helyzetet: „[...] Egy új pedagógus a fizika és matematika törvényeit egyszerre csak úgy kezdi népszerűsíteni, hogy bevezetés és magyarázás helyett plakátokat és lelkesítő füzeteket olvastat tanítványaival. 'Éljen az egyedül érvényes binomiális tétel!', 'Püthagorasz

hívei, egyesüljete!’’, ’Csak az egyszeregy és az önbizalom vezethet ki a káoszból!’’, ’Harcoljunk a hármasszabályért és mienk a jövő!’’, ’Einstein ennek a nemzedéknek Megváltója!’ feliratokkal, s kísérletek bemutatása helyett kokárdás, lampionos, sisakos felvonulást rendez tanítványaiból, tüntetni Newton igazsága mellett, mielőtt Newton igazságát kipróbálta és bebizonyította volna előttünk. [...]” (*Pesti Napló* 1935. május 7.)

A propaganda minden médiumban szerepet kap

Annak, hogy a propaganda csak korlátozott mértékben és áttételesen képes befolyásolni a közönséget, az az oka, hogy a különböző médiumok, amelyek a csatorna szerepét töltik be a propaganda vonatkozásában (is), csak egy az embereket befolyásoló számos tényező között, így nem lehetséges teljesen egy adott médium tulajdonságai alapján definiálni. A befolyásoló tényezők sorában ott van a család, az iskola, az egyház, a munkahely, a barátok, a kortárs-csoportok stb. A különböző szocializációs ágensek különböző nézeteket, értékeket, mintákat közvetítenek, és együtt hatnak az emberekre. Ezen hatások között pedig a propaganda hatását nem lehet elkülöníteni a többitől – már csak azért sem, mert a különböző társadalmi hatások a médiát, rajtuk keresztül a propagandát is folyamatosan alakítják.

A történelem során kialakult sokcsatornás és sokszínű médiapiacon nem beszélhetünk egységes propagandaképről. Az azonos propagandisztikus célok gyakorta ellentétes üzeneteket fogalmaznak meg. Gondoljunk csak a pártok választási üzeneteire: a cél azonos, az adott párt győzelme, az üzenetek azonban igencsak eltérőek. „A média hatásának kérdései különösen a politikai propaganda és kampány, a médiaerőszak és a gyűlöletbeszéd kontextusában merülnek fel. És miután ezek a napi politizálás részei – és legyen ez formális, vagy informális fórumokon – az információ forrása a média. De nem a hírvivő tehet a hírről. Amiről viszont tehet, hogy hogyan, miképpen tálalja, csomagolja.” (Bajomi-Lázár Péter 2006)

A propaganda akkor hatásos, ha totális

A totalitárius rezsimek úgy maximalizálják a hatalmukat, hogy kiterjesztik a felügyeletüket a szigorú értelemben vett politikán túl a kultúrára, a nevelésre, oktatásra és nem ritkán az egyházra. Nem egyszer előfordul, hogy a törvényhozás házában imádkoznak, a templomban meg politizálnak. Jacques Ellul, francia szociológus *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes* című könyve fordulópont, sőt inkább töréspont a propagandakutatások történetében (Ellul 1973). A propagandakutatás sokáig főleg a háborús és a totalitárius propagandával foglalkozott. Ellul azonban olyan felfogást dolgozott ki, amelynek alapján a propaganda feltalálási helye sokkal szélesebb, mint korábban gondolták. A propaganda nemcsak a diktatúrák kelte, de a demokratikus elveket hirdető technológiai társadalomnak, a szakértők irányította világnak is szükségszerű, kiküszöbölhetetlen eleme. Ellul a modern társadalom és ezen belül a propaganda alapvető logikáját keresi a műveiben. Ezt a technikában találja meg. Nem a gépek uralmáról van szó, hanem egy gondolkodásmódról, amely mindent technikai problémaként fog fel. A propaganda a mindenütt problémákat látó és megoldásokat kereső modern gondolkodás terméke, a technikai univerzum része, azaz: eszköz. Az eszköznek pedig egyedül a hatékonysága számít. Íme a propaganda technikájának néhány jellemzője:

- ◆ Egyszerre fordul az egyénhez és a tömeghez.
- ◆ Totális: „az összes rendelkezésére álló eszközt alkalmaznia kell, nem csupán egy-egy eszközt, mintegy véletlenszerűen. Mindegyik eszköz másképpen hat, más oldalról dolgozza meg a közönséget. Az egyes eszközöket egymással kölcsönhatásban kell alkalmazni.” (Kiss 2006) Tömegkommunikációs szempontból a totális propaganda lényegéhez tartozik, hogy a tömegkommunikációs csatornához kapcsolódó technikai eszközöket egyetlen hatalmi központból irányított intéz-

ményrendszer működtesse. A sajtón, rádión, televízión és tömegrendezvényeken közvetített politikai gondolatok összekapcsolódnak a szórakoztatással. A néptömegek szórakozása-szórakoztatása közben újra és újra felbukkannak politikai üzenetek, jelszavak. A kanadai kommunikáció-teoretikus McLuhant idézve: “Bármely médium vagy technológia ’üzenete’ az a lépték-, ritmus- vagy mintaváltozás, amit az adott médium vagy technológia létrehoz az emberi tevékenységekben, kapcsolatokban.” (McLuhan 2001: 7) A média és az általa közvetített propaganda nemcsak az emberek eszéhez és ítélőképességéhez szól, hanem az emberi személyiség érzelmi tényezőihez is: az ideológiai racionális összetevő egyben emotív tartalom hordozója is.

- ◆ A hatékony propagandának „folyamatosnak és tartósnak kell lennie. A propagandának sajátos zárt világban kell tartania az egyént, nem szabad olyan szüneteket hagynia, amelyek elgondolkodtathatják, és esetleg képessé tehetik arra, hogy mintegy kívülről reflektáljon a propagandára. Ez a folytonosság azért is fontos, mert az ismétlés lényegi hatáseleme a propagandának. Az üzenet úgy ivódik be, ha állandóan ismételtetjük. Teljesen mindegy, hogy egy adott mondatnak van-e igazságtartalma vagy nincs, ha sokat ismételtetjük, igazzá válik. Következésképpen a propaganda nem egyszeri lökésekkel dolgozik, hanem impulzusokkal, sorozatos ütésekkel, nehogy a hatás elhaljon.” (Kiss 2006)

Minél egyszerűbben

A propagandáról készült 20. századi tanulmányok a lakosságra úgy tekintettek, mint amelyet a manipuláció mesterei általában meggyőzhetnek, könnyen alakíthatnak és formálhatnak. Még mielőtt a náciizmus támogatta volna ezt a szemléletmódot, Friedrich Schillernek az 1795-ben az esztétikai nevelésről írott művében megjelent az állampolgárokról, mint „alaktalan tömegről” alkotott kép, amely az állam gyakorlott szobrászkezőre vár, hogy habozás nélkül erőszakot kövessen el rajta (Schiller 1960). Majd a tömegpszichológiai kutatások, köztük nem utolsósorban Gustave Le Bon francia szociálpszichológus munkái erősítették meg azt a nézetet, hogy az emberek csoportként olyan tetteket is végrehajthatnak, amelyeket egyénenként soha nem tennének. A tömeg más, mint az alkotó individuumok összessége. A tömegben az egyén elveszti kritikai érzékét, és a tömeg esetleg pusztítóvá válik. Le Bon világosan fogalmaz: „Aki vezetni akarja a tömegeket, annak az érzelmeire, és sohasem az értelmére kell hatnia” – írta 1895-ben *A tömegek lélektana* című könyvében. Ezt a véleményt a 20. század első feléig nagyon sokan osztották, később azonban a szociálpszichológia fejlődésével egyén és tömeg viszonyának kérdésében ellentétes nézetek is napvilágot láttak, melyek szerint a tömeg igenis visszavezethető az individuumokra. A tömeg belülről differenciálható, el lehet különíteni olyan típusokat, amelyekre azonos magatartási minták, vágyak, attitűdök jellemzőek.

A propaganda nem intellektuális műfaj. Ez a megállapítás Hitlernél is nagy hangsúlyt kapott: „Nem szükséges, hogy a nép tudatosan gondolkodjék, hiszen az emberek felfogóképessége amúgy is meglehetősen korlátozott, intelligenciájuk csekély, viszont igen gyorsan felejtnek.” (Rudas 2012) Ezért azon is könnyen túlteszik magukat, amikor a vezetők meglehetősen nagy, néha 180 fokos fordulatokat tesznek.

És hogy a náci propaganda működésénél maradjunk, Goebbels szerint a propaganda hatékonyságának egyik fő eleme az egyszerűsítés, és ennek meg is adta a receptjét (Doob 1950, Bacárszki 2015):

1. Kerüld az elvont gondolatokat, és az érzelmeket vedd célba!
2. Kevés üzenetet küldj, de azokat folyamatosan sulykold!
3. Használj felszínes, általánosító véleményeket, sztereotípiákat!

4. Az érvelés legyen egyoldalú – soha ne árnyalj!
5. Folyamatosan kritizáld az ellenfeledet!
6. Keress egy ellenségképet és folyamatosan rágalmazd! Ezek az elemek a történelem során univerzálisnak mutatkoztak – bármit és bárkit be lehet helyettesíteni, logikája a mai napig jól működik.

A propagandának az érzelmek széles skáláját kell hasznosítania

[A propagandának] „túl a negatív érzelmeken, mint amilyen a gyűlölet, a félelem, az irigység, olyan pozitív érzéseket is magába kell foglalnia, mint az öröm, az élvezet, a biztonság, az odatartozás, a büszkeség, hazaszeretet, stb.” (Auerbach–Castronovo 2014) Hitler is azt hangsúlyozta a *Mein Kampf*-ban, hogy „a propagandának mindig a tömegek felé kell irányulnia. Feladata nem a tudományos igényű ismeretátadás, hanem a tömeg figyelmének felhívása bizonyos tényekre, eseményekre. Minden propagandának népszerűnek kell lennie, és szellemi színvonalát a felvilágosítandók legkevésbé képzett rétegének befogadóképességéhez kell szabni.” (Rubicon 2018: 69–75) Köztudott, hogy ha az érzelmeket célzó információ a befogadó olyan attitűdjeit célozza meg, mint például a harmonikusabb élet utáni vágy vagy a családi biztonság, akkor a reklámozott termék (politikai felhívás) is szimpatikusabbá válik számára.

Az amerikaiak az első világháború során létrehozták a Tájékoztatási Bizottságot (United States Committee on Public Information), aminek két fő célja volt. Egyik az „atrocitás sztorik” vizsgálata: annak kiderítése, hogy hogyan lehet félelmet és gyűlöletet kelteni, illetve olyan történetet konstruálni, amiből az derül ki, hogy az ellenség kegyetlen (megerőszkolja asszonyainkat, szétveri templomainkat, stb.). Hatékony módszer a félelemkeltés: aki fél, az nem száll szembe a propaganda által hirdetett „abszolút igazsággal”, sőt ő maga lesz elkötelezett, lelkes közvetítője. Másik taktika az ellenség vezetőinek módszeres karaktergyilkossága és lejáratása.

A propaganda a demokratikus társadalmak hozadéka

Találd fel a nyomtatott sajtót, és a demokrácia elkerülhetlenné válik, jegyzi meg 1837-ben a skót történetíró, Thomas Carlyle, rámutatva, hogy a könyvnyomtatás feltalálása miként növeli meg oly módon az információ hatókörét és sebességét, hogy az egész lakosság a meggyőzés tárgyává válhat. (Carlyle 1837). Az amerikai filozófus, John Dewey 1927-ben így kontrázik: „Találd fel a vasutat, a telegráfot, a tömeggyártást, az emberek koncentrálódását a városokba, és a demokratikus kormányzás bizonyos formái, emberi számítás szerint elkerülhetlenné.” (Dewey 1927: 110) A szofisztikált elosztási technikák és a kiterjedt kommunikációs hálózatok valóban galvanizálták az Egyesült Államok lakosságát, de nem kizárólag az önkormányzatiság növelése, hanem az európai háborúba való beleegyezés érdekében. Míg a háborúba való belépést azzal a szlogenel igazolták, hogy „biztosabbá teszik a világot a demokrácia számára”, a háború alatt a propaganda gondoskodott arról, hogy a lakosság egyet is értsen az események ilyen értelmezésével. Ugyanígy napjainkban is leírhatnánk, hogy: találd fel a tévét, a mobiltelefont, az internetet, és szeretnénk azzal folytatni, hogy ebből (több, jobb) demokrácia következik. Úgy tűnik azonban, hogy biztosabb tipp, ha pusztán annyit mondunk, hogy ezek az új kommunikációs eszközök a közösségi vélemények egyre erőteljesebb formálására tett kísérletek. „Megváltozott az egész információgazdálkodás, ami azt jelenti, hogy manapság szeretik elárasztani információval, adatokkal az embereket. Mi ennek a következménye? Nem az, amit a közkeletű felfogás tart, hogy az állampolgár tájékozottabb lesz, ezért nem ül föl mindenféle propagandának, álhírnek. Ellenkezőleg: ha valakinek csak egy információt mondunk, azt esetleg képes ellenőrizni, de ha százat mondunk, akkor inkább csak összbenyomása alakul ki a dolgokról. De éppen ez a cél, az, hogy az emberek – miután nem

képesek a rengeteg információ feldolgozására – a propagandista számára kedvező összbemásra tegyenek szert a hallottak, látottak alapján. A lényeg: értelmetlen cikkekkkel elárasztani a médiát, hogy a valódi hírek ki se látsszanak alóluk. És ha ez kevés, akkor mesterségesen állítanak elő olyan konfliktusokat, melyek célja kizárólag az, hogy a lényegi problémákról eltereljék a figyelmet.” (Kiss 2006)

Lezárás helyett

„Az emberek propagandát fogyasztanak, de létre is hozzák és csomagolják a saját információikat, ugyanúgy, ahogy létrehozzák és megszövik saját igazságait.” Érdemes végiggondolni: „[...] Azáltal, hogy eldöntheti, hogy eltávolítson-e egy bujtogató Youtube videót egy olyan társaság, mint a Google, amely saját felülettel rendelkezik, nagyobb hatalommal bír a szabad véleménynyilvánítás és a szellemi köztulajdon fölött, mint maguk az egyes kormányok. Azt is érdemes megjegyezni, hogy az egyház, az állam és a vállalati érdekek gyakran versenyeznek egymással, nem pedig kölcsönösen támogatják egymást, és mindezt együttvéve nem tudják totálisan blokkolni a terjesztés eszközeit. A 18. századi Franciaországban, hónapokkal Bastille bevétele előtt nem pusztán egyetlen nyomda nyomtatott olyan pamfleteteket, amelyek Marie Antoinette szexuális kicsapongásairól elmélkedtek, és amelyek táplálták az Ancien Régime-el szembeni felháborodást. Ehhez hasonlóan nem pusztán egyetlen Twitter beszámoló volt, amely üzeneteket közvetített a Tahrir térről a 2011-es egyiptomi rezsimváltást célzó tömegtüntetések során. Mivel a nép sosem egyetlen entitás, a figyelem a terjesztés többszörös csomópontjaira kell, hogy irányuljon, amennyiben a propagandát a kommunikáció inkább horizontális formájaként fogjuk fel.” (Auerbach–Castronovo 2014)

A propaganda változékonysága és meghatározásának nehézségei meglehetősen bonyolulttá teszik ennek a tevékenységnek a teljes feltérképezését. A tanulmány kísérletet tett arra, hogy hozzájáruljon, háttérrel, segédletet nyújtson a propaganda természetének tanulmányozásához. A propagandát olyan technikaként járta körül, amely a reklámmal azonos eszközöket és módszereket használ, sőt egy tágabb értelemben véve céljaik is azonosak: informálás, befolyásolás, tudatformálás. Ígéretet ad el, és befogadót vásárol.

IRODALOM

- Auerbach, Jonathan – Castronovo, Russ (2014) Tizenhárom tézis a propagandáról. *Apertúra*, 2014, tavasz. A szöveg eredeti megjelenési helye: Jonathan Auerbach – Russ Castronovo (2013) Thirteen Propositions about Propaganda. In: Jonathan Auerbach – Russ Castronovo (2013eds.) *The Oxford Handbook of Propaganda Studies*. Oxford University Press, UK. 1–12.
<http://uj.apertura.hu/2014/tavasz/auerbach-castronovo-tizenharom-tezis-a-propagandarol/>
- Aronson, Elliot (1987) *A társas lény*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Bacsárszki Ágnes (2015) Minden, amit tudni akartál a propagandáról. *Media 2.0*
http://media20.blog.hu/2015/09/20/a_propaganda_anatomiaja_368
- Bajomi-Lázár Péter (2006) Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 2006/nyár.
https://mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/04_manipulal-e_a_media/
- Brochand, Bernard – Lendrevie, Jacques (2004) *A reklám alapkönyve*. Budapest, KJK – KER-SZÖV Jogi és Üzleti Kiadó.
- Carlyle, Thomas (1837) *The French Revolution: A History*. London, Chapman & Hall. Project Gutenberg EBook 1301, 2006.
- Cunningham, Stanley B. (1989) Smoke and Mirrors: A Confirmation of Jacques Ellul's Theory of Information Use in Propaganda. In: Smith III, Ted J. (1989ed.) *Propaganda. A Pluralistic Perspective*. New York, Praeger.
- Dewey, John (1927) *The Public and Its Problems*. New York, Henry Holt.
- Domenach, Jean-Marie (1973) *La propagande Politique*. Presses Universitaires France.
- Doob, Leonard W. (1950) Goebbels' Principles of Propaganda. *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 14, No. 3 (Autumn). 419–442.
<https://www.jstor.org/stable/2745999>, <https://doi.org/10.1086/266211>
- Eco, Umberto (1976) A rossz ízlés struktúrája. (Fordította Szabó Győző) In: Eco, Umberto (1976) *A nyitott mű*. Budapest, Gondolat.
- Ellul, Jacques (1973) *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York, Vintage Books.
- Fekete Ferenc (1940) A reklám és a propaganda. *Korunk*, 1940/2. 111–116.
http://www.epa.oszk.hu/00400/00458/00360/pdf/Korunk_EPA00458_1940_02_111-116.pdf
- Herman, Edward – Chomsky, Noam (2016) *Az egyetértés-gépezet: A tömegmédia politikai gazdaságtana*. Budapest, L' Harmattan. (Ford. Herman, Edward – Chomsky, Noam: *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York, Pantheon Books, 1988)
- Hunt, Lynn (1984) *Politics, Culture, and Class in the French Revolution*. Berkeley – Los Angeles, University of California Press.
- Jakusné Harnos Éva (2005) A kereskedelmi és a politikai propaganda nyelvi eszközei. *Magyar Nyelvőr*, 129/4. 419–436.
- Kiss Balázs (2006) Missziótól marketingig. *Médiakutató*, 2006/tavasz.
http://www.mediakutato.hu/cikk/2006_01_tavasz/01_missziotol_marketingig

- Klapper, Joseph (1969) *A tömegkommunikáció hatásai*. Budapest, MRT Tömegkommunikációs Kutatóközpont. (Ford. Klapper Joseph: *The Effects of Mass Communication*. Glencoe, Illinois, The Free Press, 1960)
- Lasswell, Harold D. (1927) *Propaganda Technique in the World War*. New York, Knopf.
<https://hdl.handle.net/2027/mdp.39015000379902>
- Le Bon, Gustave (1913) *A tömegek lélektana*. Budapest, Franklin Társulat.
- Macskássy Gabi (1998) Légy résen, avagy egy veszélyes műfaj. In: Miháncsik Zsófia – Vándor Ágnes (szerk.) *Reklámvonal '98. Írások, elemzések interjúk a magyar reklámkommunikáció világából*. Budapest, Kreutz Studio Kommunikációs Szolgáltató Kft.
- McLuhan, Herbert Marshall (1964) *Understanding Media, The Extensions of Man*. London, Routledge.
- Múlt-Kor* (2018) Hitler propagandagépezete.
<https://mult-kor.hu/hitler-propagandagepezete-20180925>
- Németh István (2016) A propagandáról a *Mein Kampf*ban és megvalósulása a harmadik birodalomban. *Rubicon* 27. évf. 3. szám (2016. március) 69–75.
<https://docplayer.hu/108328750-68-rubicon-tortenelmi-magazin.html>
- Pratkanis, Anthony R. – Aronson, Elliot (1992) *A rábeszélőgépj – élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével*. Budapest, Ab Ovo.
- Ries, Al – Trout, Jack (1996) *Marketingháború*. Budapest, Bagolyvár Könyvkiadó.
- Rosengren, Karl Erik (2008) *Kommunikáció*. Budapest, Typotex.
- Rudas János (2012) A törzsfőnök esete a propagandával. *Magyar Narancs*. 2012/19. (05.10)
- Schiller, Friedrich (1960) Levelek az ember esztétikai neveléséről. In: Vajda György Mihály (1960szerk.) *Schiller válogatott esztétikai írásai*. Budapest, Magyar Helikon.
- Urbányi János (1930) *A reklám kézikönyve*. A kereskedelmi szakoktatás könyvtára. Budapest, Kereskedelmi Szakiskolai Tanárok Országos Egyesülete.
- Virányi Péter (2017) *Több mint reklámtörténelem*. Budapest, Gondolat.

VEZÉRKULTUSZ ÉS HÁBORÚS PROPAGANDA

Turbucz Dávid

turbucz.david@btk.mta.hu

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.17

Absztrakt

A két világháború közötti politikai rendszerek feltűnően közös elemei közé tartoztak a vezérkultuszok. Ezek a kultuszok demokratikus, autoriter és totalitárius rendszerekben is megjelentek és léteztek. Emiatt e politikai kultuszok típusai értelemszerűen eltértek egymástól. A legismertebb vezérkultuszok közé Hitler, Mussolini és Sztálin kultuszai sorolhatók, de kialakult ilyen kultusz Horthy Miklós, Magyarország 1920 és 1944 közötti kormányzójának személye körül is. A második világháború időszakában ezek a politikai jelenségek összekapcsolódtak a háborús propagandával. Ez azt jelenti, hogy ezek a politikai kultuszok hozzájárultak a háborús propaganda legfontosabb funkcióihoz, így például a háború igazolásához és az ellenségképzéshez. A legfontosabb korabeli vezérkultuszok rövid áttekintése után ez a tanulmány a Horthy-kultusz és a háborús propaganda közötti kapcsolatot elemzi.

Kulcsszavak

vezérkultusz, karizma, háborús propaganda, háború igazolása, ellenségkép

LEADER CULT AND WAR PROPAGANDA

Dávid Turbucz

Abstract

Leader cults were strikingly common elements of interwar European political regimes. These cults emerged and existed in democratic, authoritarian and totalitarian regimes alike. Accordingly, the types of political cults differed from each other. Among the well-known leader cults were the cult of Hitler, Mussolini and Stalin, but a certain type of leader cult was also built up around the person of Miklós Horthy, the Regent of Hungary 1920–1944. During the Second World War, political cults became significant parts of the war propaganda. It means that these political cults contributed to the most important functions of war propaganda, such as the justification of war, and the construction of the enemy image. After a short overview of the most important leader cults of that time, this article analyzes the connection between the Horthy cult and the war propaganda.

Keywords

leader cult, charisma, war propaganda, justification of war, image of the enemy

VEZÉRKULTUSZ ÉS HÁBORÚS PROPAGANDA¹

Turbucz Dávid

A két világháború közötti időszakban és a második világháború éveiben Európa-szerte elterjedt volt a vezérkultusz jelensége. Ezek között – értelemszerűen – a legismertebb kultuszok Hitler (Kershaw 2003), Mussolini (Falasca-Zamponi 2004) és Sztálin (Plamper 2012) személyéhez köthetők, de vezérkultusz létezett Horthy Miklós személye körül is (Turbucz 2015), ahogyan más akkori politikai és katonai vezetők körül is kialakult ilyen politikai jelenség (lásd például Goltz 2009, Hein 2002, Petrakis 2006).

Elméleti keretek

A kultusz valakinek vagy valaminek az egyoldalú, túlzó és kritikátlan tisztelete (Dávidházi 1989: 5, 8–15). A vezérkultusz ennek megfelelően egy politikai vagy katonai vezető túlzó, kritikátlan tisztelete, amelynek lényege, a kultusz fő üzenete az, hogy kizárólag a vezér vezetésével küzdhető le az adott válsághelyzet, kizárólag a vezér vezetésével juthat el az adott politikai közösség a 'szebb jövő' állapotába. A kultuszépítés eredményeként jön létre a vezérkép, amelynek elemei külön-külön és együttesen is a fentieket igyekeznek igazolni (Apor 2010, Rees 2004, Turbucz 2015: 26). A karizma, amit több kutatóhoz hasonlóan (lásd például Apor 2010: 38, Plamper 2004: 35, Iordachi 2004, Kallis 2006, Payne 2006, Pinto 2006) én is konstrukciónak tekintek, megítélésem szerint a vezérkép azon elemeivel azonosítható, amelyek a vezér rendkívüliségét hivatottak igazolni (Turbucz 2015: 28–29). A vezérkultuszok funkciója mindenekelőtt az, hogy pozitív jövőképet sugalljanak. Amennyiben a kultusz a vezér hatalomra jutása előtt alakul ki, akkor az országos politikai hatalom megszerzésének legitimálásában is szerepet játszik. Ezt a funkciót a vezérkultusz a rendszer stabilizálása, fenntartása céljával természetesen betölti az országos szintű hatalom megszerzését követően is, ahogyan mozgató, integráló és szocializáló funkciói is vannak egy vezérkultusznak (Turbucz 2015: 26).

Nemzetközi kitekintés

A vezérkultuszok a második világháború időszakában kivétel nélkül összekapcsolódtak a háborús propagandával. Ezek a politikai kultuszok összeolvadtak tehát a háborús propaganda egyes alkotóelemeivel, amelyek az első világháború óta érdemben nem változtak (Lasswell 1927),² így például az ellenségképzéssel és a háború igazolásával is (Fox 2007), a tengely-

¹ Ez a tanulmány a doktori (PhD) disszertációra épülő monográfiám vonatkozó fejezetére támaszkodik, annak rövidített, átdolgozott változata (Turbucz 2015).

² A háborús propaganda technikái természetesen változtak az ún. Nagy Háború óta, de a propaganda főbb funkciói, üzenetei nem.

hatalmak esetében az antibolsevizmussal és az antiszemizmussal. A vezérképbe beépültek a háborús propaganda fontosabb üzenetei. A rövid nemzetközi kitekintésben három vezérkultuszra utalnék: Hitler, Mussolini és Sztálin már említett kultuszára. A világháború időszakában mindhárman a hadúr, a hadvezér, a 'katonai lángész', a 'nagy győztes' pózában tetszelegtek a nyilvánosság előtt.³ Úgy mutatta be őket a propaganda, hogy ők a hadi események első számú irányítói. Hitler és Sztálin valóságos és szimbolikus szerepe volt ezen a téren jelentősebb, mivel Mussolini esetében ez inkább – mint közismert, katonai sikerek híján – csak szimbolikus volt (Falasca-Zamponi 2004, Ormos 2007). A második világháború első felében Hitler, majd egyre inkább Sztálin mondhatta el magáról, hogy sikeres hadvezér, amit mindkettejük esetében a propaganda is előszeretettel hangsúlyozott, természetesen jelentősen felnagyítva a tényleges szerepüket. A háborús propaganda – összekapcsolódva az adott vezérkultusszal – nem csak a hadúr, a hadvezér képét közvetítette, hanem az ellenség képét is, illetve hangsúlyt fektetett a háború igazolására is. A náci propaganda 1939 és 1941 között ugyanis minden hadművelet előtt kiemelte, hogy preventív jellegű hadmozdulatról, a Németország elleni agresszió megelőzéséről van szó. Az ellenség képe ehhez igazodott: eleinte a Németországot veszélyeztető nyugati hatalmak, 'plutokráciák', majd a 1941-ben a 'bolsevik veszedelem', pontosabban – a náci háborús propaganda szerint – a zsidóság által irányított 'bolsevizmus' került célkeresztbe (Kershaw 2003). A Sztálin-kultusz esetében a szovjet propaganda mindezt – értelemszerűen – ellenkező előjellel jelenítette meg: eszerint a 'fasiszta' agresszor elleni harcot, a honvédő háborút a 'bölcös' Sztálin irányítja, akit a háború második felében, a katonai győzelmek idején gyakran ábrázolt a *Pravda* katonai egyenruhában, kiűntetésekkel, annak érdekében, hogy összekapcsolják a nevét a győzelmekkel. A tengelyhatalmakat eközben kannibálként, disznóként és majomként ábrázolták a propagandisztikus szovjet karikatúrák (Plamper 2012).

A Horthy-kultusz története a második világháborúig

Az 1919 és 1944 közötti Horthy-kultusz 1938 és 1943 között, tehát a második világháború idején érte el a csúcspontját.⁴ A kormányzó személye körüli kultusz tehát a korszak egészének szimbolikus politikáját meghatározta, azonban ennek hangsúlyai, intenzitása változott. A kultusz története 1919 őszén kezdődött, amikor elsősorban a jobboldali radikálisok, a fajvédők kultuszépítő szerepe volt meghatározó. Az 1920-as évek közepén, a politikai konszolidáció megvalósulása után a kormányzó személye köré felépített kultusz állami szintre emelkedett, onnantól elsősorban az államfő személyéhez kötődő évfordulók alkalmából (például születés- [június 18.] és névnapok [december 6.] során) az egész államapparátus építette és ápolta, a hadsereggel, a történelmi egyházakkal és különféle társadalmi szervezetekkel együtt. A kultusz közéleti jelentősége az 1920-as évektől fokozatosan erősödött, így ezzel párhuzamosan lett egyre meghatározóbb a Horthy-kultusz legitimációs, rendszerstabilizációs funkciója. A Horthy-kép fő üzenete szerint kizárólag a nemzet vezéréként, a 'nemzet atyjaként', a nemzet 'megtestesítőjeként' beállított államfő vezetésével érhető el Trianon felülvizsgálata, a határok megváltoztatása, a területi revízió. A Horthy-korszak kormányai által elért politikai, gazdasági, kulturális stb. eredményeket kizárólag Horthy Miklósnak tulajdonították, így vált belőle 'nemzetmentő', 'országépítő', illetve 'országgyarapító', és mint erről a továbbiakban szó lesz,

³ 'Félidézőjelet' használok akkor, amikor a kultuszépítő kortársak által használt szavak, kifejezések szerepelnek a tanulmányban, de nem szó szerinti idézésre kerül sor.

⁴ A Horthy-kultusz történetéhez lásd az első jegyzetben hivatkozott könyvemet. Erre a későbbiekben már nem hivatkozom. Az ebben a tanulmányban olvasható megállapítások, adatok stb. bővebben megtalálhatók ebben a monográfiámban.

a második világháború időszakában is tőle várták a kultusz építői, hogy továbbra is 'bölcse', határozottan és magabiztosan vezesse a magyar nemzetet a 'szebb jövő' felé.

Tanulmányom megállapításai a korabeli – 1939 és 1944 közötti – sajtóra, mindenekelőtt eltérő politikai orientációjú – konzervatív (*8 Órai Újság*, *Magyarország*⁵, *Magyar Nemzet*, *Nemzeti Újság*), polgári liberális (*Pesti Hírlap*, *Újság*, *Esti Kurír*), szociáldemokrata (*Népszava*), radikális jobboldali (*Új Nemzedék*, *Új Magyarság*) és szélsőjobboldali (*Magyarság*, *Pesti Újság*) – napilapokra támaszkodnak, amelyeket tartalomelemzés keretében dolgoztam fel.⁶ 1939 és 1944 között az elemzett napilapokban körülbelül 1400 cikk jelent meg a kultusz-építés szempontjából releváns alkalmak során. Mivel a Horthy-kép lényegében homogén volt, így szinte mindegyik napilapban ugyanazon üzenetek jelentek meg. A kormányzati propaganda által hangsúlyozott állítások tehát nemcsak a kormányhoz kötődő, azt támogató napilapokban, hanem az ellenzékiekben is olvashatók voltak. A Horthy Miklós személyével kapcsolatos közbeszéd – mindezek miatt – meglehetősen homogén, az alkalmazott szókészlet igen behatárolt volt. (Az esetleges kivételeket külön fogom megemlíteni.)

A magyar államfő vezérkultusza – mint már említésre került – 1938 és 1943 között érte el a csúcspontját. Ez az 1938 és 1941 közötti revíziós sikerekkel, a (közelgő) háborúval, az európai hatalmi átrendeződéssel és a magyar szélsőjobboldali pártok, mozgalmak és eszmék erősödő befolyásával, a belpolitikai jobbratulódás folyamatával magyarázható (Olasz 2007, Romsics 2007: 17–18). A kultusz rendszerstabilizációs funkciója ezekben az években volt tehát a legmeghatározóbb. Horthy kultusza így a külső és a belső körülmények, a rendszer szempontjából negatív tendenciák ellensúlyozására volt hivatott: a fennálló hatalom egyfelől szimbolikus rendszer-stabilizátorként használta a kormányzó vezérkultuszát, törekedve arra, hogy pozitív jövőképet nyújtson a társadalomnak.

A következőkben annak bemutatására kerül sor, hogy a kormányzó kultuszára, így a vezérkép tartalmára, milyen hatással volt a második világháború, a háborús (antibolsevista) propaganda és az egyre durvuló antiszemita diskurzus. Ennek során az alábbi három időszakot különítem el egymástól: 1939–1941, amikor az országot a háborútól megóvni képes vezér képe volt domináns; 1941–1944, amikor a hadba lépést követően a Horthy-kultusz összeolvadt a háborús propagandával, végül 1944, a német megszállás időszaka.

Az 1939 és 1941 közötti időszak

Ebben az időszakban Horthy Miklóst a kormányzati propaganda olyan vezérként ábrázolta, aki az ország, a magyar nemzet kormányosaként képes Magyarországot megvédeni a katonai konfliktustól, amely egyre több európai országot érintett.

A Horthy-kép egyik leggyakoribb szimbóluma szerint a kormányzó az ország, a nemzet kormányosa volt. Eszerint Horthy Miklós a 'viharos tengeren', a 'sziklák' és 'örvények' ellenére határozottan és kötelességtudóan tesz eleget parancsnoki kötelmeinek, így vezetve a nemzet hajóját a 'szebb jövő' a 'csendes rév', a biztonságot nyújtó 'kikötő' felé. Az 1939. szeptember 1-e és 1941. június 26-a közé eső névnapjain (1939, 1940) és születésnapjain (1940, 1941) a vezérképnek ez az eleme – felfelé kerekítve – 70 alkalommal jelent meg az elemzett cikkekben, amelyek száma körülbelül 300 volt. Ez azt jelenti, hogy minden negyedik cikk

⁵ A *Magyarország* című kormánypárti lapnak reggeli és esti kiadása is volt.

⁶ A tanulmányban közölt idézetek kiválasztásának két fő szempontja volt: egyrészt az, hogy kifejező, a korszak nyelvhasználatát jól tükröző szöveg legyen, másrészt az, hogy az eddigi publikációimban lehetőleg ne legyen olvasható. Ennek és a vezérkép homogenitására vonatkozó megállapításom eredményeként a tanulmányomba nem került be minden elemzett napilapból idézet.

szerzője alkalmazta a vezérképnek ezt az elemét. A 'viharos tenger', a 'szikla', az 'örvény' és az ezekhez kapcsolódó szimbólumok elsősorban a jelent szimbolizálták, tehát a háborús körülményeket és az egyre romló kilátásokat. Ennek ellenére a pozitív üzenetek sem maradtak el: így a 'rend', a 'béke', a 'boldogság' és a 'nyugalom' szavak. Ezek azt jelezték, hogy a kormányzó képes megóvni Magyarországot a háborútól, a háborús részvételtől és mindentől, ami ezzel jár (pusztítás, halál, tragédia, veszteség stb.). Ezért fogalmazott úgy a liberális irányultságú *Újság* ismeretlen újságírója,⁷ hogy a kormányzótól „várja most is a nemzet, hogy a nemzet hajójával kikerülje a tájfunokat”. Majd – ennek az állításnak az alátámasztása céljából – hozzá is tette ehhez, hogy Horthy Miklós az elmúlt húsz esztendőben „a végtelen víz messzeségeit kémlelte, a végtelen magyar jövő perspektíváját. Ez a szem eddig nem csalódott. Éleslátása soha el nem hagyta”.⁸ Kiválóan példázza a propagandának ezt az üzenetét az 1939 novemberéből, Horthy Miklós budapesti bevonulásának huszadik évfordulóján publikált méltató vezércikkből származó idézet: „Magyarország nem visel háborút. Magyarország általános irigység tárgya: a béke boldog szigete, ahol az emberek, ma éppen olyan nyugodtan, félelem és izgalom nélkül járnak napi teendőik után, mint a háború előtti válságos hónapokban, vagy az évek óta húzódó feszültségsorozat megelőző békevilágban”.⁹ (Az idézetből ugyan nem, de a cikkből kiderül, hogy mindez a kormányzónak köszönhető.) Ez csupán egy példa, mivel számos hasonló idézhető lenne még.

1941. június 26-a, az ún. kassai incidens, Magyarország hadba lépése után Horthy Miklós, mint a nemzet és az ország kormányosának motívuma érdemben nem változott. A 'rév' és a 'kikötő' kifejezések akkortól kezdve már a háború utáni időszakot jelképezték, amely felé a kormányzó vezeti a magyarság hajóját, azonban Magyarországnak a 'béke' stb. szigetként történő beállítása értelemszerűen háttérbe szorult. A magyar állam ugyanis hadviselő országgá vált, így ez az értékelés már nem volt tartható. A megkerülhetetlen valóság és az elképzelt, ideálisnak beállított állapotok között egyre élesebb lett a kontraszt. A mindent leegyszerűsítve értelmező és ezt súlykoló propaganda tehát alkalmazkodott az ország negatív irányba megváltozott körülményeihez, de természetéből következően – mivel a háborús propagandától tárgyilagosság nem várható el – ez csak részleges volt. Ugyanis a magyar állam külpolitikai mozgásterének beszűkülését továbbra sem vették figyelembe a méltatások (Zeidler 2005).

A Legfelsőbb Hadúr itt összefoglalt képét a különféle politikai orientációjú napilapokban publikált cikkeken kívül katonadalok, Horthy-dalok, filmek, versek és egyéb kultuszépítési technikák is erősíthették. Azzal kapcsolatban, hogy a Horthy-kép a korszakban alapvetően homogén volt, jelezném, hogy a Legfelsőbb Hadúr képét elsősorban a különféle katonai újságok, katonai és hadi kérdésekkel foglalkozó sajtótermékek alkalmazták (például a *Tábori Újság* és a *Magyar Katonaiújság*). Ez nem azt jelenti, hogy a politikai napilapokban a Legfelsőbb Hadúr képe nem jelent meg, mivel ez ott is előfordult, azonban az előfordulási arányokat illetően voltak eltérések.¹⁰ Nem a vezérkép tartalmát illetően voltak tehát eltérések, hanem a hangsúlyokat, az előfordulási arányokat illetően.

A hivatalos Horthy-kép tehát – jellegeből fakadóan – összességében pozitív jövőképet sugárzott 1939 és 1941 között, amely a vezérkultuszok egyik alapvető funkciója. A pozitív jövőkép közvetítése 1941 és 1944 között is megmaradt, de a propagandistáknak akkor már

⁷ A kutatásom során elemzett cikkek túlnyomó többségét ugyanis név nélkül jelentették meg a napilapok.

⁸ Szerző nélkül: A kormányzó születésnapja. *Újság*, 1940. június 18. 3.

⁹ Szerző nélkül: Horthy Miklós. *Pesti Hírlap*, 1939. november 16. 1.

¹⁰ Ahogyan a katonai újságok is alkalmazták a vezérkép többi elemét, csak a hangsúlyokat máshová tették.

sokkal nagyobb erőfeszítést kellett tenniük a negatív folyamatok ellensúlyozása. A hadba lépést megelőzően ez ugyanis nagyságrendekkel könnyebb volt. Ezt mutatja vezérkép azon elemének előfordulási aránya, amely szerint a 'szebb jövő' elválaszthatatlan Horthy Miklóstól, a magyarság vezérétől. 1939. szeptember 1-e és 1941. június 26-a között a kormányzó születésnapjain (1940, 1941) 71-szer, a névnapjain (1939, 1940) pedig 36-szor, összesen 107-szer fordult elő az elemzett cikkekben ez az üzenet. 1941. június 26-a és 1944. március 19-e között a vezérkép ezen elemének előfordulási gyakorisága a duplájára nőtt: Horthy születésnapjain (1942, 1943) 119-szer, míg a névnapjain (1941, 1942, 1943) 95-ször, a összesen pedig 214-szer volt olvasható az újságokban. Ezt az érdemi változást nem lehet azzal magyarázni, hogy az első és a második időszakban jelentősen eltérő volt a születés- és névnapok száma, ugyanis ez 4, illetve 5 volt, azaz lényegében megegyezett a számuk. Az eltérés oka – ezzel szemben – azzal magyarázható, hogy a propaganda alakítóinak a háborús helyzetet és következményeit, az ország egyre negatívabb kilátásait ellensúlyozniuk kellett. Ennek egyik, szimbolikus eszköze volt a Horthy-kép ezen elemének a gyakoribbá tétele.

Az 1941 és 1944 közötti időszak

A hadba lépés után a háborús propaganda részévé vált a kormányzó vezérkultusza. A Horthy-kép tartalma, például, a kormányos motívuma, változatlan maradt, a hadba lépés hatására ugyanis ez nem változott meg. Horthy Miklós 1941. június 26-a és 1944. március 19-e közötti születés- (1942, 1943) és névnapjain (1941, 1942, 1943) a vezérképnek ez az eleme 60-szor fordult elő az 550 elemzett cikkben. Ebből az következik, hogy ez az eleme a vezérképnek közel minden tizedik cikkbe került csak bele, tehát rikábban fordult elő, mint a kormányzó születés- és névnapjain 1939. szeptember 1-e és 1941. június 26-a között. Az államfőt az ország és a nemzet kormányosaként bemutató metafora előfordulási aránya tehát változott, de mindez nem járt együtt – érdemi – tartalmi módosulással.

Azt követően, hogy Magyarország is a hadviselő országok közé került, felerősödött a vezérkép antikommunista tartalma és az akkoriban megjelent cikkekben, az akkoriban elmondott beszédekben egyre gyakoribbá váltak a háborúra történő utalások. A Horthy-kép nyíltan antibolsevista tartalma a Horthy-korszak elején volt meghatározó, illetve a második világháború időszakában, elsősorban 1941 június vége után. Az 1920-as és az 1930-as évek nagyobb részében ez tehát nem vagy csak korlátozottan volt jellemző a Horthy Miklóst méltató cikkekre és beszédekre. Ez nem azt jelenti, hogy az 1920-as és az 1930-as években nem voltak utalások az első világháborús vereséget, összeomlást követő idősakra, így a Tanácsköztársaságra, de ezek általános, konkrétumot általában nem tartalmazó kijelentések voltak, például Magyarország 'keresztrefeszítéséről', de arról általában konkrétan már nem esett szó, hogy pontosan kik is feszítették keresztre a magyar államot.

Az 1941. június 26-a után megjelent cikkek – teljesen megalapozatlanul – azt hangsúlyozták, hogy Horthy Miklós 1919-ben fővezérként már legyőzte a bolsevizmust, így az ő személye a garancia arra, hogy ez nem lesz másképpen a jövőben, a most zajló háborúban sem. Fontos üzenet volt – ezzel összefüggésben – az is, hogy Magyarország, a magyar társadalom pontosan tudja, hogy milyen a bolsevizmus, az 1919-es bolsevik diktatúra tapasztalatai miatt. „A bolsevizmus terrorját, módszereit, kegyetlenkedéseit a magyar nép és Magyarország több mint két évtizeddel ezelőtt megismerte, elszenvedte és azóta egy pillanatra sem szünt meg ez ellen harcolni. Ezekben az órákban emlékünke kell idéznünk a magyar ellenforradalmi megmozdulásokat, a szegedi eseményeket, a nemzeti hadsereg megszületését és kivirágzását és mindenekelőtt Horthy Miklósnak azt a felejtetetlen tettét, amellyel a romokban

heverő országban dicsőséges hadsereget tudott életre kelteni és a romok eltakarítása után az országot boldogabb idők felé vezette” – írta egy liberális napilap.¹¹

Mindebből – természetesen a propaganda keretei között – logikusan következett, hogy a háborús részvétel a magyar nemzet érdeke, mert ez az egyetlen módja, hogy a magyarság fennmaradjon. Ugyanis, érveltek az újságírók, ha a magyar állam nem vesz részt a Szovjetunió, a bolsevizmus elleni hadműveletben, akkor a szovjet hadsereg fog támadni, tehát előbb vagy utóbb úgyis sor kerül a katonai összecsapásra, így szerencsésebb – próbálták igazolni ezt az érvrendszert a propaganda alakítói –, ha Németország szövetségeseiként a magyar állam a támadók közé tartozik. Mindezt tehát a magyar állam szempontjából magyarították az újságírók, de szorosan kapcsolódott ehhez ennek a kérdésnek az európai szintű és nézőpontú értékelése is. Ugyanis ’keresztes háborúról’ és ’szent háborúról’ cikkeztek, amely a magyar államon kívül az európai keresztény kultúrát is megvédi az annak elpusztítására törekvő bolsevizmussal szemben. Mindez azt jelenti, hogy a keleti fronton zajló hadiesemények a preventív háború részét alkotják, így nem agresszióról, hanem védekezésről, a Szovjetunió által kiprovokált háborúról van tehát szó a propagandisták szerint (szovjet gépek bombázták szerintük ugyanis Kassa városát június 26-án). Magyarország katonai részvétele a háborúban így elkerülhetetlen – érveltek. Az alábbi táblázat azt összegzi, hogyan jellemezték a kortársak a szemben álló feleket, milyen ellentétpárokat használtak az újságírók 1941 és 1944 között. Ez – értelemszerűen – szorosan összefüggött a háború igazolásával is (Fox 2007: 136).

1. táblázat

A ’mi’ és az ’ők’ ábrázolása a korabeli sajtóban

| a tengelyhatalmak | a Szovjetunió |
|--------------------------|----------------------|
| ’a jog’ | ’az erőszak’ |
| ’az igazság’ | ’a barbárság’ |
| ’a kereszténység’ | ’az istentelenség’ |
| ’az európai civilizáció’ | ’az embertelenség’ |
| ’az Új Európa’ | ’az ázsiai pestis’ |

1941. június 26-a után az itt összegzett megállapítások váltak tehát a Horthy-kép kontextusává, illetve, mint említettem, jelentősen felerősödött a vezérkép antikommunista tartalma. Az ’új Európára’ vonatkozó utalások mindenekelőtt a szélsőjobb oldali napilapokban voltak olvashatók, ritkábban a kormánypárti sajtóban. A hivatalos Horthy-kép antibolsevista tartalma meglehetősen hamar elterjedt: megtalálható volt a napi- és a hetilapokban, a kormányzóról szóló újabb életrajzokban, az iskolai tankönyvekben, katonadalokban, filmekben, ahogyan a misék és az istentiszteletek részeként a prédikációk, vagy a különféle ünnepi beszédek is utaltak erre. A Horthy-kultusz ápolására 1941 nyarától kezdődően már a keleti fronton is sor került. A pozitív jövőkép – a negatív irányú tendenciákat ellensúlyozandó – sem maradt el. A kormányzó hetvennegyedik születésnapján a *Pesti Hírlap*ban ez volt olvasható: „A nemzet egyeteme tudja és érzi, mit köszönhet ez években Kormányzójának. Tudja és érzi, hogy Horthy Miklós csillagának a magyarság egén különös szerepe és jelentősége van. S ebben az évben talán még bensőségebb áhítattal fohászkodik az Egek Urához, hogy őrizze meg számunkra azt az embert, akinek küldetése, hogy kivezesse a nemzetet a háború fergegéből

¹¹ Szerző nélkül: Hadiállapot Magyarország és a Szovjetunió között. *Újság*, 1941. június 28. 1.

a méltányos béke és az alkotó munka időszakának békésebb tájai felé”.¹² Egy évvel később, szintén az államfő születésnapján, mindezt a következő rövid kijelentés fejezte ki: „Tudjuk, hogy hajónk egyszer révbe ér”.¹³

Annak ellenére, hogy az első zsidótörvény hatályba lépését (1938) követően az antiszemita diskurzus fokozatosan eldurvult, a Horthy-képet ez lényegében érintetlenül hagyta. Az antiszemitizmus így nem vált a Horthy-kép meghatározó elemévé. A kormányzót méltató 1938 és 1944 közötti közel másfélezer elemzett cikkben ugyanis kb. csak 40 alkalommal fordultak elő antiszemita kijelentések. Ezek az antiszemita állítások elsősorban a szélsőjobb-oldali, kisebb részben a kormánypárti sajtóban voltak olvashatók. A baloldali és polgári liberális lapok mentesek voltak a zsidóellenes hangvételtől. A kultusz építésében releváns szövegekben a bűnbakképzés, az ellenségképzés tehát nem kapcsolódott össze érdemben a magyar zsidóság elleni propagandával.

A Horthy-kép kiegészítő üzeneteként az állampolgároktól elvárt magatartásformák is jóval hangsúlyosabbá váltak, így különösképpen a kötelességteljesítés és az önfeláldozás. Horthy István kormányzóhelyettes halálát követően ezen a téren is a kormányzói család volt a követendő példa. „Ma mindenkinek kötelességei vannak – érvelt a kormányzóhelyettes halálát követően egy újságíró – és e kötelességek tartalma, szankciója és hajtóereje nagyobb, mint valaha. Ma a kötelesség azt jelenti, hogy úgy kell végeznem élet-hivatásomat, annak kisebb és nagyobb funkcióit egyaránt, mintha csak attól függne az ország sorsa, fajtánk üdve és a nemzet jövője. [...] Vállalni annak előzményeit és következményeit, körülményeit és veszélyeit, életre szóló ítéletét, vagy halálra való fenyegetését. [...] Az áldozatok ideje most elérkezett és ezért az életet is csak azok fogják maguknak és nemzetüknek megtartani, akik az áldozatra készen állottak”.¹⁴ A propaganda tehát azt az üzenetet hangsúlyozta, hogyha a kormányzói család, ahogyan akkoriban nevezték, a nemzet ’első családja’ is eleget tesz a kötelességének, például a kormányzó feláldozta a fiát a magyar nemzetért, érveltek a kor propagandistái, akkor ez minden magyar családtól is elvárható.

1944: a német megszállás időszaka

Horthy Miklós, mint közismert, nem mondott le Magyarországot német megszállását követően. Továbbra is a hivatalában maradt, így a személye körül lassan huszonöt éve létező vezérkultusz sem szűnt meg. Miután a kormányzó nem mondott le, a vezérkultusza továbbra is eleget tett az ország háborús erőfeszítéseit igazoló funkciójának, továbbra is a már a német igényeket korlátozások nélkül kiszolgáló háborús propaganda része maradt. A Horthy-kép anti-bolsevista és antiszemita elemei megerősödtek, még hangsúlyosabbá váltak. Az 1939 és 1944 közötti kormányzót méltató, magasztaló újságcikkekben található antiszemita üzenetek közel fele – nyilvánvalóan a magyar zsidóság elleni újabb intézkedésekkel, például a gettósításukkal és deportálásukkal összhangban – ebben a szűkebb időszakban jelent meg a kormánypárti és szélsőjobb-oldali lapok hasábjain.¹⁵ A propagandisztikus értékelések szerint a kormányzó volt továbbra is a bolsevizmus elleni küzdelem vezére és – mivel ezen interpretáció értelmében egyszer már legyőzte a bolsevizmust – a győzelem garanciája magyar részről. „Tudjuk – érvelt egy újságíró –, hogy [...] új küzdelmekre és új győzelmekre vezet minket”.¹⁶ Majd ugyan-

¹² Szerző nélkül: Ünnepnep. *Pesti Hírlap*, 1942. június 18. 1.

¹³ Szerző nélkül: Isten áldd meg. *8 Órai Újság*, 1943. június 17. 1.

¹⁴ Szerző nélkül: Horthy István a magyar kötelesség hősi halottja. *Új Nemzedék*, 1942. augusztus 21. 1.

¹⁵ 1944. március 19-e után a kormánypárti és a szélsőjobb-oldali sajtó lényegében már azonos volt.

¹⁶ Szerző nélkül: Hadparancs. *Magyarság*, 1944. április 16. 1.

ezt hangsúlyozta Sztójay Döme miniszterelnök is a parlamenti bemutatkozó beszédében: „Kövessük őt a cselekvés, a küzdelem és a bizakodás útján hűséggel és odaadással, abban a biztos tudatban, hogy amint negyedszázados országglása alatt újjáépítette a forradalmakban és Trianonban összeomlott nemzetet, az elkövetkező időkön is épségben, baj nélkül fog átvezetni bennünket. A hagyományos magyar hűség és a vezére iránt érzett ősi magyar tisztelet jegyében sorakozzék a nemzet az ő fennkölt személye mögé s kövesse bizalommal az általa ki-nevezett magyar kormány útmutatásait”.¹⁷

Összegzés

A háborús időszak jól látható módon nem hagyta érintetlenül az ország első emberének imázsát. Az 1919 ősze óta létező és a korszak utolsó éveiben – a nemzetközi körülmények eredményeként is – csúcspontra jutó Horthy-kultusz a háborús propaganda részévé vált, szerepet kapott a háborús részvétel igazolásában és az ellenségképben is, így meghatározók lettek az antibolsevista kijelentések a Horthy Miklós rendkívüliségét igazolni szándékozó szövegekben. Számos példa található azzal összefüggésben is, hogy pontosan mit is várt el a háborús viszonyok közepette a magyar állam az állampolgároktól. Mindezekből következett még az is, hogy a Horthy-kultusz hozzájárult az erőszak legitimálásához. Annak ellenére, hogy a vezérkultuszokra – a rítusaik miatt – jellemző az állandó ismétlődés, tehát bizonyos értelemben statikusak, idővel mégis változnak, változhatnak. Különösen akkor, ha hosszú ideig léteznek, mert ennek során különféle hatások érhetik, amelyekre a kultusz építői reagálnak. Így történt 1938–1944 között Magyarországon is. Azonban a második világháború időszakában végbe ment változások ellenére a Horthy-kultusz továbbra is arra volt hivatott, hogy pozitív jövőképet nyújtson és választ adjon arra a kérdésre, hogyan juthat ki a magyar nemzet abból a helyzetből, amelybe belekerült. A kormányzó vezérkultuszának fő funkciója tehát nem módosult. A kultuszépítők válasza erre a kérdésre ez volt: Horthy Miklós vezetésével a magyarságnak nincs oka félni az aktuális és a jövőbeli helyzettől, a kormányzó ugyanis mindenre meg fogja találni a megoldást. Mivel a Horthy-kép meglehetősen homogén volt, így ez a lényegi üzenet az eltérő politikai orientációjú napilapok mindegyikében megjelent, emiatt tartalmi eltérés nem mutatható ki közöttük. Esetlegesen az előfordulási arányokat illetően voltak különbségek, de ez sem függött össze az adott napilapok politikai elközeledtségével. Mindez azt jelenti, hogy 1939 és 1944 között a meglehetősen heterogén politikai orientációjú médiafogyasztók közösségéhez Magyarországon lényegében – a tanulmányban említett néhány példa kivételével – ugyanaz a vezérkép jutott el.

¹⁷ A kormány bemutatkozott a képviselőházban. *Reggeli Magyarország*, 1944. május 25. 3.

IRODALOM

- Apor Balázs (2010) Communist Leader Cults in Eastern Europe: Concepts and Recent Debates. In: Anssi Halmesvirta (2010 ed.) *Cultic Revelations: Studies in Modern Historical Cult Personalities and Phenomena*. Jyväskylä – Pécs. 37–62.
- Dávidházi Péter (1989) „Isten másodszülettte”. *A magyar Shakespeare-kultusz természetrajza*. Budapest, Gondolat.
- Falasca-Zamponi, Simonetta (1997) *Fascist Spectacle. The Aesthetics of Power in Mussolini's Italy*. Berkeley – Los Angeles – Oxford, University of California Press,
- Fox, Jo (2007) *Film propaganda in Britain and Nazi Germany. World War II Cinema*. Oxford – New York, Berg.
- Goltz, Anna von der (2009) *Hindenburg. Power, Myth, and the Rise of the Nazis*. Oxford, Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/gerhis/ghr082>
- Hein, Heidi (2002) *Der Piłsudski-Kult und seine Bedeutung für den polnischen Staat 1926–1939*. Marburg, Verlag Herder-Institut.
- Iordachi, Constantin (2004) Charisma, Religion, and Ideology: Romania's Interwar Legion of the Archangel Micheal. In: Lampe, John – Mazower, Mark (2004eds.) *Ideologies and National Identities. The Case of Twentieth-Century Southeastern Europe*. Budapest – New York, CEU Press. 19–53.
- Kallis, Aristotle A. (2006) *Fascism, 'Charisma' and 'Charismatisation': Weber's model of 'Charismatic Domination' and Interwar European Fascism*. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 2006/1. 25–43. <https://doi.org/10.1080/14690760500503185>
- Kershaw, Ian (2003) *A Hitler-mítosz. Vezérkultusz és közvélemény*. Budapest, Kortina Kiadó.
- Lasswell, Harold D. (1927) *Propaganda Technique in the World War I*. London – New York, Trubner & Co. – Knopf.
- Olasz Lajos (2007) *A kormányzóhelyettesi intézmény története (1941–1944)*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Ormos Mária (2007) Benito Mussolini. A kultuszépítő. *Rubicon*, 2007/9. 4–15.
- Payne, Stanley G. (2006) Franco, the Spanish Falange and the Institutionalisation of Mission. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 2006/2. 191–201. <https://doi.org/10.1080/14690760600642206>
- Petrakis, Marina (2006) *The Metaxas Myth. Dictatorship and Propaganda in Greece*. London – New York, Tauris Academic Studies.
- Pinto, Antonio Costa (2006) 'Chaos' and 'Order': Preto, Salazar and Charismatic Appeal in Inter-war Portugal. *Totalitarian Movements and Political Religions*, 2006/2. 203–214. <https://doi.org/10.1080/14690760600642222>
- Plamper, Jan (2004) Introduction: Modern Personality Cults. In: Heller, Klaus – Plamper, Jan (2004eds.) *Personality Cults in Stalinism – Personenkulte in Stalinismus*. Göttingen, V&R unipress, 13–41.
- Plamper, Jan (2012) *The Stalin Cult. A study in the alchemy of power*. New Haven – London, Yale University Press.

- Rees, E. Alfron (2004) Leader Cults: Varieties, Preconditions and Functions. In: Apor Balázs et al. (2004eds.) *The Leader Cult in Communist Dictatorships. Stalin and the Eastern Bloc*. London, Palgrave Macmillan. 3–26. <https://doi.org/10.1057/9780230518216>
- Romsics Ignác (2007) Horthy-képeink. *Mozgó Világ*, 2007/10. 3–32.
- Turbucz Dávid (2015) *A Horthy-kultusz 1919–1944*. Budapest, MTA BTK Történettudományi Intézet.
- Zeidler Miklós (2005) Mozgástér a kényszerpályán. A magyar külpolitika „választásai” a két háború között. In: Romsics Ignác (2005szerk.) *Mitoszok, legendák, tévhitek a 20. századi magyar történelemről*. Budapest, Osiris Kiadó. 162–205.

A REVÍZIÓS POLITIKA ZSIDÓ ALAKVÁLTOZÁSAI: REVÍZIÓS SAJTÓPROPAGANDA AZ IZRAELITA FELEKEZETI ÉS MOZGALMI LAPOKBAN A II. VILÁGHÁBORÚ IDEJÉN

Glässer Norbert – Zima András

norbertglaesser@hung.u-szeged.hu – zimaa@or-zse.hu

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.27

Absztrakt

A zsidó felekezeti intézmények a két világháború között támogatták a revíziót, ugyanakkor elhatárolódtak antiszemita jelenségként az irredentizmustól. A sajtótermékek és a közösségi kiadványok a revíziós szimbolikus politikát a vallási hagyományok és a korábbi intézményi stratégiák felől értelmezték újra. A tényleges revíziós törekvések szimbolikus megjelenítései a második világháború során a zsidótörvények árnyékában ugyanakkor erősen apologetikus értelmezést kaptak. A tanulmány azt vizsgálja, hogy a változó keretek között miként használták különböző zsidó közösségek a domináns társadalmi diskurzust saját problémáik artikulálására, a második világháborús revíziós propaganda miként vált metanyelvvé.

Kulcsszavak

Trianon, zsidóság, szimbolikus politika, lojalitás, Magyarország, propaganda

THE JEWISH METAMORPHOSIS OF REVISIONIST PROPAGANDA: REVISIONIST PROPAGANDA IN THE JEWISH DENOMINATIONAL AND ZIONIST PRESS DURING THE SECOND WORLD WAR

Norbert Glässer – András Zima

Abstract

The new borders drawn after the First World War fundamentally changed the social and cultural environment in which the earlier Jewish strategies had emerged and functioned. The changes shaped the attitudes of Jews towards Hungarian symbolic politics. The group strategies of the denominations and movements, represented in the Hungarian-language Jewish press in Hungary, interpreted Hungarian symbolic politics after the Trianon peace dictate in different ways and incorporated these interpretations in their discourses. Nevertheless, the analyses of series of euphoric articles in the Jewish press presenting the “returned big communities” after the changes made to the borders during the Second World War, clearly shows that they closely linked the social situation of the Jews with the social tensions caused by the Trianon borders.

Keywords

Trianon peace treaty, Jews, symbolic politics, loyalty, Hungary, propaganda

A REVÍZIÓS POLITIKA ZSIDÓ ALAKVÁLTOZÁSAI: REVÍZIÓS SAJTÓPROPAGANDA AZ IZRAELITA FELEKEZETI ÉS MOZGALMI LAPOKBAN A II. VILÁGHÁBORÚ IDEJÉN*

Glässer Norbert – Zima András

A jelenség értelmezéséhez induljunk ki a megvalósult revízió izraelita propagandaszövegeiből. Az *Egyenlőség* neológ¹ lap megszűnésével a helyébe lépő *A Magyar Zsidók Lapja* a II. bécsi döntést vezércikkében értelmezte. „*A mi szívünk is telve van áhítatos hálával a Gondviselés és a két hatalmas baráti nemzet iránt, amely Magyarország ezeréves örökének egy részét adja vissza*” – írta azokra a hatalmakra vonatkozóan, amelyeknek a zászlói a besztercei ünnepség képén (1. ábra) is láthatók. Az új impériumváltásra vonatkozó remények viszont már egy 19. század végi világ visszatérésére utaltak vissza. „*A Királyhágón túlról idehangzó örömrivalgás, a visszatérő országrésszel együtt bennünk is a jobb idők visszatérésének reményét kellik fel, a derűs és tiszta napot, amely a fellegetes éjszaka után szokott következni*”² – írta a lap.

A zsidó felekezeti intézmények a két világháború között támogatták a revíziót, ugyanakkor elhatárolódtak irredentizmustól, amit antiszemita jelenségnek tekintettek. A sajtótermékek és a közösségi kiadványok a revíziós szimbolikus politikát a vallási hagyományok és a korábbi intézményi stratégiák felől értelmezték újra. A revíziós propagandát (Zeidler 2009) a szimbolikus politika egyik megnyilvánulásának tekinthetjük, ami izraelita felekezeti keretek között különböző formában és értelemmódosulásokkal került adaptálásra az intézményi diskurzusok szintjén. (Glässer–Zima 2015: 126–132) Így maga a jelenség egyfelől egy kései konfesszionizálódási folyamatba illeszkedik, másfelől alkalmazható rá a hatalomhoz való viszonyulás, a horizontális és vertikális társadalmi szövetségek és a zsidó politikai gondolkodás kérdésével foglalkozó történelmi modell, amit Yosef Hayim Yerushalmi fejt ki Salo

* A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

¹ Kongresszusi zsidóság, irányzatként mérsékelt reformnak tekintendő.

² *A Magyar Zsidók Lapja*, 1940. szeptember 12./ 1. Az emberi szív.

Wittmayer Baron nyomán (Dubin 2014). A szétszórátás³ vallási értelmezései kialakították a nemzsidó hatalomhoz való lojalitás modelljeit. Az emancipációval és a recepcióval a magyarországi zsidóság – más európai példákhoz hasonlóan – a befogadó állam modern nemzeteszmejével azonosult.

1. ábra

*Beszterce, Fa utca (strada Liviu Rebreanu) a magyar csapatok bevonulása idején.
(1940. szeptember 8., Fortepan képszám: 08562)*



A zsidó felvilágosodás, a zsinagógai szónoklatok és a felekezeti sajtóforumok lehetővé tették a 19. század végi szimbolikus politikai kultuszok és diskurzusok judaizálását. Ez a kiteljesedését az első világháború izraelita propagandájában érte el. Az első világháborús hőskultusz és a revízióhoz kötődő kultuszok a két világháború között összefonódtak. Mindkettőnek különböző zsidó adaptációi jöttek létre felekezeti irányzattól függően. Az önálló közép-európai modern zsidó nemzeteszme kultuszadaptációi az előbbiektől eltértek, de a megnyilvánítandó lojalitás szintjén megtalálhatóak voltak. Egymásra épülő rétegekként, elemeket továbbsodró diskurzusfolyamokként ezek tűntek fel a második világháború izraelita propaganda-adaptációiban is. Arra kérdezzük rá, hogy miként használták különböző zsidó közösségek a domináns társadalmi diskurzust saját problémáik artikulálására. A második világháborús revíziós propaganda miként vált belső közösségi törekvések megnyilvánítására alkalmas nyelvezetté?

A jelenséget akkor tudjuk a maga keretei között értelmezni, ha figyelembe vesszük, hogy a felekezeti/szervezeti sajtó, mint transzparens intézményi fórum, a külvilág számára is láthatóvá vált szimbolikus állásfoglalásokat fogalmazott meg. Így a benne közölt tartalmakat egyszerre határozták meg a nagy társadalmi diskurzusok és a felekezet belső stratégiai, érdek-

³ Gálut, gólesz, azaz szétszórátás fogalma alatt az Örökkévaló általi kiűzetés értendő a Szentföldről, ami egy aktív, cselekvő, a mindenkori jelent alakító Isten képével fonódik össze. A modernizálódó, reform útjára lépő zsidók is használták a gálut vagy a gólesz fogalmát a 20. századi modern zsidó állam megszületése előtt. Izrael Állam létével a görög eredetű diaszpóra fogalma kerül előtérbe.

védelmi és apologetikus törekvései. Az izraelita felekezeti sajtó, mint modern fórum a felekezeti irányzatot az állam felé képviselő Központi Irodák törekvéseit tükrözték. Így tág teret nyert benne magyar szimbolikus politikára történő izraelita reakció. A neológ nemzeti nyelvű homiletikával,⁴ illetve a neológ részről az orthodox⁵ zsidóságra megfogalmazott magyarosodásnak való ellenállás vádjának cáfolatával jelentős helyet kaptak a szimbolikus politika jelenségei az ünnepi izraelita felekezeti patrióta istentiszteleteken is. Ezek nyitva álltak más felekezeti vezetők és a hatalom lokális és országos politikai szereplői előtt is, akikről előkelő vendégekként számoltak be a híradások.

Az izraelita eszmehirdető sajtó mint forrás

Az izraelita eszmehirdető sajtó a hagyomány és modern politikum határán jött létre az állam felé irányuló irányzati-felekezeti érdekképviselő és a felekezeti irányzatok közötti viták során. Réteglapokról lévén szó városi középosztálybeli jelenségnek tekinthetjük őket, amelyek mögött a szemléletformálás szándékával fellépő szerkesztői elitek állnak. Tényleges hatásuk és megcélzott olvasóközönségük viszont adatok hiányában nem vizsgálható. A sajtót mint modern jelenséget vizsgáljuk. Sarah Abrevaya Stein szerint a sajtó egyszerre volt a változás manifesztálódása és a mechanizmusa is a modernkori zsidóság köreiben. (Abrevaya Stein 2004: 16) A magyar nyelvű budapesti zsidó sajtó kutatása során a modernitásra folyamatként tekintünk. A modernitás előkép nélküli kihívásokat hozott és folyamatos válaszadásra készítette a közösségeket. A sajtóban megjelenő vélemények és stratégiák nem téveszthetők össze az adott közösségek tényleges mindennapi életével. A sajtóban csupán a véleményformálás szándékával fellépő hírlapírói elit törekvései ragadhatóak meg. A tényleges olvasókról viszonylag kevés ismerettel rendelkezünk. A közölt olvasói levelek is szerkesztői tevékenység eredményei. Mindazonáltal a hírlapírói elit véleménye nem volt független a tényleges közösségi élettől. Nem csak a sajtó, hanem a közösségek feletti intézményrendszer is a modernitás új jelenségének tekinthető. A lapok rendeltetésük szerint különbözőek voltak, igazodtak a társadalmi körülményekhez, a politikai- és társadalmi változások hatásai alatt álltak. Közös vonásuk volt, hogy a modernitás új tendenciáira válaszolva közösségi törekvéseket fejeztek ki.

A budapesti neológ és orthodox modern intézményrendszer a 19. század utolsó harmadában jött létre és a vidéki zsidósággal folyamatosan tartotta a kapcsolatot. A zsidó hírlapolvasók nem voltak egynyelvűek: az 1867. évi kiegyezéstől felgyorsuló nyelvi magyarosodás mellett a héber, a jüdisch-deutsch⁶ és a német nyelvet is használták, ami a századfordulós zsidó lapokban eltérő mértékben tükröződött.

A Pesti Izraelita Hitközséghez közelálló, de ahhoz intézményesen nem kötődő, sőt vele szemben sokszor eltérő álláspontot képviselő *Egyenlőség – Társadalmi hetilap* 1882 és 1938 között képviselte a neológia véleményét. Az *Egyenlőség* betiltását követően helyébe *A Magyar Zsidók Lapja* lépett 1939 és 1944 között. A vizsgált téma szempontjából az *Egyenlőség*ből kiszakadt fiatal neológok köréhez tartozó kulturcionista⁷ *Múlt és Jövő – Irodalmi, művészeti, társadalmi és kritikai folyóirat* (1911-től) válik még fontossá. A berlini kulturcionista

⁴ A nemzeti nyelvű zsinagógai beszédek a zsidó vallásreform és a többségi nemzettel való azonosulás terjedésének fontos eszközei voltak.

⁵ Az eötvösi zsidó kongresszus során kiszakadt tradicionalista hitközségek irányzata.

⁶ Dunántúli, morvaországi és közép-európai zsidó bevándorlók nyelve.

⁷ A zsidó nemzeti mozgalom (a cionizmus) egyik irányzata, amely a zsidó kultúrát tette a nemzeti megmaradás középpontjába.

Ost und West magyarországi adaptációjaként felfogható *Múlt és Jövő* a hagyománytól eltávolodott zsidó intelligenciát kívánta visszatéríteni a judaizmushoz.

A jüdisch-deutsch *Allgemeine Jüdische Zeitung* az Orthodox Irodától független napilapként adták ki, 1919-ben a Tanácsköztársaság idején pedig betiltották. *Zsidó Újság* címen magyar nyelvre váltott, mivel jüdisch-deutsch olvasótáborának zöme 1920 után az utódállamokhoz került. 1925. október 16-ától *Zsidó Újság. A magyar orthodox zsidóság hetilapja* címen jelent meg. 1939. január 20-tól címét *Orthodox Zsidó Újság Egyházi és hitbuzgalmi lapra* változtatta. Az Orthodox (Központi) Iroda fővárosi modernizálódó elitjének nézeteit 1944. március 19-ig fogalmazta meg.

A Magyarországi Cionista Szervezet hivatalos lapja 1911-től *Zsidó Szemle* címen. 1919-ben *Jövők – Zsidó társadalmi hetilap* néven, 1920 és 1938 között pedig ismét *Zsidó Szemle – Zsidó hetilap*ként állt fenn.

- ◆ **Egyenlőség (1882–1938) / A Magyar Zsidók Lapja (1939–1944)**
- ◆ **Zsidó Újság (1925–1938) / Orthodox Zsidó Újság (1938–1944)**
- ◆ **Zsidó Szemle (1910/11–1938)**

Revíziós vágyakozás izraelita lapokban

A magyar izraelita szimbolikus politika keretében megjelenő revíziós publicisztikát csupán szociokulturális háttére felől tudjuk értelmezni. Ennek keretében több tényezőt kell figyelembe venni. Egyrészt a magyar társadalom általános revíziós közbeszédét mint domináns társadalmi narratívumot, másrészt a felekezeti érdekeket és érintettséget, harmadrészt a szét-szórátás bevett zsidó lojalitásmintáinak mechanizmusait kell rendszerben szemlélni. A magyar társadalmat a két világháború között áthatotta a határok kérdése. Nem volt olyan politikai erő és társadalmi csoport az országban, mely ne helyezett volna hangsúlyt a területi revízió kérdésére. A politikai eliten túl az egész magyar társadalmat meghatározta a békeszerződéssel kapcsolatban a kollektív, nemzeti veszteség érzése. Ez azonban inkább csak hangulat volt, mint cselekvés. (Glässer–Zima 2015c: 122) A korszak ideológiai, történeti kulcsfogalmait szintén áthatotta a határok kérdése. Zeidler Miklós a köztudat és a közgondolkodás szerkesztését képező verbális vagy képi toposzok, közhelyek felől közelít a határok társadalmi és politikai kérdésének kultusz jellegű megnyilvánulásaihoz. Ilyen toposznak tekinti a keresztény, nemzeti, ellenforradalmi vagy irredenta jelzöt, amelyek a „politikai rendszer s részben a korszak öndefiníciói voltak”. (Zeidler 2002: 9; lásd még Zeidler 2009)

A hazafias szándék megkérdőjelezhetetlen érték mind az első világháború közbeszédében (Katona 2016: 499), mind pedig az első világháborús hőskultuszban és az erre építő második világháborús, területi revíziós törekvésekkel átítatott patriotizmusban.

Az első világháború után a magyar véleményformáló elit zsidósággal kapcsolatos nemzeti stratégiája megváltozott. A nemzetkoncepció megváltozását az 1920: XXV. tc-n keresztül lehet a legjobban szemléltetni, amely a zsidóságot is népfajnak tekintette. „*A nemzetgyűlés eldöntötte, hogy faj vagyunk...*”⁸ értékelt a zsidósággal kapcsolatos új hivatalos álláspontot az *Egyenlőség* a törvény megszavazásakor. A zsidóság külső etnikai besorolását a háborús területvesztés – ideiglenesnek tekintett – következményeként fogta fel. A neológia azonosult a

⁸ *Egyenlőség*, 1920. szept. 25./ 1. Elvégeztetett...

Trianon okozta nemzeti veszteséggel és a vele összefonódó háborús hőskultusszal, és mind a két kérdést összekötötte a zsidóság társadalmi és jogi helyzetével. (vö. Braham 1997: 21–30) „*Igazságot Magyarországnak és igazságot a magyar zsidóknak.*”⁹ Sérelmezték, hogy miközben a béketárgyalásokon, illetve a nemzetközi viszonylatban általában az elcsatolt területek magyar zsidóit – a magyar népesség arányát növelendő – a magyar politikai elit magyarként tartotta számon, addig Magyarországon a zsidókat kitaszították a magyar nemzet közösségéből. (lásd bővebben Glässer–Zima 2015c: 127)

Magyarország első világháborút követő helyzetével kapcsolatban a cionista sajtó a neológ azonosulás helyett a zsidó sorsban és a magyar sorsban lévő párhuzamokat hangsúlyozta. (Glässer–Zima 2015c: 131–132) A cionista kronológia a második Szentély lerombolásától (i.e. 70-től) számolja a zsidó nemzeti állam megszűntét és a száműzetés kezdetét. Így tehát – hangsúlyozza a *Zsidó Szemle* – a zsidók kétezer év óta revizionisták. Ezért van remény a magyarok számára is.

*„A nemzet, az ország egysége minden egyes magyar állampolgár szívében továbbra is élni fog és ez a sok millió szívben élő Magyarország végre is fel fog támadni. A zsidó történelem és a zsidó nép kétezer éves gólusza bennünket nagyon is meggyőzött fentiek igazságáról [...] A zsidó nép igazát, az ősi zsidó földhöz való jogát 2000 esztendő sem tudta elévíteni. ...a magyar nemzet nem hal meg, de élni fog! A cionista himnus reményt keltő soraival mondjuk: 'Od lo ovda tikvatenu': Nem vesztjük el reményünket!”*¹⁰

Az orthodox sajtó, amely 1925 őszén indult újra, viszonylag későn jelenítette meg a revízió kérdését (erről lásd Glässer–Zima 2015c: 138–139). Ez összefüggött azzal, hogy az országos orthodox izraelita képviselőség 1929. júniusában tartott ülésén mondta ki a magyarországi orthodox zsidóság csatlakozási szándékát a revíziós ligához. A revízió kérdése összefonódott a történelmi orthodox közösségek elvesztésének, és az orthodox izraelita vallási reneszánsznak az ügyével. Az orthodoxia Trianonját a vallásos orthodox közösségek határon túlra kerüléseként értelmezték. Magyarországon ezáltal ugyanis jelentős számaránycsökkenést szenvedett el az orthodox intézményrendszer. (Vö. Frojimovics 2008: 226–227)

A revíziós szimbolika az izraelita felekezeti és a cionista mozgalmi propagandában a lojalitásmegnyilvánítások eszköze is volt. Az első világháborús propaganda hőskultusza összefonódott a revíziós törekvésekkel, a zsidó hősiesség hangsúlyozása a magyar nemzethez való lojalitás, illetve a magyar nemzettel való azonosulás közösségi szinten elfogadott megnyilvánítási formája volt. (Glässer–Glässerné Nagyillés 2015: 104) Az első világháborús kitüntetések ugyanakkor a második világháború alatt a törvényalkotás szintjén (1939. évi IV. tc. 2. §) a zsidótörvények alóli mentesülés jogcímét is képezték, bár a jogalkalmazás során ez később sem realizálódott (vö. Braham 1997: 151, 359, 502, 566, 846, 859–860, 928; Molnár 2000).

A megvalósult revízióról...

A magyar szimbolikus politikához hasonlóan annak zsidó adaptációjaként a revíziós szimbolikus politika is felekezeti keretek között jelent meg a szakralizált közösségi térben.

„A nagy történelmi fordulat folytán egy millió magyar térhet vissza testvéreihez. Városok és falvak sokasága kapcsolódott vissza az Anyaországához, hogy ott folytassák életüket, ahol húsz évvel ezelőtt megszakadt. Hálazsolozsmák szállnak a

⁹ *Egyenlőség*, 1933. február 11./ 4–6. Felekezet és politika.

¹⁰ *Zsidó Szemle*, 1920. május 14./ 1. Dr. Schönfeld József: A nemzet élni fog.

*magasságok felé és minden hitvallás templomából zsoltáros imádságok örven-
deznek azon, hogy vérontás nélkül, egyedül az Igazság fegyvere aratta a diadalt.*¹¹

A modern történetírást a felekezeti izraelita sajtó a vallásosság szolgálatába állította. A hagyományos zsidó időszemlélet a ki nem mondott, vagy utalás szintjén megjelenő múlt és jelen közötti párhuzamok és erkölcsi üzenetek formájában inkább szerkesztői elvként, mintsem a modern történetírás szerves részeként jelent meg. Explicit formában viszont mindvégig meghatározta az ünnepek és a közösség szempontjából jelentős események értelmezését. A jelen és a múlt szituációi közötti lényegi azonosság¹² – Yosef Hayim Yerushalmi és Rékai Miklós megközelítésében – a zsidó időszemlélet és a judaizmus történetiséghez való viszonyulásának sajátossága. (Rékai 2000, Yerushalmi 2000) Ennek jellegzetes vonásaként a köztes idő és események kiiktatásával a szituációk párhuzamosságát keresték, a jelen eseményei értelmüket pedig a szentírási történések fényében nyerték el. A hagyományos drósé, a zsinagógai beszéd és a hesped, a gyász során mondott emlékbeszéd ezeket a jegyeket viselte magán. Ez szemléletesen az ünnepi beszédek felől mutatható be. A megalapozó emlékezetből eredő, a liturgikus év során ciklikusan visszatérő ünnepek vezércikkei a múlt eseményeit az ünneplők számára azáltal tették közelivé és az adott pillanatban a legteljesebben átélhetővé, hogy a múlt eseményeinek szerkezetébe a jelen aktualitásait illesztették. Egy-egy szentírási vers a közösség életére, sőt a tágabb értelemben vett magyar társadalomra nézve is, erkölcsi üzenetet közvetített: megerősítette a közösség múlthoz fűző szálait és kijelölte azt a jövőt, ami felé a jelen helyzetéből tovább kell lépni. A történetiséghez és időhöz való ezen viszonyulás a 19. század folyamán, mind az állampatrióta királytisztelet adaptálásában, mind pedig a modern magyar nemzeteszme átvételében érvényre jutott.¹³

Az izraelita szimbolikus politika eredeti közege a felekezetesedés során a modern zsinagógai homiletika volt.¹⁴ Ezek hírlapi közlései mintául szolgáltak a publicisztika diskurzusaihoz. A cionista önértelmezés szintén ezt a vallási múltat szekularizálta és nemzetiesítette. A hagyományos zsidó időszemlélet, a megalapozó vallási emlékezet és a jelen eseményeinek párhuzamba állítása ezért mindvégig meghatározó volt a revízió percepciójában.

„A próféták ideálja volt mindenkor, hogy 'Igazság ítéljen a népek fölött'. Nemcsak azért, mert benne remélték a zsidó nép igazának győzelmét is, hanem elsősorban azért, mert ettől várták a magasabb rendű ember fejlődését a földön. A magyar zsidóság emelkedett lélekkel, figyelmesen és egységesen vesz részt a nemzet ünnepében, amely felemelkedésében sugárosabb szemmel fog nézni hűséges építőtársaira, mint elmúlt tépettségében és bánatában. Üdv a hazatérőknek, akikkel együtt fogunk munkálkodni a haza jövőjén.”¹⁵ – írta a legszekularizálódottabbnak számító kulturcionista *Múlt és Jövő*.

A kulturcionista lojalitásértelmezés a fővonalbeli szimbolikus politikához történő csatlakozást ősi, etnikus eredettel próbálta igazolni modern módon. A vallási hagyományok hagyomány kinyilatkoztatott volta önmagában már nem jelentett elégséges legitimitációt a cselekvésre.

¹¹ *Múlt és Jövő*, 1938. nov. Melléklet. Üdv a hazatérőknek.

¹² Vallási előképét lásd *Kohelet* 3, 15. Rási magyarázatában a változatlanóság az Örökkévalóra, az általa meghatározott normákra, bűnökre, szabályokra és büntetésekre vonatkoznak. – Fényes Balázs szíves közlése.

¹³ Elvként az orthodox szervezet autoritásairól szóló sajtódiskurzusok szervezője is volt. (GLÄSSER 2014: 307–308)

¹⁴ A zsidó emlékezet liturgikus és rituális csatornáira Salo Wittmayer Baron és Yosef Hayim Yerushalmi is ráirányította a figyelmet. (Bonfil 1997: 7, 10)

¹⁵ *Múlt és Jövő*, 1938. nov. Melléklet. Üdv a hazatérőknek.

„A hazaszeretet a zsidóság alaptulajdonságai közé tartozik. Nemcsak azért hangzottak el mindig a zsidó templomokban héber imádságok a haza üdvéért, az államfő boldogságáért, a kormányzat bölcsességéért, mert Izrael törvénye írja így elő és a Biblia tanítása hagyta örökségül, hanem mert így kívánczolt ki ösztönszerűen minden zsidó lélekből, így tört fel az érzés minden zsidó szív mélységeiből. És nem is szabad ezt az ösztönös érzést tulságosan a tudatosság reflektorfénye elé vinni. Nem döngethetjük vele a mellünket, nem tüntethetünk vele kifelé fülsértő hangossgal. Halkan és áhítattal és szent befelé fordulással lobog a hazaszeretet mécsese és öntudatlanul hinti maga körül a fényt.”¹⁶

A cionista *Múlt és Jövő* a revízió eredményeiről távolságtartó lojalitással számolt be, kizárólag az eseményeket közvetlen követő számokban, ráadásul a revízió négy állomásából csak az első és a második bécsi döntésre reflektáltak. A Magyarország iránti hűséget az általános zsidó etika keretei között értelmezték:

„A hazaszeretet a zsidóság alaptulajdonságai közé tartozik [...] A zsidó etika felállította az eszményt: 'Avoda méahava – Szolgálat szeretetből.' A hazaszeretet az odaadó szolgálat egyik legfőbb forrása. Szolgálat, mely nem vár jutalmat, de gyakran életet kíván áldozatul.”¹⁷

Az első és a második bécsi döntést üdvözlő két cikk szó szerint ugyanaz, mindössze a második bécsi döntést követő írásból kimaradt három, az előzőben meglévő bekezdés.¹⁸

A magyar és a zsidó sorsban lévő párhuzamokat emeli ki a *Múlt és Jövő* 1938. novemberi üdvözlő cikkében.

„Az ünnep hangulatában felidéződnek közös küzdelmek, örömök, remények, melyek a hajdani boldog időkben nem ismeretek még sem felekezeti, sem faji különbségeket. És a zsidóság, amely a legtöbbet szenvedett a múltban és mindenütt a mindenütt eléje meredő határoktól és válaszfalaktól, át tudja érezni, mit jelent sorompóknak lehullása, melyek testvért testvértől választanak el.”¹⁹

A *Múlt és Jövő* a kárpát-medencei események mellett, vagy inkább a szentföldi eseményekről tudósított különösen azután, hogy Patai József 1940-ben Palesztinába emigrált.

Az *Egyenlőségben*, majd később A *Magyar Zsidók Lapjában* sorra jelentek meg a megvalósult revíziót éltető cikkek, ahogy korábban azonosultak a trianoni fájdalommal, úgy azonosultak a revíziós eredményeket kísérő eufóriával.

„A történelem órája ütött és a nagy seb, melyet Trianon ütött nemzetünk testén, kezd íme beforradni. Megtörtént az első lépés a magyar igazság fölkelő napfényében és a magyar honvédség dicső csapatai most lépik azokat a véres határokat, melyeket erőszak, árulás és gonoszság hasított husz év előtt a magyar nemzet testén”²⁰

Ez az eufória a revízió későbbi állomásain is meghatározta az üdvözlő vezércikkeket, homíliákat.

„Mi, magyar zsidók, a felszabadulás nagy ünnepén köszöntjük Délmagyarország felszabadulását és templomainkba vonulva borulunk le a Mindenható előtt, hogy

¹⁶ *Múlt és Jövő*, 1938. nov. Melléklet. Üdv a hazatérőknek.

¹⁷ *Múlt és Jövő*, 1938. nov. Melléklet. Üdv a hazatérőknek.

¹⁸ *Múlt és Jövő*, 1938. nov. Melléklet. Üdv a hazatérőknek; *Múlt és Jövő*. 1940. szeptember. Melléklet. Üdv a hazatérőknek!

¹⁹ *Múlt és Jövő*, 1938. nov. Melléklet. (sz.n.) Üdv a hazatérőknek.

²⁰ *Egyenlőség*, 1938. nov. 3. 1. Szabolcsi Lajos: Isten áldd meg a magyart!

*megérnünk engedte ezt a dicső napot. Ha volt bánatunk, elfelejtettük. Most csak a diadalmas öröm ragyog fel bennünk: a megnagyobbodott Magyarország boldogító tudata. Hála legyen Noked érte Seregek Ura, Mindenható Isten!*²¹ – írták a Délvidék visszatérésére.

Az új politikai struktúra felállítását követő antiszemita jelenségeket a trianoni közös szenvedés fogalmi keretében és toposzai révén értelmezték.

*„Míg a magyar zsidóság, mindenkit megelőzve, elsőnek indította meg a harcot, azért a magyar igazságért, melynek napja most van felkelőben, a csonka haza területén és a megszállott területeken egyaránt ő volt a forradalmi események első áldozata.”*²²

Ezt fejezi ki még egyértelműbben ugyanebben a lapszámban egy másik publicisztika.

*„A megszállott területeken zsidó hite és magyarsága miatt kétszeresen is üldözik a magyar zsidókat.”*²³

A megvalósult revízióval ugyanakkor a zsidótörvények is kiterjedtek a visszatért területek zsidóságára. A helyzet ellentmondásosságát *A Magyar Zsidók Lapja* is artikulálta: a közös szenvedés toposzát állította szembe a zsidótörvények okozta megbélyegzéssel.

*„A világtörténelem zúgó morajlása hallatszik körülöttünk. A Kárpátok havas útjain robog előre a magyar igazság diadalszekere. Mi, magyar zsidók, szívvel-lélekkel összeolvadva hazánkkal, nemzetünkkel: elfojtott lélegzettel figyeljük honvédeink dicső útját. Minden imádságunk, minden óhajunk, minden vágyunk egy mondatban izzik: Isten áldd meg a magyart. [...] Életünket és vérünket ajánljuk fel a nemzet oltárán mi magyar zsidók. Sokan vannak, akik bennünket félreismernek, még többen vannak, akik bennünket nem ismernek. De a nagy világtörténelmi pillanatok tüzeiben a magyar nemzet mindig egygyé tudott forrni, és mi ennek a szent egységnek a nevében kívánunk résztvenni hazánk nagy erőfeszítésében”*²⁴

A nemzettel egybeforrasztó véráldozat toposza már az első világháború magyar-zsidó hőskultuszában központi elem volt (Glässer–Zima 2015b). Ez az antiszemitizmus elleni apologetika részeként a második világháborút közvetlenül megelőző zsidóellenes hangulatban is újra aktíválódott. Kárpátalja visszacsatolását követően ukrán diverzánsok támadtak rá a határőrszolgálatot teljesítő 12. kerékpáros zászlóaljra. Ezekben a harcokban kapott halálos sebet a 25 éves Löwinger Lajos közlegény, aki már a Felvidék visszacsatolása óta Munkács környékén teljesített fegyveres szolgálatot.²⁵ *„Talán – mondjuk vigasztalásképpen – a szegény Löwinger Lajos hősi halála lesz az az áldozat, mely a zsidóságot kimentí a szörnyű vádaktól?”*²⁶ – utalt a híradás a második zsidótörvényre.

A neológ háborús propagandában különböző 19. századi neológ diskurzusok értelmeződtek át és fonódtak össze. Kárpátalja galíciai eredetűnek tekintett hászid²⁷ zsidóságát a dualizmus idején az emancipáció és a társadalmi befogadás kerékkötőiként mutatták be az *Egyenlőség* cikkírói. (Glässer 2015a) Így egy megreformálandó, kulturmisszió alá helyezendő zsidó csoportok képét rajzolták meg. Ugyanakkor a nemzetiségi területeken a magyar kultúrát

²¹ *A Magyar Zsidók Lapja*, 1941. április 17. 1. Hazatértek.

²² *Egyenlőség*, 1938. nov. 3. 2. Szabolcsi Lajos: Isten áldd meg a magyart!

²³ *Egyenlőség*, 1938. nov. 3./ 2. Most húsz éve.

²⁴ *A Magyar Zsidók Lapja*, 1939. március 16. 1. A világtörténelem.

²⁵ Ekkor még a zsidók teljesíthettek fegyveres szolgálatot.

²⁶ *A Magyar Zsidók Lapja*, 1939. március 23. 1–2. Elestek a hazáért.

²⁷ 18. századi kelet-európai misztikus irányzat.

képviselő haladó zsidóság küldetését a nemzetiségi törekvésekkel szembe határozták meg. A visszacsatolás idejére a rurális életformát élő zsidókkal szembeni ellenérzéseket felülírták a pánszlávok elleni küzdelem toposzává alakított egykori nemzetiségi diskurzusok.

„Ezek a zsidók voltak mindig az északkeleti vidéket veszélyeztető pánszlávizmus, a nagy-orosz birodalom propagandájával szemben a magyar eszme, a magyar gondolat, a magyar eszme, a magyar nyelv és érzés pionírjai, akik e vidék rutén néptömbje és az Alföldre húzódtott magyarság között az összekötő elemet képezték, hogy az állandó orosz csábításnak és kísértésnek kitett ruténok közt terjessze fen[n]tartassa a magyar nemzeti érzést és ezzel elgáncsolja az orosz, pánszláv törekvéseket.”²⁸

Az orthodox sajtó hírlapírói elitje kettős világban gyökeredett: egyfelől a magyar főváros orthodox középrétegének és a rá hatással lévő német neo-orthodoxiának²⁹ világában, másfelől az orthodox szervezetet legitimáló, időközben határon túlra szakadt nagy múltú pozsonyi orthodox és hászid irányzatokhoz tartozó hitközségek folyamatosan hivatkozott világában. A visszacsatolásokat üdvözlő orthodox publicisztikák az orthodox Trianon toposza köré szerveződtek, a vallásos zsidóság erősödését látták a politikai eseményekben. Az orthodox sajtó a visszacsatolt Felvidék híret vezércikkben közölte, Sussmann Viktor rabbi Kazinczy utcai zsinagógában tartott beszédét idézve:

„...És a mai napot, amelyre husz év óta sóvárogva vártunk: az Örökkévaló juttatta osztályrészünkké, ujjongjunk és örvendezzünk benne. Benne, az Ő segítségével, Benne, aki meghallgatta népe fohászát, megérette velünk a hajnal pirkadását! Atyák elbeszélnek majdan gyermekeiknek nemzedékről-nemzedékre, a Magasztos csodáit, melyeket hön szeretett hazánkkal mívelt és beteljesedett a prófétai szó: »És visszatérnek a gyermekek régi határaikba«. [...] Üdvözlünk benneteket hazatért zsidó testvérek. Ujból együtt dolgozhatunk a hithűség, az orthodoxia megerősítésén, annak a nagy műnek a kiépítésén, amelynek alapjait boldog emlékezetű gaonjaink hetven esztendővel ezelőtt oly nagy gondossággal, körültekintéssel és m'szi-rüsz hanefessel³⁰ leraktak.”³¹*

A közös áldozat és harc egyesítő toposza az orthodox lapban is feltűnt. *„A magyar hazáért vérüket hullajtott ezer meg ezer zsidó hős szomorúan díszes galériájában, méltó helyet foglal el ez a magyarzsidó hős ifjú.”³²* – írták a 19 éves oroszvégi Weisz Fülöpről, akit kémet kiáltva lelőtt egy volt munkácsi cseh rendőr, miközben vízért ment a szomszéd községbe.

A revízió retorikája keretté és felhasznált nyelvezetté vált az impériumváltás zsidókat diszkrimináló törvényeinek revideálására is.

„A hivatalos lap e hó 4-i számában megjelent a m. kir. minisztérium 1100/1939. M. E. számú rendelete a visszacsatolt felvidéki területeken ipart és kereskedelmet üzök jogosítványai tárgyában. [...] A rendelet komolyan érinti a felvidéki zsidóságot, amely, mint a zsidóság általában, főleg kereskedőkből és iparosokból áll. Minden revízió életsorsról dönt. Reméljük, hogy annak végrehajtása a felvidéki zsidóság

²⁸ *A Magyar Zsidók Lapja*, 1939. március 23. 4. Visszatért Ruszinföld zsidósága.

²⁹ Németországi orthodox irányzat, amely a „világ útjaival” kísérli meg összebékíteni a kinyilatkoztatott Tant.

* Értsd páratlan Talmud-tudású rabbijaink.

³⁰ – m'eszirot hanefes = a lélek átadása – értsd teljes átadással/odaadással.

³¹ *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 11./1. Üdv a hazatérteknek!

³² *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. jan. 20./ 8. Munkács zsidó hőse.

*mindenkori nemzethű magatartásához képest a legsimábban fog végbemenni.*³³ Az új impériumváltás okozta egzisztenciális gondokra, amelyek az iparjogosítványok revíziójából fakadtak, apologetikaként az egykor elcsatolt zsidóság idegen impérium alatti magyar-hűsége tűnt fel. „Ki vállalja a felelősséget a még a II. zsidótörvényen is messze túlmenő egzisztenciapusztításokért és az ezek során elkövetkező tömegtragédiáért? **Kegyelmet az ártatlanul pusztulásra elítélt hazafias felvidéki zsidóság számára!**”³⁴

Az iparrevíziót a hivatalos értelmezés is összekötötte az elcsatolt terület zsidóinak „nemzet-hűségével”. Ez a sajtódiskurzusokban az első világháborús hőskultusz apologetikus izraelita és általános revíziós olvasatait hozta felszínre.³⁵

„Amikor tavasszal megjelent a rendelet [...] a miniszter mondotta: »nincsen félnivalója annak a zsidónak, aki a húsz éves cseh megszállás alatt becsülettel és tisztességgel magyar maradt és teljesítette kötelességét«. Most mégis azt látjuk, hogy olyan zsidóknak kellett tömegesen lezuhniuk a rolót, akik köztudomás szerint lelkesen hű magyar patrióták voltak az elnyomás szomorú évtizedei alatt és akik a magyar nemzeti érzéshez való hűségüket dokumentumokkal is igazolni tudják. A revízió frontján egymásután hullottak el olyan zsidó kereskedők és iparosok, akik végigharcolták a háborút, számos kitüntetést szereztek és a húsz esztendőes cseh megszállás alatt is a magyar-párt lelkes támogatói és bajvívói voltak.”³⁶

A második világháborús határmódosítások „visszatért nagy hitközségeket” bemutató eufórikus cikksorozatai³⁷ a két világháború közötti természetjárás, turizmus és utazási kultúra jelenségeit helyezték egy szűk városi orthodox középréteg vallásos világképének keretei közé.³⁸

³³ *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. febr. 10./ 2. A felvidéki iparengedélyek revíziója.

³⁴ *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. jún. 10./ 1. Kegyelmet a felvidéki iparrevíziónál!

³⁵ Rebekah Klein-Pejšová szerint a budapesti Hősök Templomának építése képezte azt a fordulópontot, ahol a szlovákiai zsidók magyar nyelvi és kulturális kötődései elváltak a helyi magyar politikai iránti elköteleződéstől, elfogadva a cseh állam iránt lojális zsidó etnikum meghatározást (Klein-Pejšová 2015: 113).

³⁶ *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. okt. 12./ 1. Kegyelmet a felvidéki zsidóknak!

³⁷ **Felvidék:** *Zsidó Ujság*, 1938. okt. 25./ 2. Felvidéki hitközségek; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 4./ 1. Kahan-Frankl Samu, az Orthodox Központi Iroda elnöke, *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 4./ 2. Köszöntés!; A zsidóság vezetőinek ünnepélyes ülése a felvidék visszacsatolása alkalmából; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 4./ 3. Korein Dezső, Husz év szenvedés után; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 4./ 4. Áldás és béke; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 11./ 1. Üdv a hazatérteknek!; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 11./ 2. Közös magyar-lengyel határ; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 11./ 3. Hálaadó istentisztelet a hitközségekben; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 11./ 4. Ezrével tettek át szlovenszkói magyar érzelmű zsidókat Magyarországra; *Zsidó Ujság*, 1938. nov. 25./ 5. A visszatért hitközségek történetéből I. – Dunaszerdahely; *Zsidó Ujság*, 1938. dec. 2./ 5. A visszatért Dunaszerdahely történetéből II.; *Zsidó Ujság*, 1938. dec. 2./ 7. Levél Ungvárról és Munkácsról; *Zsidó Ujság*, 1938. dec. 16./ 5. A Kormányzó ünneplése a visszacsatolt hitközségekben; *Zsidó Ujság*, 1938. dec. 16./ 10. A visszatért Dunaszerdahely történetéből III.; *Zsidó Ujság*, 1938. dec. 30./ 7. A visszatért Komárom Történetéből.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. jan. 20. A visszatért Komárom történetéből II.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. febr. 1./ 10-11. A visszatért Komárom történetéből III.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. febr. 20./ 6. A visszatért Galánta történetéből. I.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. márc. 1./ 10. A visszatért Galánta történetéből. II.; III. *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. márc. 10./ 5. A visszatért Galánta történetéből.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. márc. 20./ 11. A visszatért Felvidék történetéből – Ógyalla-Bagota (Héberül közli: Schwarcz Ábrahám rabbi, Vágsellyén.); *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. ápr. 20./ 4. – 1939. máj. 1./ 6. – 1939. máj. 10./ 9. A visszatért Felvidék hitközségeiről – Ungvár I–III. (Héberül közli: Schwarcz Ábrahám

Az orthodox lap két síkon: hitbuzgalmin és közösségi jogvédelmin, tematizálta az antiszemitizmus és a jogfosztó rendelkezések kérdését. Az orthodox lapban a megvalósult revízió kérdését – amikor nem az államhatalom zsidókat érintő jogalkotásáról volt szó – a publicisták az orthodox vallási reneszánsz jegyében a vallási értelmező hagyomány keretében eszkatologikus perspektívába illesztették. A katolikus reneszánszhoz hasonlóan, az orthodox publicisztika az első világháborúra erkölcsi süllyedésként tekintett, ország területvesztése pedig megtéréssel kezelhető büntetésként jelent meg. Ez az értelmezés mind katolikus, mind orthodox izraelita vonalon a revízióknak vallási olvasatot adott. Háborút és Trianont isteni büntetésnek tekintette, amiktől csak a történelmet aktívan alakító Istenhez való megtérés által lehet megmenekülni. Az evilági eseményeket formáló Örökkévaló képe tünt fel a munkácsi rebbe-től származó fejtegetésben is, amely szerint azért fognak széthullani az első világháborúval létrejött utódállamok, mert ezekhez az új nemzetekhez és államokhoz nincs őrangyal rendelve az Égben.

„Minden nemzetnek van génusza („szár”) az égben, amely őrzésére van rendelve, és nem maradhat fenn egy hirtelenül megalakult állam, amelynek nincsen meg az őrangyala; az ilyen államnak előbb-utóbb alkatrészeire kell felbomlania... – szokta mondani [a munkácsi rebbe]. A félév előtt bekövetkezett fordulatnál azután már megértette mindenki, hogy mit állapított meg a cseh rezsim alatt évekkel ezelőtt, a nagy magyar érzelmű Spira főrabbi z. c. l.** és köztudomású, hogy ilyen magyar szellemben nevelte egyetlen gyermekét és annak férjét a jelenlegi főrabbit Rabino-witz Baruchot.”³⁹*

A vallási keretek között értelmezett revíziós integritás-gondolat Talmud⁴⁰-magyarázatba visszavetített példáját képezik azok az olvasói levelek,⁴¹ amelyek Magyarország egységét a

rabbi, Vágsellyén.); *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. júl. 10./ 4. – 1939. júl. 20./ 5. – 1939. aug. 1./ 4. A visszatért Kassa történetéből. I–III. (Héberül közli: Schwarcz Ábrahám rabbi, Vágsellyén.); *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. aug. 20./ 6. – 1939. szept. 1./ 6. – 1939. szept. 13./ 6. A visszatért Felvidék történetéből – Vágvecse I–III.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. nov. 2./ 1. A Felvidék hazatérésének évfordulójára. Kárpátalja: *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. márc. 20./ 1. Üdvözölve légy, Kárpátalja!; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. jún. 10./ 7. – 1939. jún. 20./ 4. A visszatért Huszt történetéből. I–II. (Héberül közli: Schwarcz Ábrahám rabbi, Vágsellyén.); *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. ápr. 1./ 3. Amiről most Munkácson beszélnek. Erdély: *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. szept. 10./ 3. Erdély hazatéréséhez; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. szept. 20./ 1. A kolozsvári szózat; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. szept. 20./ 3. Az erdélyi orthodoxia életéből; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. okt. 1./ 6. Az erdélyi zsidóság II. – Margita; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. okt. 16./ 3. Visszatért hitközségek III.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. nov. 8./ 1. Erdélyi zsidó hittestvéreink.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. nov. 22./ 3. Visszatért hitközségek IV.; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1941. jan. 1./ 5-6. A visszatért Nagyvárad. Délvidék: *Orthodox Zsidó Ujság*, 1941. ápr. 24./ 3. Üdvözlégy Délvidék!; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1941. máj. 10./ 1. A délvidéki zsidóság magyarhúsége (Írta: Stern Mózes, a Zentai szefard-orth. hitk. titkára.)

³⁸ Vö. Jusztin 2006.

* Hászid szellemi vezető.

** Igaz emléke legyen áldott!

³⁹ *Orthodox Zsidó Ujság*, 1939. május 10./ 4. Munkácsi utijegyzetek.

⁴⁰ A judaizmus szóbeli tanának i.sz. 5. század végi kodifikációja.

⁴¹ *Zsidó Ujság*, 1926. aug. 6./ 8. Dr. Fischer Jakab, Rási mint a magyar integritás gondolatának legelső kifejezője; Újra-közlik: *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. aug. 21./ 3. Rási és Magyarország; *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. szept. 1./ 2. Stern Emil (Szolyva): A Kárpátoktól Troyesig

legtekintélyesebb Talmud-magyarázótól, a Troyes-i Rasitól⁴² (Rabbi Slomo Jicchaki [1040–1105]) eredeztetik.

„Ha meggondoljuk, hogy Rási életében (élt 1040-1105) a 896-ban alapított Magyarország még alig volt 150 éves s így bizonyára még a kialakulásuk korát élte, akkor kétszeresen kell csodálnunk, hogy miképpen volt ily pontos tudomása a Franciaországban lakó zsidó tudósnak a Kárpátok nagyszerű határkoszorújáról. S ha még meggondoljuk, hogy főként a Talmud tanulása Rási nélkül lehetetlen, – akkor beláthatjuk, hogy mily félelmetes propagálója és mily hatalmas fegyvere a magyar integritás gondolatának ez a csaknem ezeréves Rasi magyarázat.”⁴³

A fővárosi orthodox publicisták a trianoni határok felszámolásától a zsidóság békebeli, monarchiabeli jogi és társadalmi állapotainak visszaállítását várták.⁴⁴ Orthodox értelemben pedig a revíziótól a tradicionalitásra törekvő vallásosság elmélyülését, és az orthodox intézményrendszer megerősödését remélték.

Tanulságok

A revízióval kapcsolatos zsidó propaganda jelenségek nem ítélnél meg kontextusukból kiragadva, a jelenből visszatekintve, a későbbi események ismerete alapján. A propagandajelenségek köré szövődő másodlagos jelentéshálókat a közösségi lapok publicista elitjei közösségi/intézményi problémáik artikulálására használták. A nagy társadalmi diskurzusok jelölték ki a problémák tárgyalásának módját, kereteit és nyelvezetét. A revíziós propaganda kérdését nem értelmezhetjük a zsidó politikai gondolkodásnak a felvilágosodással, emancipációval és felekezetiesedéssel bekövetkező modernizálódásától függetlenül. A szétszórás nem zsidó helyi főhatalmaihoz való viszonyulás a vallási hagyományban gyökerezett. Az Isten által legitimált, társadalmon kívül álló koronás fő képe az alkotmányos monarchia királykultuszán keresztül a két világháború közötti realitásokra vonatkozóan a mindenkori állami főhatalom iránti lojalitássá módosult. A zsidóság állam iránti egyéni és kollektív lojalitása által, a különböző lojalitásstratégiák révén a közösségek a biztonságot, a jólétet és a „haladást” törekedtek megadni önmaguk számára (Klein-Pejšová 2015: 109; vö. Szeghy-Gayer 2016). A lojalitás nem a hatalom gyakorlóinak, hanem az események szereplőinek perspektívájából világítja meg a viszonyulási módokat, nem tartalmaz esszencialista konnotációkat, inkább változékony, többes számú, azaz kötődésekre és nem egyetlen, megváltoztathatatlan lényegre utal, az identitással ellentétben megengedi az egymásmellettséget. A lojalitáshierarchiák fontos megnyilvánulási tere egyrészt a különböző időpontokban a különböző zsidó csoportok nevében fellépő sajtóorgánumok, másrészt pedig a lojalitáskonfliktusok esetében történő hivatalos intézményi megszólalások (vö. Fenyves 2016). A csoportok nevében fellépő sajtóorgánumok a magyarországi szimbolikus politika és állampatriotizmus diskurzusait adaptálták, szelektálták és judaizálták. Ez azonban túlmutatott a sajtón: gyökerei a zsinagógai homiletikában keresendők, ezek a homíliák a közölt beszédek, tudósítások és toposzaikat követő vezércikkek révén hatottak a sajtó diskurzusaira is. A jelenség általános kereteit a lojalitáskinyilvánítások felekezeti és közösségi/mozgalmi rítusai határozták meg. A nemzetállamok változó szimbolikus politikái beépültek a polgárjogot nyert zsidóság közösségi emlékezetébe, a jogegyenlőség megvonásának folyamatában is a valóság artikulálásának egyik lehetséges módját képezték.

⁴² A mozaikszó másik gyakori feloldása: Rabban Sel Jiszroel – Izrael tanítója vagy Rabbenu SeJichje – A mi tanítónk, aki éljen soká!

⁴³ *Zsidó Ujság*, 1926. aug. 6./8. Dr. Fischer Jakab, Rási mint a magyar integritás gondolatának legelső kifejezője.

⁴⁴ *Orthodox Zsidó Ujság*, 1940. szept. 10./ 5. Korein Dezső: Trianon felszámolása.

IRODALOM

- Abrevaya Stein, Sarah (2004) *Making Jews Modern The Yiddish and Ladino Press in the Russian and Ottoman Empires*. Bloomington, Indianapolis, Indiana University Press.
- Bonfil, Robert (1997) Jewish Attitudes Toward History and Historical Writing in Pre-Modern Times, *Jewish History*, vol. 11, No. 1 (Spring 1997). 7–40.
<https://doi.org/10.1007/bf02335351>
- Braham, Randolph L. (1997) *A népirtás politikája: a holocaust Magyarországon*. 2. bőv. és átd. kiad. Budapest, Belvárosi Kvk.
- Dubin, Lois C. (2014) Yosef Hayim Yerushalmi, the Royal Alliance, and Jewish Political Theory. *Jewish History*, vol. 28. 51–81. <https://doi.org/10.1007/s10835-014-9199-9>
- Fenyves Katalin (2016) Párhuzamos lojalitások. Császárhűség, magyar nemzeti és zsidó elkötelezettség a magyarországi zsidó nyilvánosságban. In: Glässer Norbert – Zima András – Nagyillés Anikó (2016szerk.) „A királyhűség jól bevált útján...”: *Rendi és nemzeti kötődések szimbolikus változásai 1867 és 1918 között*. Szeged, MTA-SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport; SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék. 133–145.
- Frojimovics Kinga (2008) *Szétszakadt történelem. Zsidó vallási irányzatok Magyarországon 1868-1950*. Budapest, Balassi Kiadó.
- Glässer Norbert – Glässerné Nagyillés Anikó (2015) Izraelita első világháborús emlékműállítások és fogadtatásuk Szeged példáján. In: Glässer Norbert (szerk.) *Mózes kőtáblái a hármashalmon: Zsidó hagyomány és szimbolikus politika határán*. Szeged, MTA-SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport; SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék. 103–118.
- Glässer Norbert – Zima András (2015a) Vadak vagy boldog hívők?: A mászkil kritika útjai a csodarabbi alakja körül az Egyenlőségben 1918-ig. In: Glässer Norbert (szerk.) (2015) *Mózes kőtáblái a hármashalmon: Zsidó hagyomány és szimbolikus politika határán*. Szeged, MTA-SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport; SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék. 59–75.
- Glässer Norbert – Zima András (2015b) Magyar Makkabeusok a császár-király seregében – A dinasztia és nemzet iránti hűség összeegyeztetése. In: Glässer Norbert (szerk.) (2015) *Mózes kőtáblái a hármashalmon: Zsidó hagyomány és szimbolikus politika határán*. Szeged, MTA-SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport; SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék. 79–102.
- Glässer Norbert – Zima András (2015c) Változatlanág a változásban. A két világháború közötti budapesti zsidó csoportok önképe a megváltozott Kárpát-medencei határok függvényében. In: Glässer Norbert (szerk.) (2015) *Mózes kőtáblái a hármashalmon: Zsidó hagyomány és szimbolikus politika határán*. Szeged, MTA-SZTE Vallási Kultúrakutató Csoport; SZTE BTK Néprajzi és Kulturális Antropológiai Tanszék. 121–148.
- Jusztin Márta (2006) „Utazgassunk hazánk földjén!” A belföldi turizmus problémái a két világháború között Magyarországon. *Korall*, 26. (7. évf., 2006. november) 185–208.
- Katona Anikó (2016) Háborús plakát: hatásos fegyver vagy patrióta giccs. In: Ifj. Bertényi Iván – Boka László – Katona Anikó (2016szerk.): *Propaganda – politika, hétköznapi és magas kultúra, művészet és média a Nagy Háborúban*. Budapest, Országos Széchényi Könyvtár. 491–516.

- Klein-Pejšová, Rebekah (2015) *Mapping Jewish Loyalties in Interwar Slovakia*. Bloomington–Indianapolis, Indiana University Press.
- Molnár Judit (2000) Mentésítési ügyek Szegeden. In: Molnár Judit: *Csendőrök, hivatalnokok, zsidók*. Válogatott tanulmányok a magyar holokauszt történetéből. Szegedi Zsidó Hitközség Évkönyvei 1. Szeged, Szegedi Zsidó Hitközség. 107–130.
- Rékai Miklós (2000) Az idő a zsidó kultúrában. In: Granasztói Péter – Szeljak György – Tasnádi Zsuzsanna (2000szerk.) *A Megfoghatatlan idő*. Tanulmányok. Tabula könyvek 2. Budapest, Néprajzi Múzeum. 70-83.
- Szeghy-Gájer Veronika (2016) Recenzió Rebekah Klein-Pejšová *Mapping Jewish Loyalties in Interwar Slovakia* című könyvéről. *Régió. Kisebbség, kultúra, politika, társadalom*, 2016/2. 223–229.
- Yerushalmi, Yosef Hayim (2000) *Zachor. Zsidó történelem és zsidó emlékezet*. Budapest, Osiris Kiadó – ORZSE.
- Zeidler Miklós (2002) *A magyar irredenta kultusz a két világháború között*. REGIO Könyvek. Budapest, Teleki László Alapítvány.
- Zeidler Miklós (2009) *A revíziós gondolat*. Második, bővített kiadás. Pozsony, Kalligram.

ÉPÍTÉSZETI REPRESENTÁCIÓ A NEMZETISZOCIALISTA NÉMETORSZÁG HÁBORÚS PROPAGANDÁJÁNAK SZOLGÁLATÁBAN

Kalmár Miklós

kalmarmiklos@gmail.com

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.41

Absztrakt

A történeti kutatás nemcsak írott, hanem képi forrásokkal is rendelkezik. Ezek közé tartoznak a megvalósult vagy meg nem valósult épületek tervrajzai, amelyek mindennél jobban kifejezik azt a megalomán építészeti léptéket, amelyet a nemzetiszocialista időszakban hatalmi propaganda céljaira használtak. Adolf Hitler Berlin helyén egy új „Welthauptstadtot”, világ fővárost képzelt el, amely méltó örököse a Német Császárságnak, ugyanakkor saját hatalmi szimbolikával, kíméletlenül adja szemlélőjének tudtára, hogy az „Új Rend” központjában jár. Albert Speerben, a rendkívül fiatal, jól képzett és karrierjét minden elé helyező építészben a Führer méltó társat talált terveinek kidolgozására és megvalósítására, sőt, szinte tisztelettel és barátsággal tekintett rá. Az agresszív, hódító szándék és maga a nemzetiszocialista ideológia azonban magában hordozta az építészeti koncepció bukását is.

Kulcsszavak

háborús propaganda, építészeti reprezentáció, Welthauptstadt Germania, Albert Speer

ARCHITECTURAL REPRESENTATION IN THE SERVICE OF WAR POPAGANDA IN THE NATIONAL SOCIALIST GERMANY

Miklós Kalmár

Abstract

Historical research is not only based on written sources, but uses pictures and visual sources as well. The latter category includes the plans of completed and never-built buildings, which reflect well the megalomaniac scale of architecture that was characteristic of the national socialist period, especially regarded propagandistic purposes. Adolf Hitler wanted to create a new „Welthauptstadt”, a world capital in Berlin, which would have been worthy successor of the German Empire, while having its own power symbolism at the same time, mercilessly making visitors aware that they are in the center of the „New Order”. In Albert Speer, the excessively young and well-educated architect, who put his career to the first place, the Führer found a worthy collaborator for developing and realising his plans, moreover, he almost looked at the young architect with respect and friendship. Nevertheless, the aggressive, invasive politics and national socialist ideology led to the failure of this architectural concept.

Keywords

war propaganda, architectural representation, Welthauptstadt Germania, Albert Speer

ÉPÍTÉSZETI REPRESENTÁCIÓ A NEMZETISZOCIALISTA NÉMETORSZÁG HÁBORÚS PROPAGANDÁJÁNAK SZOLGÁLATÁBAN

Kalmár Miklós

Az elvesztett első világháború és a versailles-i békefeltételek következtében a gazdaságilag megtépázott, politikai tekintetben, instabil Németországban romokban hevert a nemzet önbi-zalma. A határozott elképzelésekkel és konkrét ellenségképpel a politika színpadára lépő Adolf Hitler szinte kezdettől fogva tisztában volt azzal, hogy a nagyratörő hatalmi célok és a hódító tervek valóra váltásához helyre kell állítani a nemzeti büszkeséget, s vele együtt a biz-tonság, a stabilitás és az erő képzetét.

Ennek érdekében – politikai pályafutása során mindvégig – tudatosan és sikeresen állí-totta céljai szolgálatába a propaganda írásos, szóbeli és vizuális eszközeinek teljes tárházát. A Nemzetiszocialista Német Munkáspárt (NSDAP) vezetőjeként Münchenben olykor sörcsarno-kokban, cirkuszokban vagy tüntetéseken népszerűsítette szervezetét és világnézetét. Nem vol-tak ritkák a hivalkodó plakátok, a fáklyásmenetek, a katonai uniformisra hasonlító ruhában, zárt rendben masírozó Sturmabteilung (SA)-tagok gyakori felvonulásának látványa pedig so-kakat mozgósított.¹ Hitler szokásává vált, hogy vitathatatlanul jó színészi képességeit kihasz-nálva, öltözetét a hallgatósága igényeihez igazítsa: saját hívei között barna pártegyenruhát, horogkeresztes karszalagot, derékszíjat és magas szárú, fekete csizmát viselt, míg egy-egy egyetemen tartott szónoklat alkalmával sötét öltönybe, fehér ingbe bújt és nyakkendőt is kötött (Kershaw 2003: 276) Kancellárként is gyakran és meggyőzően pózolt a „nép egyszerű gyermekének” szerepében. Ez a beállítás azonban szöges ellentétben állt a „Führerként” színre lépő Hitlerrel: a politikussal, akinek kancellársága alatt Németország modern, ipari nagyhatalommá, Európa egyik meghatározó tényezőjévé vált, s akinek uralmi rendszere a versailles-i korlátozásokat figyelmen kívül hagyva, hihetetlen ütemben fegyverezte fel újra országát, és gátlástalanul zsarolta szomszédjait a háború kirobbantásának rémképével.

Hitler víziójában az általa elkerülhetetlennek vélt háború Németországot a világszertei tényezőként szerepet játszó Harmadik Birodalommá változtatta. A hatalmi propaganda sok-színű eszköztárában ekkor emelkedett semmivel sem helyettesíthető szerepre az erőt, gaz-dasági potenciált és „felsőbbrendűséget” egyaránt megjeleníteni képes reprezentációs célú

¹ Albert Speer csak 1938-ban szerzett tudomást arról, hogy édesanyja, Luise Speer is az NSDAP tagja. Az asszony párttagságát a következőképpen indokolta: „Évek óta ez [az SA-felvonulás] volt az első alkalom, hogy az erő és a jókedv megnyilvánulásával találkoztam. Azonnal kértem felvéte-lemet, jóllehet semmit sem tudtam a pártról...” (Sereny, Gitta 1998: 107) A témával bővebben fog-lalkozik Nachama (2010szerk.).

építészet. A továbbiakban a főváros legnagyobb szabású beruházási tervei közül vizsgálok néhányat, amelyek éppúgy a Harmadik Birodalom mementói, éppen úgy tükrözik a nemzetiszocialista ideológiát és világnézetet, azok elemzéséhez éppúgy elsődleges forrásként használhatók, mint például a hitleri eszméket rendszerbe foglaló ideológiai mű, a *Mein Kampf*. Bemutatásukhoz írásos dokumentumokat, Hitler beszédeinek egyes részleteit, illetve szóbeli közléseit is felhasználom, amelyek kendőzetlen közvetlenséggel tárják fel a nemzetiszocialista vezetést, a Führert és legfelsőbb környezetét jellemző eszméket, valamint a gátlástalanul ezek szolgálatába állított propagandisztikus eszközöket.

Adolf Hitler kancellársága idején átfogó tervek készültek a leendő „ezeréves birodalomhoz” méltó kulisszák, méltó hatalmi és gazdasági központok kiépítésére: Münchent a „nemzetiszocialista mozgalom fővárosává”, Nürnberget a „Pártnapok városává”, Hamburgot külkereskedelmi központtá tervezték kiépíteni. Az 1938-as Anschlusst követően Bécszet a Birodalom második legnagyobb városává kívánták fejleszteni, amelynek a „délkeleti kapu”² szerepet szánták. Mindezek között a legjelentősebb azonban – minden idők egyik legnagyobb építészeti presztízisberuházása – a Berlinből, Berlin helyén építendő új világváros, a világhatalmi tényezővé emelkedő Nagynémet Birodalom központja lett volna. E célt az elnevezésben is egyértelműen kifejezésre juttatva az új fővárost *Welthauptstadt Germaniának* nevezték.³

A világvárosi léptékű *Welthauptstadt* megtervezéséhez és felépítéséhez a kancellár azonban még a nemzetiszocialista párt régi, vezető pozíciókat betöltő tagjai között is nehezen talált alkalmas vezetőt. A hivatali gyakorlatot követve a város átépítésének készülő terveit közvetlenül a kormányfőnek kellett bemutatni, aki a tervezést kezdettől fogva személyes irányítása, ellenőrzése alatt tartotta. Julius Lippert, Berlin főpolgármestere, noha a nemzetiszocialista párt régi tagja volt, mégsem tudott kellő mértékben azonosulni a feladattal, nem állt kellő mértékben a hitleri vízió megvalósításának szolgálatába; a Führer emiatt nem volt megelégedve az általa prezentált elképzelésekkel. „Sokáig és részletesen magyaráztam neki [Lippertnek], miért legyen 120 méter széles az új sugárút, és akkor most egy 90 méterest rajzol nekem.” – háborgott a kancellár 1936-ban (Speer, Albert é. n.: 83). A főpolgármester azonban – feltehetően a grandiózus terv anyagi vonzatának ismeretében – nem állt kötélnek, nem ingatta meg az éles kritika,⁴ ahogyan az sem, hogy a kancellár kicsinyesnek és alkalmatlannak tartotta a városvezetői pozíció további betöltésére. A látszatra mindig kínosan ügyelő Hitler mégsem váltotta le a párt régi, megbízható katonáját: Lippert egészen 1940-ig a főváros első embere maradt, a tervezés irányítását azonban kivették a kezéből.

A Birodalmi Főváros átalakításának építési főfelügyelőjévé a Führer Albert Speert nevezte ki (Speer, Albert é. n.: 86). A fiatal, akkor mindössze 32 éves építész a kancellár az új, és a korábbiaknál nagyobb szabású tervek papírra vetésével hivatalosan – a célokat szinte jelképes gesztussal kötve a kiindulási ponthoz – éppen 1937. január 30-án, pártja hatalomra kerülésének negyedik évfordulóján bízta meg.

Úgy tűnik, hogy az egykor művészi ambíciókat dédelgető Hitler az értelmezésében a történelem által rárótt feladat építészeti környezetének megteremtéséhez, saját erről alkotott víziója megvalósításához Albert Speerben talált méltó eszközre és egyben társra. Az ekkor már politikai tekintetben is megbízható,⁵ tehetséges és ambiciózus tervezőben, aki 1934-től,

² Tor nach Südosten.

³ A bécsi tervekre vonatkozóan lásd bővebben: Steiner (2015szerk).

⁴ „Lippert ostoba hólyag, idióta balfácán, nagy nulla.” (Speer, Albert é. n.: 83.)

⁵ Albert Speer 1931 januárjában az NSDAP 474.481-es számú igazolványának lett a birtokosa (Speer, Albert é. n.: 26).

29 éves korától a Harmadik Birodalom főépítészeként dolgozott.⁶ Akit azonban nemcsak a Führer tüntetett ki bizalmával, hanem immár a nemzetiszocialista hatalom propaganda-rendszerét irányítók – Goebbels propagandaminiszter és Walther Funk, 1937-ig birodalmi sajtófőnök – körében is jól ismert volt, sőt, komoly elismerést szerzett.⁷ Speerre minden bizonnyal nagy hatással voltak a rendszer propagandájának látványos, vizuális eszközei. S nem pusztán hatással voltak rá, mint más milliókra, hanem művészként rá is érzett a tömegeket befolyásolni képes mechanizmusra. Ennek elemeit az építészet nyelvére lefordítva szinte utolérhetetlen mélységben közelítette meg a hitleri propagandaeszményt, s ennek részeként *Welthauptstadt Germania* vízióját.

Formai tekintetben mai szemmel nézve talán különös, de a korszakban egyáltalán nem egyedülálló stílust követett, amelyet neoklasszicizmusként lehet definiálni. Az újklasszicizmus az 1930-as és 1940-es években az európai diktatúrák hivatalossá és kötelező érvényűvé váló stílusaként⁸ a központosított hatalom, az önkényuralom és az erőt kifejező rend megjelenítőjévé vált.⁹ Németországban az egyértelműen a Karl Friedrich Schinkel formanyelvében gyökerező, klasszicista hagyományokból táplálkozó középületek, csarnokok és hatalmas felvonulási terek váltak a nemzetiszocialista propaganda és tömegszuggesztió elsőrangú eszközeivé (Meggyesi 2005: 117). A neoklasszicizmus ebben a szerepkörben alapvetően nem formai jellemzőket kanonizáló stílusként, hanem általánosabb értelemben, tartalmi vonatkozásban, a minden európai birodalmak őseinek és mintaképének tekintett Római Birodalmat emlékezetben tartó kulturális jelenségként értelmezhető (Meggyesi 2005: 125).

A mindennapi gyakorlatra vonatkozóan Speer sokat tanulhatott Lippert példájából; ha magát a Führert nem sikerül elkápráztatnia tervrajzaival, esetenként nem szárnyalja túl Hitler fantáziájának szüleményeit, széleskörű elismertsége ellenére aligha maradhat sokáig főfelügyelő, sőt főépítési tisztjétől is búcsút kell vennie. A főfelügyelői megbízás folytonos munkát követelt, s a birodalmi kancellár folyamatos tájékoztatást kért. „Ezzel a [Lippert-féle] berlini vezetéssel nincs mit kezdeni. Mostantól ön [Speer] készíti a tervet. (...) Ha valami elkészül, mutassa meg. Mint tudja, arra mindig lesz időm.” (Speer, Albert é. n.: 83) Úgy tűnik, az építész-főfelügyelő mozgástere viszonylag szűkös volt: döntéseket kizárólag a Führerrel egyetértésben, az ő személyes jóváhagyásával hozhatott. Hitler azonban mindenkor készen állt az egyeztetésre, konzultációra. A reprezentációs célú építészetet ugyanis – a nemzetiszocialista rendszer mindent átható propaganda-rendszerének szerves részeként –, végső soron az örökkévalóságnak szóló üzenetként értékelte, működésének örök időkre emléket állító eszköznek tekintette, amelynek fontossága felülírt minden napi feladatot.

Az újonnan építendő főváros középvonalát egy északról dél felé vezető, mintegy 5 kilométer hosszú tengely képezte volna, amelynek két oldalán a legfontosabb köz- és kormány-

⁶ 1934. január 21-én meghalt Paul Ludwig Troost, a Birodalom korábbi főépítésze. Nem volt kétséges, hogy előbb-utóbb Speer veszi át a munkakörét: ebben már kortársai is egészen bizonyosak voltak.

⁷ 1933 márciusában Speer kapta ugyanis Joseph Goebbelstől a Propagandaminisztérium belső átépítésének feladatát, amelyet az építész képtelenül rövid, két hónapos határidővel vállalt el. Goebbels – kezdeti szkepticizmusa ellenére – elfogadta az ajánlatot, Speer pedig betartotta ígéretét, így vívta ki első alkalommal a propagandaminiszter elismerését. Ezzel a teljesítménnyel került be Hitler látókörébe is. Walther Funk, aki 1933-tól 1937-ig birodalmi sajtófőnök, majd 1937-től 1939-ig gazdasági miniszter, végül pedig 1939 és 1945 között a Birodalmi Bank elnöke volt, így szólt s tervezőhöz Troost halálhírének bejelentésekor: „Gratulálok! Most már maga az első!” (Speer, Albert é. n.: 57)

⁸ Az NSDAP 1928-ban tartott kongresszusán ítélte el a „radikális építészetet”, majd 1933-ban a *Bauhaus*-iskolát is megszüntették.

⁹ Hasonló stílusú épületeket emeltek az 1930-as évek közepétől a Szovjetunióban.

hivatalokat helyezték el. Az északi végében a *Großer Platz* helyezkedett el, hosszának harmadánál állt volna az a diadalív, amelynek első vázlatait maga Hitler vetette papírra még 1925-ben, míg délen az akkori világ legnagyobbjának tervezett vasúti pályaudvara, a *Südbahnhof* zárta az útvonalat (Krier 1985: 49).

A *Großer Platz*ot a Nagynémet Birodalom ideológiai, politikai és katonai központjának, a világ legnagyobb terének, az új Berlin legfontosabb építészeti súlypontjának tervezték.¹⁰ Speer 1937-ben készítette az első rajzokat, de a végleges kialakítás csak 1940-re látott napvilágot. A hatalmas épületekkel szimmetrikusan tagolt, téglalap alakú tér északi végét a Nagy Csarnok óriási, a római Szent Péter bazilikára emlékeztető, kupolás tömbje zárta. A Führerpalota a nyugati oldalon kapott volna helyet. A keleti oldal sem állt nyitottan: itt a régi Reichstag 1894-ben átadott épülete állt. Az új szárnyakkal bővített épületben a tartományi Parlament ülésezett volna. Tőle nyugatra egy ikerpalota-együttest terveztek: a nyugati ikerépületben a Wehrmacht új főparancsnokságát, keleti párjában a kancelláriát helyezték el (Krier 1985: 72–73). A diktatórikus kormányzati elképzelések egyértelmű nyíltsággal képezték le *Germania* főtere, a *Großer Platz* koncepciójában: a Führer magánpalotáját a kancellária közvetlen közelébe tervezték, sőt, a két egységet kényelmi és – ami ennél minden bizonnyal fontosabb – biztonsági okokra hivatkozva egybeépítették volna, hogy a Vezérnek ne kelljen a nyílt téren áthaladnia! Fel sem merült a különböző funkciók építészeti szétválasztásának igénye. Éppen ellenkezőleg: a tér épületeinek egymásra vonatkoztatott elhelyezése és egymáshoz igazított tervei egyértelműen leképezték, vizualizálták azt a struktúrát, amelyben a mindenkori Führer kormányzati és katonai értelemben egyaránt, lényegében teljhatalmat gyakorolt, míg a Reichstag gyűlése gyakorlatilag csupán szimbolikus jelentőséggel bírt.

A Speer-féle *Germania* tervei között a legismertebb a *Große Halle* épülete. A minden képzeletet felülmúlóan túlzó méretű csarnok egy 300x300 méter nagyságú, gránitkőből készült kockán álló, 250 méter belső átmérőjű, kör alakú kupola lett volna. Az épület belső magassága elérte a 220 métert. A lanterna önmagában is meghaladta a római Szent Péter bazilika vagy az ugyancsak az Örök Városban található Pantheon kupolájának nagyságát. A kör alakú gyűlésterem csak a lanternából kapott természetes fényt. Körben 100, magas, hófehér pillér állt, amelyek szigorú rendjét csak a főbejárattal szemben kiképzett, félköríves fülke törte meg. A fülke és az aranyozott mozaik a horogkeresztben álló birodalmi sas szobrának biztosított építészeti hangsúlyt. A szónoki emelvényt pedig éppen ezalatt helyezték el: Hitler a tervek szerint innen harsoghatta volna beszédeit a teremben elférő mintegy 180.000 fős hallgatóságának, a rádión keresztül pedig szinte az egész világnak.¹¹ Az épület szimbolikus tartalmát a főbejárat elé tervezett két szobor mélyítette el. A jobb oldalon Atlas tartotta volna a Mennysországi boltozatát, míg a vele szimmetrikusan felállítandó Tellus a Földet hordozta vállán. A Nagy Csarnokot egy horogkeresztes felségjelen álló, széttárt szárnyú birodalmi sas koronázta volna meg. Hitler azonban utólag – már 1939. nyarán (!) – módosította ezt az elképzelést: „A sas ne horogkeresztben álljon, hanem a földgömböt uralja! A világ legnagyobb épületének megkoronázása a földgömb feletti sas legyen.” (Speer, Albert é. n.: 176) A Führer víziójában a birodalmi sas – a bejárat Atlas és Tellus-szobraival együtt – tehát már a háború megkezdése előtt uralkodott az egész világ felett: ebből a hatalmi szimbólumokkal terhelt térből a Führer valóban az egész világhoz kívánt szólni.

Spandau fogsága alatt írt feljegyzéseiben Speer így vélekedett az épületről, s a tervezés folyamatáról: „1950. június 22. (...) A tervek szerint éppen ezekben az 1950-es hetekben

¹⁰ A tervezett munkálatok anyagi vonzatáról igen kevés adat áll a kutatók rendelkezésére. Albert Speer a *Großer Platz* költségvetését 5 milliárd birodalmi márkára becsüli. (Speer, Albert é. n.: 173)

¹¹ Az épület a statikai tervek szerint 176 darab, egyenként 20.000 m³ űrtartalmú pilléren nyugodott volna, amelyek 30 méteres mélységben támaszkodtak volna a stabil altalajra. (Krier 1985: 77)

zárult volna le az első szakasz »Germaniának«, a világ új fővárosának felépítésében. (...) 1939-ben [de még a háború kitörése előtt] már hozzá is láttunk a legnagyobb szabású épülethez, a Nagy Csarnokhoz, amely majd meghatározza az összbenyomást; a kijelölt helyszíneken már megkezdődtek a bontási munkálatok, a gránitot is megrendeltük. (...) Ma már azon töprengök, nem volt-e mindez Hitler részéről csupán megtévesztési manőver, hiszen a szóban forgó határidő természetesen diplomáciai és ügynöki körökben is közismertté vált, márpedig ahhoz kétség sem férhetett, hogy ezeket a terveket a legrövidebb ideig tartó háború is felborítaná.” (Speer 1999: 197–198)¹² Érdekes kérdésfelvetés! Különösen annak ismeretében az, hogy a Nagy Csarnok tervezésekor maga Speer fogalmazott meg olyan aggályokat, amelyeknek csak háborús helyzetben lett volna jelentőségük. Az építész ugyanis arra figyelmeztette Führerét, hogy olyan épületet terveznek a főváros közepére, amely kitűnő tájékozódási pontként szolgálhat az ellenséges pilótáknak. Hitler ezt látszólag nem találta reális veszélynek, s a háború kirobbantása előtt mindössze néhány hónappal is teljes magabiztossággal nyilatkozott: „Göring [mint a légierő főparancsnoka] biztosított, hogy egyetlen ellenséges repülőgép sem hatolhat be Németországba. Nem hagyjuk, hogy megzavarják a terveinket.” (Speer, Albert é. n. : 170) E megnyilatkozás szerint fel sem merült benne annak a lehetősége, hogy a Harmadik Birodalom valaha védekezésre kényszerül, és Berlint ellenséges repülőgépek támadják meg. A Nagy Csarnok tervezésekor azonban mégis hajlandó volt egyetlen kompromisszumot elfogadni, ami éppen a kupola ellenálló képességét érintette: az eredetileg gránitból tervezett szerkezetet Speer javaslatára acélszerkezetre cserélték volna, amely jobban ellenállhatna úgy a környezeti hatásoknak, mint egy esetleges légitámadás keltette légörvények pusztító erejének: „Mégiscsak előfordulhat, hogy repülőbomba találja el a kupolát, és sérülést okoz a boltozatban. Hogy gondolja a javítást omlásveszély esetén?” – fordult a Führer az építéséhez 1939-ben (Speer, Albert é. n. : 169)

Nem valószínű tehát, hogy Speer spandaui vádló megjegyzése megfelelt volna a valóságnak. Ha a Führert pusztán valamilyen taktikai megfontolás vezette volna, feltehetően nem szentelt volna annyi időt a tervek csiszolására, a hatalmi szimbolika finomítására, nem rendelte volna magához főépítészt akár éjnek idején is, és az sem valószínű, hogy ekkora anyagi keretet biztosított volna egy csupán megtévesztési célokat szolgáló manőverhez. A Németországot, illetve Berlint érő esetleges ellenséges támadások, ellentámadások gondolata azonban – több ezzel ellentétes értelmű megnyilvánulása ellenére – úgy tűnik, már 1939 nyarán sem volt idegen a Führertől és a politikai vezetéstől. Egy azonban bizonyos: a Nagy Csarnok megépítésével „a berlini építkezések egész addigi nagyságrendje felborult volna...” (Speer, Albert é. n. : 84.)

A *Großer Platz* nyugati oldalát a Harmadik Birodalom mindenkori Führérének városi palotája zárta le. A tervezés 1938-ban kezdődött. A mintegy 240 méter hosszú homlokzatú és több mint 40 méter magas épületet a hivatalos „kancellári rezidencia” elnevezés helyett jogszerűen nevezhetjük palotának, hiszen az Otto von Bismarck által használt hasonló rendeltetésű épület alapterületét mintegy négyszázötvenszeresen haladta meg, míg a Nero császár által építtetett, legendákkal övezett Domus Aurea területét kétszeresen szárnyalta túl: a díszkertekkel együtt kétmillió négyzetméterre tartott igényt (Speer, Albert é. n. : 171). Ebben az esetben sem véletlen, hogy Hitler lakóhelyéhez összehasonlítási alapot a Római Birodalom épített örökségében kerestek, s példaként éppen e birodalom legnagyobb palotája került szóba: az építészet eszközeivel óhatatlanul tolmácsolni szándékozva a két birodalom, s azok teljhatalmú vezetőinek hasonlatosságát, egymáshoz mérhető történelmi nagyságát. A nemzetiszocialista Németország Führere nem élhetett szerényebb körülmények között, mint egykor Nero császár.

¹² Speer itt ellentmondásba kerül önmagával, ugyanis visszaemlékezései szerint Hitler igenis számolt egy esetlegesen bekövetkező bombázás lehetőségével, lásd az 5. oldalt.

A palota terveivel azonban szöges ellentétben állt a népvezér puritánságáról a tömegekben kialakított kép, amelyet Goebbels és minisztériuma a propaganda minden eszközével folyamatosan táplálni és hangsúlyozni igyekezett. A hangsúlyozottan plebejus származású, a „nép egyszerű gyermekeként” aposztrofált Führerről alkotott képpel kívánták kifejezni, hogy az „Új Rendben” – a régivel ellentétben – már nem a származás és a rang, hanem az egyéni teljesítmény a felemelkedés kulcsa. Semmiképpen sem lehetett véletlen tehát, hogy a kancellár senkinek sem engedte meg, hogy az épület tervrajzait megtekintse. Sőt! Hitler még a saját legbensőbb környezete előtt is magyarázkodásra kényszerült, vagy értsük inkább úgy, hogy a saját belső hívei számára is szükségesnek tartotta megmagyarázni elképzeléseit. A hatalmas komplexum tervezőjének a következő szavakkal indokolta például a palota szükségességét: „Tudja, én magam beérvén egy egészen egyszerű, kis berlini házzal. Elég hatalmam és tekintélyem van; nem kell ekkora fényűzés a támogatásomra. De higgye el: azoknak, akik egyszer majd utánam jönnek, égető szükségük lesz ilyen reprezentációra. Sokan csak így tudják majd tartani magukat. Szinte hihetetlen, mekkora hatalmat kölcsönöz egy kis formátumú személyiségnek a külvilág előtt, ha ilyen viszonyok között nyilatkozhat meg.” (Speer, Albert é. n. : 172) A források alapján valószínűsíthető tehát, hogy Hitler sokkal inkább számító volt, mint őszinte, amikor Speernek az egyszerű, kis berlini házról beszélt. A hatalmi reprezentáció vizuális eszközeiben rejlő lehetőségeket azonban ezúttal is megdöbbentő pontossággal ismerte fel, és kíméletlen céltudatossággal akarta kihasználni. Minden bizonnyal remélte, hogy maga is tovább emelheti már meglévő hatalmát és tekintélyét. Taktikusan terelte azonban az érvelést – feltehetően elsősorban a saját szerénységéről alkotott kép védelmében – a Birodalom jövőjéről, az őt követő szerényebb képességű vezetőkről való gondoskodás szándéka felé.

A leendő *Adolf Hitler Platzra* néző, reprezentatív palota homlokzatára építészeti szempontból szokatlan megoldással mindössze két nyílást terveztek: a főbejáratot, az épület méretéhez viszonyítva szűk, alacsony acélkaput, valamint felette, lényegében az ötödik emelet, egészen pontosan 14 méteres magasságában elhelyezkedő erkélyt. A Führer erre kilépve szólhatott volna a reményei szerint mindig éljenző tömeghez. A palota homlokzatának semleges háttere előtt a figyelem csak az ő elérhetetlen magasságban megjelenő alakjára és mindent betöltő hangjára irányult volna.¹³ A szónok személyét hatásos eszközökkel középpontba állító, puritán, sőt sivár homlokzat-képzés azonban nemcsak formai megoldás, hanem az épület rendeltetésével szorosan összefüggő, fontos követelménynek felel meg: „Nem zárható ki, hogy egyszer arra kényszerülök, hogy népszerűtlen intézkedéseket tegyek. Akkor pedig talán zavargások lesznek. Erre az esetre pedig föl kell készülni: a térre néző minden ablak nehéz, acélból készült, golyóálló tolószárnyakat kap, az ajtók is legyenek acélból, a térre vezető egyetlen utat pedig nehéz vasráccsal kell lezárni. A Birodalom központja legyen olyan védhető, mint egy erődítmény.” (Speer, Albert é. n. : 173)¹⁴ – fogalmazott Hitler 1939-ben a komplexum tervezése közben. Nem tudhatjuk pontosan, hogy milyen „népszerűtlen intézkedésekre” gondolt, az 1939-es dátum azonban árulkodó – feltehetően a háború kirobbantására célzott. A Führer természetesen nem tudhatta, hogy országa vesztesen kerül ki a konfliktusból, az idézetből viszont egyértelműen kitűnik, hogy tudatában volt annak: a harcok kitörésének híre nem fog osztatlan lelkesedést aratni a németek körében. A szigorúan megkövetelt

¹³ Speer, mint kitűnően képzett építész, természetesen nem engedhette meg, hogy a főhomlokzat ilyen sivár maradjon; az épület egyhangúságát, a homlokzat egysíkúságát párosan elhelyezett dór oszlopok sorával törte meg. Az így kialakult téglalap alakú szabad falfelületeket beljebb léptette és mozaikokkal díszítette, így az épület síkja is megtört (Krier1985: 84–85).

¹⁴ Megfigyelhető, hogy Hitler több ablakról beszél; ennek oka az, hogy a szóban forgó épület a régi, Wilhelmsplatzon álló Birodalmi Kancellária. Az idézetben megfogalmazott igényeknek próbált megfelelni Speer az új Führerpalota tervezésénél.

erődítményszerű kiképzést ennek alapján tehát egyértelműen az indokolta, hogy Hitler már ekkor is, és feltehetően mindvégig tartott a támadóktól, a merénylőktől. Amíg a Nagy Csarnok kupolájának tervei kapcsán – ugyancsak 1939-ben – ellenséges légitámadás lehetősége vetődött fel, addig ebben az esetben elsősorban saját, felsőbbrendűnek kikiáltott, árja népétől kívánta a Führer jól védhető erődítménnyel elhatárolni magát.

A Führerpalota belső kialakítása azonban messzemenően méltó volt az épület propagandisztikus és reprezentatív funkciójához. A belső udvarról északi irányban hatalmas, csarnokszerű hivatali helyiségek nyíltak, a középpontot a méreteivel is lenyűgöző bankett-terem képezte, amelyben egyszerre több mint ezer vendég foglalhatott helyet. A déli szárnyban Hitler személyes lakosztálya mellett egy 400 fős, barokk és rokokó kastélyokat idéző színháztermet alakítottak volna ki. A déli szárny foglalta magában a Führer reprezentatív dolgozószobáját is. Hitler hatalmas, dúsan faragott, tölgyfa asztalnál fogadta volna a külföldi vendégeket, akik minden bizonnyal örültek volna a felkínált ülőhelynek; ahhoz ugyanis, hogy a dolgozószobáig eljussanak, a palotán belül 504 métert kellett volna gyalogolniuk (Krier 1985: 85). A tervező Albert Speer ezúttal is meggyőzően alkalmazta ugyanis azt, a Birodalmi Kancellária épületében már bevált téralakítási módszert, amellyel a Führerhez látogatóba érkezőket „megsétáltatta”. A hatalmas termek és csarnokok azt a célt is szolgálták, hogy Hitler dolgozószobájába kizárólag hosszú út megtétele után, a pompás látvány hatása alatt érkezzen a vendég, aki ezáltal félreérthetetlenül szembesül kisebbségének és alárendeltségének tényével. „A bejáratától a fogadóteremig vezető hosszú úton érzékelhetnek valamit a Német Birodalom nagyságából”¹⁵ – világította meg az elképzelés propagandisztikus tartalmát egy beszélgetésben Hitler.

A *Großer Platz* keleti oldalán a Reichstagot bővítették volna északi és déli irányban két új szárnyal, hogy az épület a megnövelendő ország nagyobb számú képviselőit is befogadhassa. A tér déli végére viszont – az új Kancellária párjaként, annak főbejáratára szimmetrikusan – az *Oberkommando der Wehrmacht*, vagyis a hadsereg főparancsnokságának palotája került. Jó néhány esetben még a kedvelt főépítész sem lehetett biztos abban, mely elképzelésével vívhatja ki Führere elégedettségét. Feltehetően ez a kényszer szülte a tervezésénél ebben az esetben alkalmazott munkamódszert. A formai kialakításra számos tervvariáció készült ugyanis, Hitler többszöri változtatás után döntött az 1940-ben rajzolt változat mellett. Az építész a tapasztalat még ekkor is körültekintésre intette. Nem kezdett azonnal hozzá a kivitelezéshez: az épület látványát döntően befolyásoló elemekről, többek között a főbejáratról hatalmas, 1:1-es méretarányú makettet készíttetett. Állványzatot emeltetett a palota leendő helyszínén, amellyel a makett a helyszínen felállítható lett. Ez a „díszlet” beváltotta a hozzá fűzött reményeket: segítségére volt a megfelelő szín-és anyagösszetételek kiválasztásában, valamint az éjszakai megvilágításhoz szükséges fényszórók optimális elhelyezésének meghatározásában, s nem utolsósorban közrejátszott a „megrendelő” meggyőzésében is (Krier 1985: 91. és 95.).

Emellett persze még egy, legalább ennyire fontos, ideológiai feladata volt az egész, nyilvánvalóan hatalmas összegekbe kerülő, demonstrációnak is beillő „produkciónak”: a birodalmi hadsereg főparancsnokságának neoklasszicista stílusú palotája, a homlokzat hatalmas oszlopainak fejezeteiről letekintő, aranyozott oroszlánszobrokkal egyértelműen szemléltette az egész világ előtt a – már hadban álló – Németország hatalmát, gazdasági potenciálját és sugallta eljövendő dicsőségét. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy a hadsereg főparancsnoksága volt az egyetlen olyan épület a *Großer Platzon*, amelyikbe eredetileg is terveztek bunkert (Krier 1985: 95).

¹⁵ A Führer idézett szavai a tervezés során, az építéssel folytatott beszélgetésben hangzottak el. (Speer, Albert é. n.: 114)

A nemzetiszocialista építészeti stílus „prototípusává”, a korszak jelképévé az Új Birodalmi Kancellária épülete emelkedett, annak ellenére, hogy nem a központi tengely mentén helyezkedett el. Ez volt ugyanis a fővárosba tervezett új épületek közül az egyedüli, amelyik teljes egészében felépült. Ikonikus jellegét, a propagandában betöltött fontosságát jól mutatja, hogy az épület átadása után színes fotókkal illusztrált, több nyelven kiadott, reprezentatív kötet látott napvilágot, amelyben maguk a tervezők látták el magyarázatokkal és kommentárokkal az olvasókat.¹⁶

Jogosan merülhet fel a kérdés: miért volt szükség új épületre, hiszen a Wilhelmstraßen állt Németország kancellári hivatala? Kinevezését követően Hitler ebbe a régi, még a 18. században barokk és rokokó stílusban épült palotába költözött.¹⁷ Az alig néhány évvel korábban, 1929 és 1930 között új szárnyal bővített épület azonban nem elégítette ki a Führer igényeit: „Olyan, mint egy szappankonzern székháza!” – vélekedett a hozzáépített részekről (Speer, Albert é. n. : 113), továbbá kifejtette, hogy a német nemzet Führereként és birodalmi kancellárjaként nem teheti át székhelyét „régikastélyokba”, amelyeket semmiképpen sem tart egyenértékűnek külföldi hatalmasságok reprezentatív hivatali helyiségeivel összehasonlítva (Speer, Albert é. n. : 172) Hitler viszonylag sokáig töprenghetett a megoldáson; végül csak 1938 januárjának végén rendelte magához Speert, hogy újabb feladatot adjon főépítészenek: „Sürgős megbízásom van az ön számára. Hamarosan igen fontos tárgyalásaim lesznek. Nagy termekre és csarnokokra lesz szükségem, amelyekkel különösen a kisebb potentátoknak tudok imponálni.” (Speer, Albert é. n. : 113) Ismét visszaköszönnek a Führerpalota terveit megalapozó, megindokoló propagandisztikus elvek: a méretek és a fényűzés ismét a gyenge vezetőket segítő, ebben az esetben inkább őket megdöbbentő összképükkel lenyűgöző, ellenállhatatlanul hatásos propagandaeszköznek minősülnek. A Führer így folytatta: „Építési területként az egész Voss-Straßét a rendelkezésére bocsátom. Nem számít, mennyibe kerül. De nagyon gyorsan kell haladni és mégis szilárdan építkezni. Mennyi időre van szüksége? Tervekkel, bontással, mindennel együtt? Másfél, két év már túl sok lenne. El tud készülni 1939. január 10-ig? A következő diplomáciai tárgyalást már itt akarom tartani.” (Speer, Albert é. n. : 113) A grandiózus méretek mellett a legfőbb értéket a szilárdság, mondhatni az értékállóság képviselte a Führer szemében: ebben az esetben is kizárólag maradandó anyagokból emelt épület válhatott a megingathatatlan hatalom méltó jelképévé. Még ugyanazon a napon a Führer a következőket mesélte környezetének: „Főépítés felügyelőm [Speer] kért néhány óra gondolkodási időt, aztán este visszajött egy határidőnaplóval és azt mondta: »Március valahányadikára lebontjuk a házakat, augusztus elsején lesz a bokrétaünnep, január 9-én pedig, Führerem, jelenteni fogom a befejezést.« Én magam is ebben a szakmában, építkezésen dolgoztam, és tudom, mindez mit jelent. Ilyen még sose volt. Ez egyedi teljesítmény.” (Speer, Albert é. n. : 113) Speer jellemző fordulattal tette hozzá: „Valóban az volt életem legkönnyelműbb ígérete. De hát Hitler elégedettnek mutatkozott.” (Speer, Albert é. n. : 113) A karrierista építész nem merte megkockáztatni, hogy az államfőnek csalódást okozzon, és elfogadott inkább egy olyan határidejű megbízatást, amelynek kivitelezhetőségében maga sem volt egészen bizonyos? Vagy esetleg a hitleri építészeti víziót magáévá tevő művész elragadtatása írta felül az általa egyébként jól ismert realitásokat? Mindkettő lehetséges: a legvalószínűbb, hogy a két szempont együtt, egymást erősítve érvényesült. A Führer politikai környezetének működési mechanizmusa azonban mindenképpen jól tetten érhető: „De hát Hitler elégedettnek mutatkozott.” A

¹⁶ *Die Neue Reichskanzlei*. München (é. n.), Zentralverlag der NSDAP. Franz Eher Nachf. GMBH.

¹⁷ Az épületet Carl Friedrich Richter tervezte, 1738 és 1739 között készült el. Később, 1869-ben a porosz állam kezébe került, 1878-tól pedig a mindenkori birodalmi kancellár – mely pozíciót Otto von Bismarck töltötte be – és hivatala költözött az épületbe. Hivatalosan a német egység kikiáltásától, 1871. január 18-tól nevezik Birodalmi Kancelláriának. (Huber 1963: 832–833)

Führer rendkívüli befolyásának minél szélesebb körben történő érvényre juttatásában a hatalmi propaganda szervezőinek, köztük a főépítész Speernek is, Hitler elégedettsége mindvégig szinte a legfontosabb célkitűzése volt. Ugyanakkor kulcsfontosságú szempont ugyan-ezen szereplők kezében a Führert informáló hírek szerkesztése vonatkozásában is.

A Harmadik Birodalom főépítésze haladéktalanul munkához látott. Egyik legelső feladatának jellemző módon azt tekintette, hogy megrendelje a majdani belsőépítészeti hatás kiteljesítéséhez nélkülözhetetlen kézi csomózású szőnyegeket a kancellária megfelelő helyiségeibe. Azok szállítási határideje ugyanis – a szőnyegek tradicionális készítmódjának időigényessége miatt – csak az azonnali rendeléssel látszott tarthatónak (Szabó 2008: 160, 16. sz. jegyzet).

Speer állta a szavát; a palota alig egy év leforgása alatt felépült (Speer–Wolters 1940 szerk.: 16). A rendkívül gyors munkában több mint 8000 építőmunkás, kőfaragó, művész és egyéb szakember vett részt. A kész épület összesen 420 fedett helyiséget foglalt magában, míg maga az építési terület 16 hektárra terjedt ki.¹⁸ Az építészeti célkitűzés ebben az esetben meglehetősen egyszerűen körvonalazható volt: a külföldi látogatókat minden eszközzel le kellett nyugózni!

Az új Birodalmi Kancellária palotájának tervezésével kapcsolatban jó néhány határozott formában megfogalmazott elvárás messzemenően vall Hitler és a nemzetiszocialista elit történelemszemléletéről. A Führer a kancellária épületének a „szappankonzern székházához” hasonlított, a megvetett weimari köztársaság által épített modern toldását éppúgy nem bontották le, ahogy az eredeti, régi kancelláriaépületet sem. Ezeket az épületrészeket teljes egészében integrálták az új komplexumba. Az építkezésnek nemcsak a palota maga, hanem a vele egy időben létesített kertek, parkok és udvarok is a részét képezték. Az újonnan emelt hivatal parkjának ugyanis érintetlenül magában kellett foglalnia azt a korábbi épülethez tartozó kertet, amelyben Otto von Bismarck oly szívesen sétált (Krier 1985: 125).¹⁹ A Führer kiemelt tisztelettel övezte a Vaskancellárt, akit II. (Nagy) Frigyes porosz király mellett egyik személyes példaképének tekinthetett, és akinek erős államát minden eszközzel visszaállítani igyekezett. Érdemes feltenni a kérdést, hogy vajon mennyire volt tudatos részéről a kontinuitásra való építészeti hivatkozás? Mennyire volt célja Hitlernek, hogy ezzel az eszközzel a vilmosi és bismarcki porosz állam örökösének láttassa magát?

Talán mindkét kérdésre állító válasz adható. Bismarck segítségével egyesítette Poroszország föderációba a német államokat, így alakulhatott ki a Német Császárság. A Vaskancellár ennek következtében 1871 után már nem csak Poroszország, hanem I. Vilmos császár egész birodalma felett gyakorolhatta hatalmát. A lakosság körében pedig oly nagy népszerűsége miatt, hogy még életében egész „zarándokcsoportok” keresték fel Friedrichruhban álló otthonában (Kershaw 2003: 31). A császársági államforma csak 1918-ig állott fenn. Az elvesztett I. világháború után Németország köztársasággá alakult, és a versailles-i békekötés aláírásával jelentős területeket veszített. A kancellári tisztégért kampányoló Hitler beszédei és az NSDAP röplapjai ugyanakkor egyaránt azt ígérték, hogy hatalomra jutásuk esetén visszaszerzik az elcsatolt országrészeket, és helyreállítják a nemzetközi közönség előtt Németország megtépázott tekintélyét (Hamza 1999: 779). Mindezeket az elképzeléseket jól támasztotta alá a – papíron még demokratikus – állam új elnevezése: Nagynémet Birodalom vagy Harmadik Birodalom. Olyan ország tehát, amelyik a Német-Római Császárság és az

¹⁸ Az építkezés propagandisztikus jellegét jól mutatja, hogy a kivitelezés folyamatáról több festményt is készített Paul Herrmann (1864–1946). (Speer é. n. szerk.: 28–29).

¹⁹ A kert ugyan majdhogynem érintetlen maradt, de kiegészítették egy korábban nem létező üvegházzal, mely az impozáns díszkert északi végében helyezkedett el. (Speer é. n. szerk.: 117).

egyesített, bismarcki Németország örökségét hordozza, és minden kétséget kizáróan, minden vonatkozásban azok utódállama; birodalomként ugyanakkor nemzetiségi állam, területe ugyanis túlterjed az etnikai határokon. Minthogy 1933-ban az ország határai a versailles-i békében meghatározottak szerint húzódtak, a hitleri állam elnevezése egyúttal a hódító szándékra, illetve a – nemzetiszocialista interpretáció szerint jogos – tulajdon visszaszerzésére is utalt (Hamza Gábor 2013: 261). Semmiképpen sem véletlen tehát, hogy a Führer dolgozószobájának kandallója fölött Otto von Bismarck egész alakos portréja, Franz von Lenbach festménye függött (Speer é. n. szerk.: 97). Mi több, Hitler halálának színhelyén, az Új Birodalmi Kancellária bunkerének dolgozószobájában, II. (Nagy) Frigyes porosz király arcképe kapott helyet (Sebők 2006: 167).²⁰

Az új birodalom kancelláriájának külső megjelenése – noha fő célja éppen az elkápráztatás, az ország és vezetője nagyságának kifejezése volt – mégsem nevezhető hivalkodónak, sőt, a későbbi berlini tervekkel összehasonlítva kifejezetten visszafogott épület benyomását kelti. Az anyaghasználat és a rendkívül finom részletképzés ugyanakkor ellentmondani látszik ennek. A két déli főbejárat a Voss Straße 4. és 10. szám alatt volt. A bronzból öntött kapuk előtt négy szögletes pillér magasodott, amelyek felett a horogkeresztes felségjelen álló birodalmi sas domborműve volt látható (Speer é. n. szerk.: 125).

A kerti homlokzat azonban annál hivalkodóbb volt. A középső traktust teljes egészében fehéres mészkő borította, a kaput pedig oszlopcsarnok rejtette. A 10 karcsú, dór stílusjegyeket viselő tartópillér fejezetei aranyozott bronzból készültek, a hozzájuk vezető lépcsősor két szélén pedig egy-egy életnagyságú, Josef Thorak által öntött bronz lovat ábrázoló szobor állt (Speer é. n. szerk.: 33–34 és 38). Az oszlopcsarnok előtt egy kerti medence helyezkedett el, majd a szigorúan szimmetrikus elrendezésű utak valamelyikén észak felé haladva juthatott el a látogató az üvegházig, amelynek stílusjegyei tökéletesen rímelték a palota egyes építészeti elemeire.

Mi lehet az oka annak, hogy a széles tömegeknek is látható utcafront kialakítása viszonylag szerény, míg a csak a „belső kör” számára nyitott belső homlokzat sokkal pompásabb? Valószínűleg ugyanaz a magyarázat, mint Hitler városi palotája esetén: a „nép egyszerű gyermekeként” tetszelgő Führer leplezni kívánta a valóságot, így akarván fenntartani a Goebbels által sugalmazott plebejusvezető imázsát, amely képnek a nyilvánosság előtt szereplő politikus mindig meg kívánt felelni.

A viszonylag szerény külső szöges ellentétben állt a fényűző belső terekkel. Speer először alkalmazta azt a téralakítási módszert, amellyel a Führerhez látogatóba érkező diplomatákat, követeket és egyéb külföldi hivatalnokokat az épületen belül „megsétáltatta.” Az indokolatlanul sok terem, csarnok és galéria egyértelműen azt a célt szolgálta, hogy Hitler fogadótermébe – vagy bennfentesebb politikus esetében a dolgozószobájába – csak hosszú út megtétele után, még a grandiózus látvány hatása alatt érkezzen a vendég, aki így félreérthetetlenül szembesül kisebbségének és alárendeltségének tényével. Mindenképpen érdekes adalék, hogy az építész maga sem volt biztos abban, hogy megrendelője tetszését is elnyeri-e

²⁰ Joseph Goebbels propagandaminiszter Franklin Delano Rooseveltt amerikai elnök 1945. március 12-én bekövetkezett halálakor Nagy Frigyes 1762-es esetére hivatkozott, akinek a héteves háború alatt katonai ereje gyakorlatilag kimerült, és uralmát az mentette meg, hogy hirtelen elhunyt az ellene háborút viselő I. Erzsébet orosz cárnő. Az új cár, III. Péter, azonnal békét kötött Nagy Frigyessele, s a porosz uralkodó így könnyedén legyőzhette a szintén vele szemben álló Mária Teréziát, megteremtve egy új, erős európai nagyhatalmat. Goebbels szerint Rooseveltt elhunytával „Ismét meghalt a cárnő, a történelmi fordulat megvalósult!” Lelkesedése Hitlerre is átragadt, aki így kommentálta az eseményeket: „Itt a nagy csoda, amelyet mindig megjósoltam. Kinek lett megint igazsága? A háború nincs veszve! (...) Rooseveltt halott!” (Speer, Albert é. n.: 482)

ez az ötlet. A Führer azonban nem hagyta kételyek között legrejtettebb gondolatainak ez esetben is hű tolmácsolóját: „A bejárattól a fogadóteremig vezető hosszú úton érzékelhetnek valamit a Német Birodalom nagyságából!” (Speer, Albert é. n.: 114)

Milyen is volt hát az enteriőr? A látogató a Wilhelmsplatzról nyíló, keleti főbejárat lépcsősorát maga mögött hagyva egy óriási, négyszögletes, belső díszudvarra ért. Az innen továbbvezető néhány lépcsőfokot Arno Breker egy-egy bronzszobra szegélyezte: a két meztelen férfialak egyike a Párt, a másik pedig a Hadsereg allegóriája volt. (Schäche 2008 szerk.: 70.; Speer é. n. szerk.: 23–24) A lépcsősort követően a vendégek útja nagy méretű csarnokon vezetett keresztül: az előcsarnokot a sötét és vörös színekben pompázó, hatalmas üvegtetővel fedett Mozaikterem követte, amelynek padlóját 1.8x1.8 méteres, fényesre csiszolt márványlapokkal burkolták. Speer a csiszolt márványlapok padlóként való alkalmazásáról azonban szívesen lemondott volna. Egy alkalommal – már az építkezés alatt – felhívta Hitler figyelmét arra, hogy ezek sima felülete nagyon csúszós. A Führer azonban ezt a látszólag egészen építészeti, sőt inkább gyakorlati kérdést is ideológiáivá fordította, s frappánsan így felelt: „Éppen így jó; a diplomaták mozogjanak csak sikamlós területen.” (Speer, Albert é. n.: 125)

A Mozaiktermet a Kupolacsarnok 15 méter átmérőjű, kör alaprajzú tere követte. Ez az a helyiség, amely sehogyan sem illeszkedik a palota katonás rendben egymás után sorakozó grandiózus, szögletes termeihez. Paradox módon mégis a Kupolacsarnok az, amelyre mindenképpen szükség volt; az építési telek vonala – a Voss Straße enyhe íve miatt – egy ponton ugyanis megtört, és a Kancellária épülete ezt a törést a Kupolacsarnokon keresztül – mintegy csuklópontként használva azt – vette fel. A szigorú, klasszikus formákat előnyben részesítő nemzetiszocialista építészet ugyanis semmiféle szabálytalanságot nem tűrhetett meg. A csarnok falait élénkpiros színű márvány borította – néhány helyen fehér díszítéssel – míg a megvilágítást itt is egy felülvilágító volt hivatott biztosítani. (Speer–Wolters 1940 szerk.: 16) Két bejárata felett a falat domborművek – Hermann Kaspar alkotásai – díszítették: a Márványgaléria irányában a Harcos, a másik ajtó felett pedig a Géniusz allegóriája helyezkedett el. (Speer é. n. szerk.: 57–59)²¹

A legimpozánsabb csarnok az ezt követő, több megoldásában a francia kastélyok báltermi, tükörgalériái által ihletett (Krier 1985: 147), gobelinekkel díszített (Speer é. n. szerk.: 68) Márványgaléria volt (Krier 1985: 128), amely – a Führer különös tetszését elnyerve – az újkori paloták mintájának tekintett versailles-i kastély tükörtermének méretét több mint kétszeresen múlta felül.

A galéria hossz tengelyének közepéről nyíló, márvány keretű, bronzból öntött, A. H. monogramot mutató supraporttal kiemelt ajtó egy 27x14.5 méter alapterületű szobába vezetett. Mennyezete kazettás volt, falait limbourgi vörös márvánnyal burkolták (Speer é. n. szerk.: 65).²² A terem hatalmas, tölgyfa asztal uralta: ez volt Hitler dolgozószobája. Az asztal lapját egy hüvelyéből félig kihúzott kardot mintázó intarzia díszítette. A különleges faberakásról a Führer a következőképpen vélekedett: „Jó, nagyon jó... Ha látják a diplomaták, akik majd előttem ennél az asztalnál ülnek, félni fognak tőle.” (Speer, Albert é. n.: 125) A dolgozószobában kapott helyet az a hatalmas, márványlappal borított térképasztal is, ahol a háború alatt a helyzetmegbeszéléseket tartották; itt tájékoztatták Hitlert az aktuális katonai helyzetről, a Führer pedig innen adta ki parancsait a harcoló alakulatoknak. A terem négy aj-

²¹ A Harcos gyakorlatilag meztelen, ókori stíluselemeket felvonultató, karokkal felszerelt férfialak, míg a Géniusz félmeztelen nő, aki bal kezében a római mintájú vesszőnyaláb tetején álló, sasos-horogkeresztes NSPAP-jelvényt tartja.

²² A monogramot Hans Vogel készítette. (Speer é. n. szerk.: 65)

taja felett, aranyozott mezőben allegorikus alakok voltak láthatók: a Bölcsesség, a Megfontoltság, a Bátorság és az Igazságosság (Speer, Albert é. n. : 126). Az építető szándéka szerint pusztán jelenlétükkel emlékeztették volna a külföldieket a német hatalom felsőbbrendűségére és a német nép Führerének mindenekben való tökéletességére.

A már-már hihetetlen sebességű építkezésnek és bizonyos elemek merész kivitelezésének köszönhetően – a légtalmai bunker például, ahol Hitler és Eva Braun, Joseph és Magda Goebbels öngyilkosságot követtek el, csupán szabadkézi rajzok alapján épült – Speer napra pontosan betartotta a határidőt. Sőt, egy nappal az előre meghirdetett időpont előtt elkészült az épület, amelyet a Führer úgy vehetett át, hogy akár azonnal le is ülhetett volna intarziás íróasztala mögé. (Speer, Albert é. n. : 125)

A mindent elszóró birodalmi propaganda célkitűzéseiről és módszereiről ékesszólóan árulkodott az épület megnyitó ünnepe. A kancellária építési munkáiban közvetlenül 4500 ember vett részt, akik két műszakban, egymást váltva dolgoztak. Az ország különböző pontjain elszórva további mesteremberek, művészek, tervezők és mérnökök hada vett részt közvetetten a kivitelezésben. Amikor 1939. január 12-én megnyílt a hivatal, valamennyiüket a fővárosba invitálták, ahol Hitler az Olimpiai Stadionban beszélt hozzájuk: „Az építészet (...) csodálatos: ha már elkészül a munka, meg is marad az emlékmű. Kitart, egészen más, mint egy pár csizma, amelyet szintén meg kell csinálni, és amelyet aztán a másik ember egy-két éven belül elkoptat és kihajít. Az épület megmarad és évszázadok múlva is tanúskodni fog mindazokról, akik megalkották. (...) A német nép képviselője vagyok! Ha valakit a Birodalmi Kancellárián fogadok, akkor azt a személyt nem Adolf Hitler magánember, hanem a német nemzet Führere fogadja – vagyis nem én, hanem általam Németország. Mindenki olyan épület létrejöttét segítette, amely évszázadokig ott fog fennmaradni és tanúskodni a mi időnkőről. Ez az új, Nagynémet Birodalom első emlékműve!” (Speer, Albert é. n. : 125–126) Hitler megnyitó beszéde a legvilágosabb hitvallás a nemzetiszocialista rendszer politikai ambícióiról, a Führer vezetői hivatásáról, s az egyértelműen ezek szolgálatába rendelt művészet – köztük a legidőállóbbnak tekintett építészet – propagandisztikus feladatairól.²³

A megnyitőünnepség után Hitler Arany Pártjelvényvel tüntette ki főépítészt, aki elsősorban gyors és pontos munkájának jutalmaként ekkor nyerte el véglegesen a Führer bizalmát és rokonszenvét. Hitler azonban nem elégedett meg ennyivel: az átvételi ceremónia után szűk körű bankettet rendezett tiszteletére, amelynek végén – mintegy különlegesen kitüntetett ajándékként – egy saját maga által 1909-ben festett képpel ajándékozta meg. A vízfestmény egy precízen kidolgozott gótikus templomot ábrázolt. Az elvetélt művész – Adolf Hitler – saját művével ajándékozta meg tehát a nálánál sokkal jelentősebb alkotót, az építészt, akivel talán éppen a történelmi léptékű vízió közös művészi megközelítésének képessége fűzte a legszorosabban össze. A gesztus azonban mindenki számára egyértelműen azt is kifejezésre juttatta, hogy Speert ezentúl legszűkebb környezetéhez tartozónak számítja, olyan bizalmas kapcsolatban van vele, mint senki mással a „régibajtársak” közül – s majdhogynem barátként tekint rá.

²³ A Führer tökéletesen tudatában volt saját karizmájának, és végtelenül céltudatosan építette azt a legendáriumot, amely – reményei szerint – az őt követő politikusoknak is kellő magabiztosságot ad. A saját magát betegnek tartó Hitler ugyanis meg volt győződve arról, hogy nem fog sokáig élni. 1939-ben, az Új Birodalmi Kancellária építése közben egyszer éppen ezzel indokolta a kivitelezés szűkre szabott határidejét Speernek: „(...) ezért kell még az én életemben fölépíteni: én éltem benne és az én szellemem ruházza föl tradícióval. Ha csak pár évet élek benne, már elég lesz.” (Speer, Albert é. n. : 172) A fenti mondat azonban szöges ellentétben áll a nyilvánosság előtt hangoztatott, „hivatalos” indokkal, amely a várható diplomáciai tárgyalásokra hivatkozva tartotta szükségesnek a komplexum felépítését.

A megajándékozott érzései a dolog ellentmondásos voltát tükrözve meglehetősen ambivalensek voltak: szigorúan művészeti, szakmai szempontokat figyelembe véve a művész Speer a következő véleményt fogalmazta meg a festményről: „Semmiféle érzélem nem látszik rajta, nincs egy ecsetvonás, amelyet szenvedéllyel húzott volna meg. De nem csak az ecsetkezelésből hiányzik minden egyéni, a kép, a tárgyválasztás, a halvány színek és a közömbös perspektíva által Hitler ezen korai életszakaszának hamisítatlan tanúja; minden ebből az időből származó vízfestménye lélektelennek hat.” (Speer, Albert é. n.: 127) A lesújtó tartalmú kritika ellenére Speer az ajándékozás gesztusáról még évtizedekkel később, emlékiratainak megírásakor is a legnagyobb tisztelettel beszélt,²⁴ és az itt alkalmazott retorika az, amivel igazán elárulja magát. Elárulja azt, hogy a nürnbergi per, a két évtizedes spandaui fogság és a nemzetiszocialista vezetők – élükön természetesen magával a Führerrel – napvilágra került bűnei ellenére sem képes érzelmileg elszakadni attól az embertől, aki világhírűvé tehetné volna őt, aki a világ legnagyobb feladatával bízta meg, és akivel – egyedül a földkerekségen – kötetlenül, barátként tudott beszélgetni. Ezt támasztja alá a következő epizód is, amelyet Gitta Sereny történész idézett fel. Még 1938 folyamán Karl Hettlage, aki a Generalbauinspektorat gazdasági szakértője volt, igen különös dolgot mondott az építésznek. Amikor Speerrel és Hitlerrel hármásban tanulmányozták a terveket és a maketteket, Hettlage – persze már a Führer távozása után – így szólt főnökéhez: „Tudja, mi maga? Hitler reménytelen szerelme.” (Sereny 1998: 173) Valóban Speerben minden megvolt, ami Hitlerből hiányzott, de amilyen mindig is szeretett volna lenni. Jómódú, polgári családból származott, egyetemet végzett – ráadásul építészdiplomát szerzett – ezen kívül magas volt, fiatal, jóképű – és nem utolsó sorban német, nem pedig osztrák. Amikor évtizedekkel később Gitta Sereny emlékeztette az egykori birodalmi főépítészre erre az epizódra, megkérdezte tőle azt is, hogyan reagált erre a megállapításra. Speer így válaszolt: „Boldog voltam. Hogy hízelgőnek éreztem-e [Hettlage megjegyzését]? Nem, csak örültem neki.” (Sereny 1998: 173–174)

Welthauptstadt Germania tervei elkészültek, a világ új fővárosa immár készen állt arra, hogy a papírról kilépve, a valóságban is testet öltjön. Nem a nagyság, a hatalom, a gazdasági potenciál és az erő építészeti eszközökkel való demonstrálásához alkalmazott, minden természetességet nélkülöző, megalomán méretek, vagy a technikai kivitelezhetőség nehézségei okozták vesztét, és nem is a minden bizonnyal irtózatossá rúgó költségek akadályozták meg az építkezéseket. Maga az építészeti reprezentációt tápláló hatalmi struktúra, a nemzetiszocialista diktatúra és ideológia bukott el, a rendszer, amely értelmét és célját adta, amelynek szolgálatában állt, amelynek mindenképp fölé álló uralmát és dicsőségét lett volna hivatott hirdetni. *Welthauptstadt Germania* el nem készült épületeinek építészeti dokumentációja történeti szempontból elsősorban talán nem is valóságos építészeti alkotások rajzi formában fennmaradt emlékeként értékelhető. Nem elsősorban olyan műalkotásokat idéz, amelyek bizonyos művészi megoldásai és technikai részletei a hordozott ideológiától függetlenül is elismerést válthatnának ki. Ha megépültek volna, nagy valószínűséggel akkor sem váltak volna az épített örökség jó szívvel – akár eredeti funkciójukat megőrző, akár új feladatot betöltő – tovább használt elemeivé, nem váltak volna a múlt akár történelmi, akár művészeti értelemben megbecsült, továbbélő emlékeivé. Inkább egy ma is érthető, s máig kísértő üzenet hordozói. Az üzenet pedig – az építetők szándéka szerint – az egész akkori világnak, a közeli és a távoli jövőnek szólt, s hirdette a nemzetiszocialista rendszer világhuralmi ambícióit, s emlékeztetni volt hivatott a Hitler nevével fémjelzett „aranykorra”. „Azért építék, hogy koromnak szellemét az utódokra hagyományozzam. A történelem nagy korszakaira csak a monumentális építmények emlékeztetnek” – hivatkozott egy helyen Speer a Führer építészeti motivációját talán a legjobban jellemző tényezőkre. (Speer, Albert é. n.: 64)

²⁴ „(...) megtisztelt egyik fiatalkori vízfestményével.” (Speer, Albert é. n.: 127.)

Welthauptstadt Germania építészeti tervei azonban történelmi távlatban ennél szélesebb körű értelmezést is lehetővé tesznek. Az írott és egyéb vizuális forrásokkal egyenértékű tudósítói ugyanis hordozott ideológiájuknak, miközben szinte kortól és ideológiától függetlenül vallanak a totális hatalmi rendszerek propagandájának struktúrájáról, széleskörű hatásmechanizmusáról. Ennek pedig a tömegeket elkápráztatni és befolyásolni képes reprezentációs célú építészet minden esetben kiemelten fontos eleme.

IRODALOM

- Hamza Gábor (1999) A „Harmadik Birodalom” eszméje a német filozófiai és politikai gondolkodásban. *Magyar Tudomány*, 1999/7. 779–787.
- Hamza, Gábor (2013) The Idea of the 'Third Reich' ('*Drittes Reich*') in German Legal, Philosophical and Political Thinking in the 20TH Century. *The Western Australian Jurist*, 2013/4. 255–272.
Online elérés: <http://classic.austlii.edu.au/au/journals/WAJurist/2013/9.pdf>
Utolsó hozzáférés: 2019. 05. 06.
- Huber, Ernst Rudolf (1963) *Deutsche Verfassungsgeschichte seit 1789*. Stuttgart, Kohlhammer.
- Kershaw, Ian (2003) *A Hitler-mítosz*. Budapest, Kortina.
- Krier, Léon (1985) *Albert Speer architecture*. Bruxelles, Archives d'Architecture Moderne.
- Meggyesi Tamás (2005) *A 20. század urbanisztikájának útvesszői*. Budapest, Terc.
- Nachama, Andreas (2010szerk.) *Berlin 1933–1945. Between Propaganda and Terror*. Berlin, Topographie des Terrors.
- Schäche, Wolfgang (2008 szerk.) *Mythos Germania. Shadows and Traces of the Third Reich*. Berlin, Berliner Unterwelten.
- Sebők János (2006) *Az ítélet napja*. Budapest, Népszabadság Könyvek.
- Sereny, Gitta (1998) *Albert Speer küzdelme az igazsággal*. Budapest, Európa.
- Speer, Albert – Wolters, Rudolf (1940szerk.): *Neue Deutsche Baukunst*. Berlin, Volk und Reich.
- Speer, Albert (1999) *Spandau börtönapló*. Budapest, Interpress.
- Speer, Albert (é. n.) *Hitler bizalmasa voltam*. Budapest, Zrínyi.
- Speer, Albert (é. n. szerk.) *Die Neue Reichskanzlei*. München, Zentralverlag der NSDAP.
- Steiner, Dietmar (2015szerk.) „*Wien. Die Perle des Reiches.*” *Planen für Hitler*. Wien, Architekturzentrum Wien.
- Szabó Levente (2008) Kisajátított építészet. In.: Kerékgyártó Béla (2008szerk.) *Berlin átváltozásai*. Budapest, Typotex. 141–175.

A SPORT MINT HONVÉDELEM? A NEMZETI SPORT HÁBORÚS PROPAGANDÁJA A MÁSODIK VILÁGHÁBORÚ IDEJÉN

Barát Bence

barat.bence@gmail.com

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.55

Absztrakt

Tanulmányomban a második világháború Magyarországon megjelenő és elterjedő „a sport mindig honvédelem” jelszó változását vizsgálom a *Nemzeti Sport* című lap hasábjain. Arra vagyok kíváncsi, mikor és miért alakult ki, majd hogyan változott ez a tétel a magyar sportéletben, amely a világháború végnapjaira magyarázatra sem szoruló jelentéshalmazzá vált. Reményeim szerint dolgozatom közelebb visz annak megértéséhez, hogy a sportnak milyen szerepe volt a világháborús társadalomban. A korszak legnagyobb magyar sportlapjának a cikkeit minőségi és mennyiségi tartalomelemzéssel vizsgálom, és kitérek arra is, milyen hatással lehetett a jelszó elterjedése a sporthírek fogyasztóira.

Kulcsszavak

sport, honvédelem, Horthy-korszak, Nemzeti Sport, második világháború

SPORT AS NATIONAL DEFENSE? MILITARY PROPAGANDA OF NEMZETI SPORT DURING THE SECOND WORLD WAR

Bence Barát

Abstract

In the following study, I am trying to identify and understand the reasons behind the evolution of the phrase "a sport mindig honvédelem", which roughly translates to "sport is always [a mean of] national defense". This phrase, symbolizing a strong connection between sport and military, became extremely widely used in the Hungarian sport newspaper *Nemzeti Sport* (*National Sport News*), eventually raising it to the level of a self-explanatory dogma for the sport society during the last years of the Second World War. With both qualitative and quantitative analysis, I am striving to find the birth and the key changes of the idea "sport is always national defense". By the end, I hope so, I will be able to draw a clearer picture of the relationship between society and sport in the wartime Hungary.

Keywords

sport, military, Horthy era, Nemzeti Sport, Second World War

A SPORT MINT HONVÉDELEM? A NEMZETI SPORT HÁBORÚS PROPAGANDÁJA A MÁSODIK VILÁGHÁBORÚ IDEJÉN

Barát Bence

Bevezetés

„A sport mindig honvédelem!” Ez a jelszó a második világháború Magyarországon a maga tömörségében testesítette meg azt a szemléletet, amely szerint a sport legalapvetőbb társadalmi-politikai funkciója a férfilakosság katonai előképzése, fegyelemre és a fizikális megpróbáltatások elviselésére nevelése. A gondolat alapja, nevezetesen, hogy a testnevelés, illetve a sport nagyban hozzájárul azon készségek fejlődéséhez, melyekre a harctéren is szükség van, egyáltalán nem volt újkeletű a Horthy-korszakban, és nem is tűnt el 1945 után sem, pusztán külsőségeiben változott meg. Viszonylagos állandósága ellenére azonban rendkívül nagy utat tett meg a dualizmus kori országgyűlési vitáktól az államszocialista korszak „Munkára, Harcra Kész” sportmozgalmáig és tömegtermékké válásáig, melynek teljes bemutatására itt nem vállalkozhatok. Dolgozatomban mindössze egy rövid, ám annál jelentősebb időszakot emelek ki a folyamatból, amikor a csak elnagyolt, nagyon változatos formá(k)ban létező gondolat előbb körvonalakat kapott, elterjedt, majd jelszóvá érett. Annak körülményaira teszek kísérletet, hogy „a sport mindig honvédelem” jelszó formailag és tartalmilag hogyan változott a harmincas évek végén és a negyvenes évek első felében, aminek nyomán követéséhez az ország legnépszerűbb sportlapjának, a magyar sportvezetés kvázi szócsövének számító *Nemzeti Sport* cikkeit helyezem vizsgálatom középpontjába, figyelmet fordítva Magyarország külpolitikai és háborús helyzetének, valamint a bel- és sportpolitikai viszonyoknak az alakulására. Kvantitatív és kvalitatív elemzéssel szeretném kimutatni, miként változott a lapnak – és rajta keresztül a sportirányításnak – a sport feladatairól kommunikált felfogása a „fegyveres semlegesség” időszakában, aztán a háborúba lépést követően, majd a német megszállás alatti hónapokban. Elsődlegesen arra a kérdésre keresem a választ, hogy milyen gyakorisággal használták a sport és honvédelem (vélt vagy valós) összefüggését, és ezen alkalmakkor milyen kontextusban említették a vonatkozó kifejezéseket.

A „sport mindig honvédelem” jelszó kezdeti változatainak alakulásában, majd végleges változatának rögzülésében komoly szerepet játszottak az európai politikai, illetve hadi események, ám nem kizárólag ezek határozták meg a hazai sportpropaganda irányvonalát. Mindenesetre célszerűnek tartom az elemzés egységeit a már említett korszakhatárokhoz igazítani, amit annál is inkább megtehetek, mivel a *Nemzeti Sport* – 1944 utolsó pár hónapját leszámítva – végig rendszeresen, hetente négy alkalommal jelent meg, ami nagyban megkönnyíti az egyes periódusok összehasonlítását. Abból a megfontolásból kiindulva, hogy a lapban kizárólag sporthírek vagy sporthírnek is minősülő írások szerepelnek, a honvédelem témájával valamilyen formában foglalkozó minden cikket megvizsgáltam, és csak azokat nem vettem fel az

adatsorba, melyek bizonyíthatóan nem tükrözik a lap szerkesztőinek felfogását (pl. előadások, beszédek idézése).¹

Fő kérdésem tehát, hogy miként alakult ki és formálódott a „sport mindig honvédelem” jelszó, illetve mennyiben befolyásolták a külpolitikai és háborús események a sportpropaganda irányvonalát, a hatalom birtokosai miként igyekeztek a sportot – mint a társadalom jelentős része által fogyasztott kulturális terméket – felhasználni saját céljaik érdekében, milyen szerepet szántak a sportpropagandának a háborúra való felkészülés terén, illetve milyen tényezőket igyekeztek kiemelni a sport és a honvédelem viszonyából.² A sport, a sportolás, a sport iránti érdeklődés nem pusztán maga a sporttevékenység miatt lényeges, hanem mert a sportélet teret biztosít politikai és társadalmi interakcióknak. Így a szóban forgó jelszó kialakulásának és változása egyes állomásainak bemutatása, illetve értelmezése értékes adalékokkal járulhat hozzá a Horthy-kori Magyarország kutatásának számos területéhez.

Nem szabad figyelmen kívül hagynunk az elemzés korlátait sem. Míg ugyanis a szerzők, szerkesztők és mögöttük közvetetten az állami sportirányítás szándékai meglehetősen világosan kirajzolódnak, szinte semmit sem tudunk az olvasóközönség szemléletének alakulásáról. Legfeljebb annyit állíthatunk bizonyossággal, hogy az átlagos olvasó értette a cikkek által használt jelentésrendszert, a lap hozzávetőlegesnek mondható példányszám-adataiból, illetve az Országos Testnevelési Tanács (OTT), majd 1941-től utódja, az Országos Sport Központ (OSK) által szervezett sportrendezvények látogatottságából pedig annyit megállapíthatunk, hogy az állami sportpropagandának széleskörű fogyasztóközönsége volt. Azt azonban, hogy ez a „fogyasztás” az egyénre vagy egy-egy társadalmi csoportra hogyan hatott, csak nagyon felületesen áll módunkban ellenőrizni.³

Módszertani megjegyzések

Megközelítemben a sport olyan társadalmi-kulturális jelenség – a politikai hatalom birtokosai kezében pedig eszköz –, amely elsődlegesen nem azért méltó elemzésre, ami a pályán zajlik. Ennél sokkal fontosabb, hogy mit mondanak róla, milyen összefüggésben használják a mindenki számára hozzáférhető információhalmazt, mely a csapatok történetéből, társadalmi háttéréből, jelképeiből, a szurkolótáborok rigmusaiból, a sportnak-testmozgásnak tulajdonított évszázados jelentésekből és persze nem utolsósorban a számszerűsíthető sport-eredményekből áll. Ezeket a tényeket, tények tűnő dolgokat alakítja a sportélet minden résztvevője a saját szájíze, politikai, vallási, nemzeti(ségi) meggyőződése szerint, és építi ki a saját és a közössége számára leginkább megfelelő jelentésrendszert (Hadas–Karády 1995, Szegedi 2011, Szegedi 2014, Zeidler 2012). Az ilyenfajta közösségformáláshoz, illetve a közösség gondolkodásának formálásához kiváló eszköz a (sport)sajtó, hiszen a huszadik századi európai társadalmak mindennapjainak szerves részévé vált a sportélet.

Tanulmányom abból a szempontból rendhagyónak tekinthető, hogy a sportot, mint pontosabban meg nem határozott fogalmat vizsgálja, vagyis nem bontja fel a sportot élsportra, tömegsportra, leventesportra, stb. A „sport mindig honvédelem” sikere azon (is) alapult, hogy a befogadók egyénileg – a maguk sportdefiníciójához igazítva – értelmezheték a sport fogalmát, nem korlátozta őket semmiféle meghatározás, ezért egyformán megszólítva érezhették magukat. Így a munkás munkássportra, a leventeoktató leventesportra, a labdarúgó vagy a

¹ Ennek ellenére azonban nyilvánvalóan nem tekinthető véletlennek, hogy a lap közölte ezen szövegeket.

² A Horthy-kori sajtó, propaganda és hatalom viszonyáról bővebben lásd Sipos 2011.

³ Egy megoldási lehetőséget kínál, valamint használ Szakál 2006, illetve Izsák 2014.

csapatának szurkolója pedig élsportra gondolt-gondolhatott, amikor a jelszóval találkozott. Írásomban tehát a sportról általában beszélek, nem mint konkrét testmozgási vagy szórakozási formáról, hanem mint jelképről, amelynek többféle értelmezése létezhet.

Vizsgálatom empirikus (kvantitív) részében a „sport” és a „honvédelem” kifejezések említéseinek gyakoriságát regisztráltam megjelent lapszámokként. Csak olyan eseteket vettem számításba, amelyekben a „sport” és a „honvédelem” szavak egyértelműen egymásra vonatkoztatva kerültek említésre, az olyan nem lényegi összefüggéseket megjelenítő eseti együttjárásokat, mint például a honvédelmi tárca egyik képviselője jelen volt egy sporteseményen, figyelmen kívül hagytam. A sport/lapszám mennyiségi mutató mellett nagy hangsúlyt fektettem a szövegek tartalmi, minőségi vizsgálatára is, hiszen ezekből alkothatunk képet az adatok mögött rejlő események mértéjéről, az állami sportpropaganda céljairól, a sportvezetés tervei mögött húzódó mozgatórugókról.

Előzmények

Bár már az Eötvös-féle népiskolai törvény úgy fogalmazott, hogy a tanórák között szerepeljen a „testgyakorlat, tekintettel a katonai gyakorlatokra”, ez még inkább csak jelképes megfogalmazásnak tekinthető. A testnevelés-sport és a katonai kiképzés viszonyában bekövetkezett első jelentős szemléletváltozásra csak később, a századfordulón került sor. Ennek jellemző példája, amikor 1903-ban Guillaume Árpád vezérkari százados a korszak egyik népszerű sportlapja, a *Herkules* hasábjain kijelentette, „minden népfölkelésre kötelezett és később katonaköteles, illetve oly korba lépő ifjú, a melyben önként tehet katonai kötelezettségének eleget, a katonai kiképzés bizonyos elemeivel tisztában legyen.” Megoldásként Guillaume a testnevelési szervezet megújítását javasolta aképpen, hogy a Közoktatási Bizottságot bővítsék ki egy katonai szakbizottsággal. (*Herkules*. 1903. augusztus 15.) A katonai-testnevelési irányzat népszerűsítésére indult meg 1908-ban a *Katonás Nevelés* című lap, amely havonta megjelenő számaiban kimerítő részletességgel foglalkozott egy-egy részterülettel az iskolai neveléssel kapcsolatban. Programja szerint a tanintézetekben a „harcserű torna” és a „hazafias és katonás” – „huszáros” – szellem meghonosodását szándékozott elérni. Az időpont és a cikkek háttere sem véletlen. Az egyre feszültebb légkörű, háborúra készülő Európában a hadsereg képviselőinek komoly kétségei voltak a magyar társadalom edzettségi és egészségi állapotát illetően, melyen rohamos gyorsasággal igyekeztek változtatni. (*Katonás Nevelés*. 1908. április 15.)

Az említett fellángolások nem sok eredménnyel jártak, a világháborút követően a testnevelési rendszer bírálói igazolva láthatták félelmeiket, melyek szerint a magyarság fizikálisan nem elég képzett a háború sikeres megvívásához, ezt pedig tovább súlyosbította, hogy a békeszerződés rendkívül szűk keretek közé szorította a katonai kiképzés lehetőségeit. Gróf Klebelsberg Kuno a következőképpen számolt be a helyzetről: „Egy lefegyverzett népet különben is az a veszedelem fenyegeti, hogy férfias keménységét idők folyamán elveszíti, ezért a Trianon utáni magyar kultúrpolitikának a testnevelés sokkal fontosabb és lényegesebb eleme, mint a kiegyezés korában volt.” (Klebelsberg 1931: 16.) Többek között ezen igyekezett változtatni az 1921/LIII. törvénycikk. Az úgynevezett testnevelési törvény előírta a 12–21 év közötti fiúk kötelező testgyakorlását, ami egyrészt az iskolai testnevelésórák fokozottabb ellenőrzését jelentette, valamint elrendelte, hogy az iskolát elhagyók számára létesítsenek levanteegyesületeket, amelyeket kötelező jelleggel látogatniuk kellett. Az intézkedéssel a törvénycikk megalkotói igyekeztek pótolni a békeszerződésben betiltott általános hadkötelezettséget, és megteremteni egy katonai szolgálatra alkalmas nemzedék alapjait.⁴

⁴ A törvény megszületésének háttéréről bővebben lásd Szikora 2012.

A bethleni konszolidáció éveiben az állami sportvezetés és sportpropaganda a fent leírtaknál messzebbre azonban nem óhajtotta kiterjeszteni hatáskörét. A testnevelési törvény lehangosabb kritikusa, az 1920-ra a Magyar Országos Véderő Egylet sportegyesületeinek révén az ország legkiterjedtebb sportmozgalmát maga mögött tudó Gömbös Gyula pedig rendre korlátokba ütközött a társadalmi sport átalakítására tett kísérletei során (Vonyó 2014). A húszas évek sportpolitikai felfogásáról megállapítható, hogy a sportvezetés ugyan magáévá tette, ám a Népszövetség Európájában csak óvatosan építhette a sport és a társadalom katonai felkészítése közti, egyre inkább összefonódó szálakat. A húszas évek elején azonban már mindenképpen észlelhető a testnevelés és a katonai képzés a dualizmus korinál határozottabb kapcsolata. A „sport mindig honvédelem”-hez hasonló jelszavak, kijelentések viszont pontosan azért nem kaphattak nyilvánosságot, mert minden korábbi kísérletnél jobban tükrözték a valóságot, nevezetesen a sport óriási mértékben megnövekedett honvédelmi jelentőségét, ez azonban elvágta volna az egyik utolsó menekülőutat a békeszerződés hadsereg-korlátozó intézkedései előtt.

A bethleni irányzat bukásával 1931–32-ben megszűnt a sportéletet csak nagyvonalakban befolyásoló, az egyes klubok vezetését magánügynek tekintő kormányzati politika, és helyét az olasz fasiszta sportmozgalmat példaként maga elé állító vezetőréteg vette át. Az immár miniszterelnöki tisztséget betöltő Gömbös Gyula és Hóman Bálint kultuszminiszter nevéhez köthető szemlélet szerint a sportot külügyi vonatkozásban a nemzetközi reprezentáció, míg az országon belül a nemzeti nevelés szolgálatába kell állítani, ezt pedig a sportélet feletti politikai felügyelet kiterjesztésével kívánták garantálni. Emellett a kormány programjaként megjelentetett *Nemzeti Munkaterv* 90. pontja széleskörű átszervezést helyezett kilátásba a népművelési és testnevelési intézmények területén (*Nemzeti Munkaterv*. 1932: 13). Az ígéretek az 1920-as évek elején meghirdetett nemzeti sportpolitika programjának megvalósítására a sajtó is nagy lelkesedéssel fogadta, magában Gömbösben a sportembert, valamint a gazdasági problémák leküzdésére hivatott vezetőt ünnepelve. Ekkorra tehető, hogy a lapok, elhagyva a pártatlan „sportstílust”, nyíltan politikai kérdésként kezdték feltüntetni a sportot. A futbalszövetség közlönye például már 1932 októberének végén az új miniszterelnök korábbi sportérdemeinek méltatása után kifejezte, hogy „a magyar testnevelés bízik – ismerve a jelen gátló nehézségeit – bízva-bízuk abban, hogy amíg a gömbösi gondolat megvalósul, a lehetőségek gyakorlati útján minden a legjobb ütemben halad a kitűzött cél felé.” (Az MLSZ Hivatalos Közlönye 1932. október 30.) 1933-tól a *Testnevelés*, az Országos Testnevelési Tanács hivatalos lapja is rendszeresen hozott le az új sportpolitikai irányvonallal foglalkozó, a *Nemzeti Munkaterv* sportprogramját értelmező, és általában a sport nemzeti jellegének fontosságát hangsúlyozó cikkeket. Ezekben az írásokban leplezetlenül megjelenik az igény, hogy a sportéletbe tudatosan beavatkozó állam a rendezvényeket eszközül használva befolyásolja a nézők, szurkolók gondolkodását, ám a sportpropaganda a sportnak elsősorban nem a katonai jelentőségét, hanem a nemzeti identitásépítő funkcióját helyezte a középpontba. A sportvezetés tehát az 1932–1936 közti időszakban teljes mértékben tisztában volt a sportesemények közösség- és önazonosság-formáló funkcióival és tudatosan épített is azokra. A leírtakat jól tükrözi a *Testnevelés*ben Zemplényi Imre tollából született írás: „A versenyek hatalmas tömegeket gyűjtenek össze, melynek tagjai egybeforrnak a sportban, érzéseik és gondolkozásuk ezen közös színtere alkalmat nyújt arra, hogy konstruktív vezetők ezt tovább fejlesztve az emberi szolidaritás irányába vezessék. [...] a sport tehát a nemzeti gondolat megerősödésének fontos tényezője, ami akkor érdemel különös figyelmet, amikor a másik oldalon az internacionalizmus hívei fenyegetik a kis nemzetek létét [...]. Mindezekből kétségtelenül következik, hogy a sport a modern állam életében olyan nagy teret foglal el, amely megköveteli, hogy annak irányításában magasabb szempontok érvényesüljenek.” (Zemplényi 1933: 621–630.) A *Nemzeti Sport*nak még egy későbbi, 1937-es, az iskolai testnevelés problémáit boncolgató cikke is hasonló szellemben íródott. A szerző szerint a testnevelésóra

elsődleges feladata az ifjúság egészséges életmódra és nemzeti öntudatra való nevelése, de katonai szempontokat sem ez, sem a fentebb idézett írás nem említett. Sőt, az utóbbi bírálóknak is hangot adott, mondván, a nyugattal szembeni, a testnevelés terén való lemaradás oka, hogy az OTT képviselői az iskolai testnevelés alapjainak lefektetésekor „nem pedagógiai, hanem katonai érveket hallgattak meg”. (*Nemzeti Sport*. 1937. április 2.)

Az első világháborútól az 1938-ig terjedő éveken végigtekintve megállapíthatjuk, hogy ugyan a sport katonai-honvédelmi célokat is kezdett szolgálni a dualista időszak szórványos ilyen irányú elmékedéseivel szemben, ám a sportvezetés a legkevésbé sem igyekezett egyenlőségjelet tenni a sport és a honvédelem közé. Ez csak vörös posztó lett volna a trianoni békeszerződés felett örökdő Népszövetség, valamint az abba foggal-körömmel kapaszkodó szomszédos államok szemében. Ennek ismeretében nem meglepő, hogy 1938 előtt egyetlen alkalommal sem fordul elő a sport és a honvédelem együttes említése a *Nemzeti Sport* lapjain.

A „honvédelmi sport” megjelenése

A *Nemzeti Sport* oldalain a sport és a honvédelem viszonyában bekövetkezett első változásra 1939 márciusában, a kárpátaljai bevonulást követően figyelhettünk fel. Egy szerző a kerékpársportot „honvédelmi szempontból rendkívül fontos”-nak titulálta, amely szerinte hozzájárult a kárpátaljai területek gyors birtokba vételéhez, majd egy júliusi cikkben már „a honvédelmi sportok között is első”-nek nevezték a kerékpározást (*Nemzeti Sport* 1939. március 24., július 9.). Rövidesen egy új fogalom, a „honvédelmi sport” honosodott meg a lapban, ami lényegében minden sportágat felölelt. Hogy mit is jelent valójában a kifejezés, azt egyetlen szerző sem fejtette ki bővebben, ám használata széles körben elterjedté vált, a cikkírók számára pedig leginkább csak az okozott nehézséget, hogy megindokolják az adott sportág honvédelmi jelentőségét. Értelmezhetlensége ellenére a szerkezet változást jelez a korszak újságíróinak sportról, honvédelemről és nemzetről alkotott felfogásában, hiszen önálló kategóriává válik a „honvédelmi sport”, melyet univerzálisan, minden sportágra alkalmaznak.

Ugyan már a sport és honvédelem szópár 1939 márciusa és szeptembere közti előfordulásainak száma is hatalmas emelkedést mutat a korábbi időszak elszórt utalásaihoz képest, Lengyelország német megtámadása belátható közelségbe hozta a magyar hadsereg bevetésének szükségességét. Ennek következtében a sport honvédelmi feladatairól szóló cikkek aránya az év végére megháromszorozódott az azt megelőző időszakhoz képest, amit a *Nemzeti Sport* annak tulajdonított, hogy „nálunk is felismerték, hogy a sport nélkülözhetetlen a katonai kiképzésében” (*Nemzeti Sport* 1939. december 8.). A *Nemzeti Sport*tal egyetértve Werth Henrik, a honvédség vezérkari főnöke kijelentette, „az éveken át végzett folyamatos sportmunkát semmiféle gyors kiképzés nem pótolhatja” (*Nemzeti Sport* 1939. december 29.), és ezt követően több alkalommal is tárgyalt az atlétikai szövetség vezetőségével a honvédség atlétikai tréningezéséről.

1940 folyamán a „honvédelmi sport” kifejezés számításaim szerint 18-20 alkalommal, vagyis két-három hetente visszatérő témaként tűnt fel a lapban, míg a sport és a honvédelem összefüggését is egyre több írás igyekezett kimerítően taglalni. A rövid kijelentések helyét több esetben átvették a hosszabb, az új felfogást értelmező és magyarázó cikkek, aminek következtében 1940 decemberében már a következőket olvashatjuk: „a népek most folyó nagy harcában és a még ránk váró megpróbáltatások között csak olyan nemzet állhatja meg a helyét, amelynek pompásan felszerelt hadserege, jól kiképzett, futással és gyaloglással edzett, teljesítőképeségét minden nehézség mellett megőrizni tudó ifjúságra támaszkodik” (*Nemzeti Sport* 1940. december 22.). Emellett egy másik, 1941 tavaszán publikált írás megállapította, hogy „a tömegsport eszméje [...] ma már a magyar véderő felelős vezetői által kiadott elsőszámú honvédelmi parancs.” (*Nemzeti Sport* 1941. május 11.)

1939 márciusa és 1941 júniusa között tehát lezajlott a sport és a honvédelem fogalmak összekapcsolásának első lépése. A fentiekből kirajzolódni látszik a sport és a honvédelem összetartozásának, ha úgy tetszik egymásra utaltságának gondolata, ugyanakkor a hangsúly még egyértelműen a sport katonai felkészülést előmozdító szerepén van a testmozgás fizikális jelenségén túlmutató elemek helyett. Ahogy a példákból is kitűnik, a sport a kárpátaljai bevonulást követően új, önmagán túlmutató jelentéssel ruházódott fel, mely fokozatosan terjedt és erősödött, végül pedig a nemzet sorsát tagjai edzettségétől függővé tevő tétellé szilárdult. Erre nyilvánvalóan nem véletlenül a háborút közvetlenül megelőzően, majd annak első szakaszában került sor, ám a szemléletváltás gyorsasága mindenképpen figyelemre méltó. Bár a források hiányossága miatt csak feltételezésekkel élhetünk, úgy tűnik, a sport és a honvédelem fogalmak legelső összekapcsolása nem állami-sportvezetőségi „megrendelésre” történt, sokkal inkább a cikkírók alkalmi hazafias hevületének megjelenése lehetett, mely időnként kévéssé átgondolt, de annál szenvedélyesebb érveléshez vezetett.

„A sport mindig honvédelem”

Magyarország hadbelépését követően 1941 nyarán megkezdődött a sportélet átállítása a „hadigazdálkodásra”. Az 1921-es testnevelési törvény ugyan létrehozott egy katonai előképzésre alkalmas intézményt, a leventemozgalmat, azonban a társadalmi sportnak – mivel az OTT csak a kultuszminisztérium tanácsadó szerveként működött – nem volt egy átfogó, központi irányítószerve, amely az egyesületi sportolók hadi felkészítését, a társadalmi sportegyesületek katonai kiképzésnek történő alárendelését, a sportélet szigorú és hatékony vezérlését megoldhatta volna. Ennek orvoslásaként került sor 1941 júliusának végén a magyarországi sportélet nagyszabású átszervezésére, amikor az Országos Testnevelési Tanács helyébe a szélesebb jogkörrel és centralizáltabb felépítéssel rendelkező Országos Sport Központ lépett. Az új szervezet a korábbiaknál szigorúbb ellenőrzés alá vonta a *Nemzeti Sportot* is, gyakoribbá téve a keresztény-nemzeti szellem vagy a honvédelem és a sport kapcsolatát boncolgató cikkek publikálását, melyeket nem egyszer az OSK legelső emberei írtak. Az Országos Sport Központ megalakulásának hetében úgy fogalmaztak, „a magyar sport az új magyar életben honvédelmi feladatot teljesít” (*Nemzeti Sport* 1941. augusztus 3.), majd nem sokkal később – ebben a formában tudomásom szerint először – megjelent a jelszó kezdeti formájában. A lap augusztus 19-i számában ezt olvashatjuk: „a sport a mai új idők szellemében elsősorban honvédelem”.

Az idézet korszakhatárt jelöl két okból is. Egyrészt 1941-re jelentős mértékben előrehaladt a sportélet „árjásítása”, valamint a pályákon megjelenő, klubok által közvetített szimbolikus elemek „keresztény-nemzetiesítése”, az úgynevezett „új szellem” meghonosítása jegyében. Az egyesületek vezetőségéből, a tagjai közül, végül aztán a lelátókról is száműzték a zsidó származású személyeket, a sporteseményeket pedig nemzeti jelképek tömegével árasztották el a kötelezően kihelyezendő zászlótól kezdve a csapatok számára előírt, a mérkőzések előtti „Szebb jövőt!” üdvözlési formáig (Sarussi–Szegedi 2004). Másfelől azonban fordulat látszik a sportvezetés sportról vallott felfogásában is: a sport többé nem testmozgás, és mint ilyen, a katonai felkészítés része, hanem *elsősorban* honvédelmi eszköz. A sport és a honvédelem már nem egyenrangú, esetleg egymást kiegészítő fogalmakként funkcionáltak, a sport deklaráltan a honvédelmi célok alá rendelődt. A *Nemzeti Sport* nem is igyekezett elhallgatni az 1941-es év jelentőségét, évértékelő cikkében kiemelte, hogy ekkorra esik a magyar sportélet teljes átszervezése, és ami még ennél is fontosabb: a sportnak és a testnevelésnek, mint a nemzetnevelés elsőrendűen fontos eszközének hivatalos elismerése. A sport megszűnt egyesek úri kedvtelése lenni és támogatása állami feladattá, gyakorlása állampolgári kötelességgé vált.

Az előbbieken felvázolt viszonyoknak a sportkedvelő társadalomban való tudatosítására vette kezdetét 1942 márciusában „a sport mindig honvédelem” plakátsorozat (1. ábra). A plakátokat a városokban falragaszokon, illetve több budapesti és vidéki újságban terjesztették.⁵ Kiemelendő, hogy a *Nemzeti Sport* szerkesztői nem törekedtek arra, hogy az olvasó alaposabban elmélyedjen a sport és a honvédelem összefüggésében, sokkal inkább a mennyiséget helyezték a központba, aminek köszönhetően az 1942 folyamán megjelent lapokat és köteteket valósággal előzönlí a jelszó (a *Nemzeti Sport* vonatkozásában lásd az 1. táblázatot a következő fejezetben). A plakátsorozatnak és a jelszó sportlapok cikkeiben feltűnően gyakori használatának köszönhetően a gondolat az év végére magyarázatra sem szoruló jelentésséggé alakult, a jelszó igazsága a sporttársadalom szemében megkérdőjelezhetetlenné vált, így mindenféle érvelés alapjául is szolgálhatott.

1. ábra

„A sport mindig honvédelem” plakátja (*Nemzeti Sport* 1943. január 1.)



Magyarország egyre vonakodóbb hadviselő féllé válása idején a *Nemzeti Sport* változatlanul képviselte az 1941 nyarán megszabott irányt. Nem is lehetett mást várni annak fényében, hogy az országos sportvezetést ekkoriban szoros szálak – olykor személyi egyezések is – fűzték a hadsereghez. 1943 során változást abban érhetünk tetten, hogy mivel „a sport mindig honvédelem” jelszó súlykolására az előző évi propagandahadjárat következtében már nem volt többé szükség, sor kerülhetett annak úgymond produktív használatára, kibontására. Úgy is fogalmazhatunk, hogy a mennyiség helyett a minőség került a középpontba; a cikkek a jelmondatra felfűzve a korábbiaknál ritkábban (kb. feleannyiszor), de behatóbban taglalták, mi-

⁵ A plakátokon rendszerint a jelszó, vagy annak sportágspecifikus változata szerepelt, mellette egy atlétával, akinek az árnyéka egy katonára emlékeztetett. Lásd az 1. Ábrát, továbbá *Sportírlap* 1942. március 14., *Dunántúl* 1943. március 5., *Képes Sport* 1943. április 27.

lyennek is kell lennie az ideális sportolónak és egyben katonának. Azzal párhuzamosan, hogy a *Nemzeti Sport* a kiterjedtebb magyarázatokra helyezte a hangsúlyt, megszorodtak a sport és a honvédelem viszonyát taglaló előadások. Ezeken az OSK vezető személyiségei igyekeztek a háborút a sporteseményekhez hasonló, küzdelmes, ám ugyanakkor a rátermettek (vagyis a sportemberek) számára nemhogy túlélhető, hanem az egyén számára is garantáltan diadalmas megmérettetésé eufemizálni, amit az egyre súlyosabb magyar és német veszteségekről érkező információk sem befolyásoltak. Ezt jól szemléltetheti egy, a sportújság címlapján megjelent cikk, melyben a következőket olvashatjuk: „A testi erő, ügyesség, kitartóképesség csodálatosnak tűnő eredményeket érlelhet a harc mezején is, dicsőséget szerezhet, életet menthet meg, mind a hazának. A küzdősportok embere hidegen gondolkodik a közelharcban is, nyugodtan kerüli el a feléje dőő szuronyt és visszacsapása nyomán nem nő többé fű. Az atléták futó-, ugró- és dobóképessége, a játékok adta ügyesség, gyors helyzetfelismerés, a leghevesebb küzdelemben is gondolkodni tudás, az úszni tudás, mind-mind olyan tulajdonság, amely elsőrendűen fontos a honvédő harcban. [...] A sport tehát – megfelelő irányítással – erős, ügyes, kitartó, gyors és ruganyos testű, becsületesen gondolkodó, jellemes, akarat erős, szenvedések és fáradalmak elviselésére alkalmas, harcos lelkű egyedeket nevel a hazának. Ezért honvédelem a sport!” (*Nemzeti Sport* 1943. május 14.) A cikk nem feledkezik meg az OSK szerepéről sem, mely 1942 végétől a hasonló hangvételű írások sarkalatos pontjává vált, a *Nemzeti Sport* ugyanis rendre megemlékezett az Országos Sport Központ vezető szerepéről a mindennapokban, illetve a sportélet és legfőképpen a sporttársadalom szellemiségének átalakítása terén elért eredményeiről. A „sport mindig honvédelem” 1942 második felére már nem pusztán jelszó volt, hanem – ahogy egy újságíró megfogalmazta – „korszakalkotó tétel”. (*Nemzeti Sport* 1943. január 1.)

A *Nemzeti Sport* a német megszállás idején

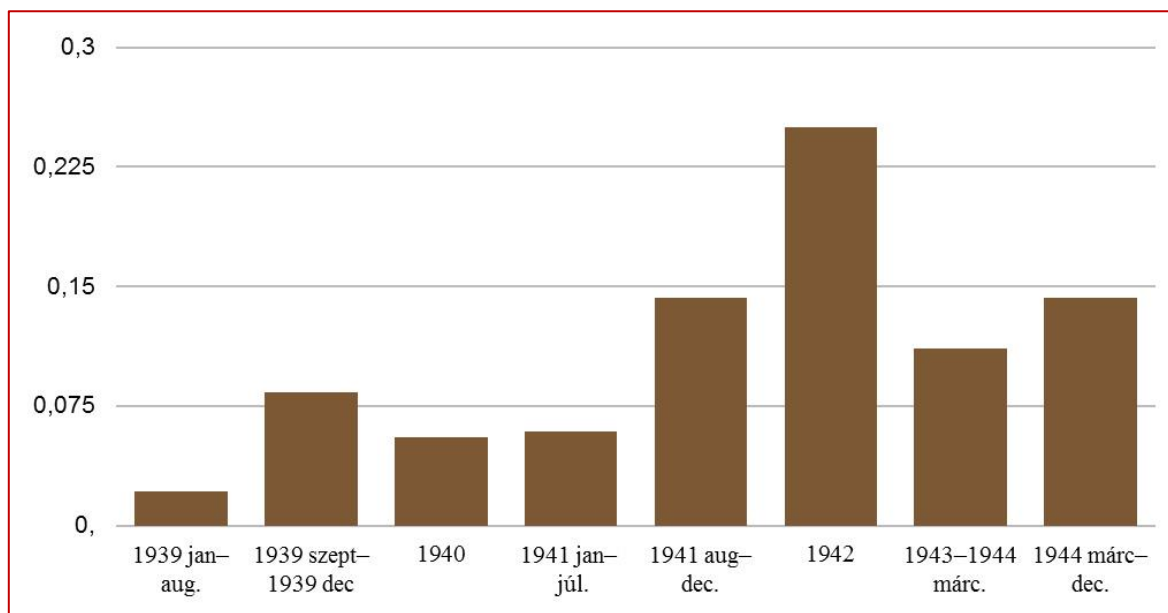
Magyarország német megszállását követően a *Nemzeti Sport* mozgásterét is jelentősen beszűkült. Ezt jelzi, hogy március végén Bély Alajos, az Ifjúság Honvédelmi Nevelésének és Testnevelésének Országos Vezetője a magyar sporttársadalomtól „feltétlen és fenntartás nélküli fegyelmet” kért, ami a későbbi cikkek témaválasztásában is tükröződik. (*Nemzeti Sport* 1944. március 24.) Rövid idő alatt eltűntek a sport és a honvédelem viszonyát boncolgató, a sport és a magyar nép kapcsolatán merengő írások, helyüket ismét a rövid, egyszerű jelszavak vették át, de jelentős mértékben megnőtt a sporteseményekről minden különösebb magyarázat nélkül tudósító cikkek száma is. Változást idézett elő továbbá, hogy bár a *Nemzeti Sport* már a sportélet 1941-es átszervezésétől fogva hirdette az átalakítások grandiózusságát, valamint az „új magyar szellem”, az „új magyar embertípus” sikerre termettségét, „a sport mindig honvédelem” jegyében beharangozott harctéri diadaloknak azonban nyomuk sem volt, sőt az áldozatok száma a sportolók között is egyre növekedett, így a sportvezetésnek új eszköz után kellett néznie tevékenységének igazolásául. A lap több alkalommal *Bombázóporban sem hal meg a sport* rovatcímmel számolt be egyesületekről, melyeknek klubhelyiségét, esetleg tagjait is bombatalálat érte, ám heroikusan folytatták működésüket, a szerzők szerint példát mutatva ezzel a sporttársadalom számára. Az üzenet egyértelmű: a lap a sport révén a kitartást – lévén ez sporterény is – igyekezett propagálni, hirdetve, hogy amíg fennmarad a sportélet, a nemzet sem bukhat el. Ennek a felfogásnak egy jellemző eseménye, amikor egy szerző komoly kritikával illette a debreceni rendezőket, mert bombázásveszélyre való hivatkozással másfél órával később kezdődött egy labdarúgó mérkőzés.⁶

⁶ Lásd továbbá: „a sport lüktető élete, nemzetnevelő fontosságú szívdobogása nem hagyhat ki egy pillanatra sem. A múltkor is azt írtuk, most is csak azt mondhatjuk: bombázóporban sem hal meg a magyar sport!” (*Nemzeti Sport* 1944. április 30., május 16.)

Azzal párhuzamosan, ahogy front egyre közeledett, majd el is érte az országhatárt, a sportpályák is elnéptelenedtek, a sportesemények pedig fokozatosan ellehetetlenedtek, így a *Nemzeti Sport* szerkesztősége sem tudott már minőségi munkát folytatni. Bélydy még október elsején *Sportbajtársaim!* című cikkével kitartásra és fegyelmezett magatartásra szólította fel a sporttársadalom tagjait (*Nemzeti Sport* 1944. október 1.), ám ezt követően vizsgálatunk szempontjából értékelhető írással már nem találkoztunk, pusztán a különböző, helyel-közzel megrendezett sportversenyek eredményeinek felsorolásával.

1. táblázat

A „sport mindig honvédelem” előfordulásának gyakorisága a Nemzeti Sportban (egy megjelent lapszámra eső említések mennyisége vagyis említés/szám évenként)



A sportpropaganda hatásáról

A *Nemzeti Sport* cikkeinek tanulmányozásakor nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy – mint korábban már jeleztük – vizsgálatunknak komoly korlátai vannak. Míg ugyanis a lap szerzőinek és szerkesztőinek közlésre szánt gondolataiból kedvünkre szemezgethetünk, csupán kevés és nem feltétlenül megbízható információval rendelkezünk a hírek fogyasztóinak nézeteiről. Bár nem tudhatjuk pontosan, milyen hatást fejtett ki a „sport mindig honvédelem” propagandahadjárat, ám van egy forrás, amelynek alapján módunkban áll hipotézisszerű állításokat megfogalmazni.

A *Nemzeti Sport* viszonylag gyakran közölt olvasói leveleket, olykor pályázatot is indított egy-egy témában. Ezeknek köszönhetően valamelyest közelebb juthatunk annak érzékeléséhez, hogy kik és hogyan is olvasták a lapot. 1942 nyarán indult *Az olvasó három kívánsága* című rovat, melyben az olvasóközönség leveleiből közöltek néhányat. Ezek a levelek különösen érdekesnek bizonyulhatnak annak fényében, hogy pontosan a jelszó történetének legextenzívebb időszakáról kaphatunk általuk képet.⁷ Felmerülhet persze a lehetősége annak, hogy valójában nem az olvasóktól érkezett írásokról, tehát igazi olvasói levelekről, hanem a szerkesztőségben előállított szövegekről van szó. Úgy vélem azonban, hogy a témaválasztás

⁷ A rovat cikkeit lásd: *Nemzeti Sport* 1942. július 27, augusztus 3., augusztus 9., augusztus 11., augusztus 18., augusztus 24., illetve szeptember 22.

és a szóhasználat esetlensége sokkal inkább utal a levelek valódiságára, mint tervszerűen előállított szövegekre, ál-levelekre. Utóbbi céljainak egyébként is aligha felelhetnek meg a szövegek, ha figyelembe vesszük, hogy sok esetben a legkevésbé sem a figyelem középpontjában álló hasábkokban szorítottak helyet nekik.

A leveleket általában tanárok, katonatisztek, középiskolás diákok, egyetemi hallgatók, mérnökök írták, témájuk pedig a legtöbb esetben az él- és tömegsport viszonyainak javítása volt. Sokan kiemelték, mennyire fontosnak tartják az iskolai testnevelés fejlesztését, míg mások a Nemzeti Stadion felépítését sürgették, esetleg a tömegsport finanszírozási problémáira próbáltak – nem túlságosan realiztikus – megoldásokat találni. A rovat azonban nem pusztán az olvasói javaslatok miatt érdemel figyelmet, hanem mert rendkívül gyakran találkozunk a „sport mindig honvédelem” jelszóval, mégpedig igencsak eltérő tervekhez kapcsolódva. Lényegében az derül ki a levelekből, hogy a sportvezetés az 1942-es év első felében megindult plakát- és cikksorozattal jelentősrészt elérte a célját: a „sport mindig honvédelem” jelszó univerzális eszközként szolgált bármilyen témára alkalmazva, bármilyen érvelés alátámasztására. Az olvasói levek szerzői erre a jelszóra hivatkozva követelték a sportolók utazási költségeinek csökkentését, minden falu számára sporttelep létesítését, a „magyar sport becsületrendjének” megalapítását, „fellépést a magyar ifjúság sportellenes vezetői ellen”, valamint a „sportolókat legyengítő” gőzfürdőzéstől való eltiltást is. (*Nemzeti Sport* 1942. július 27., augusztus 3., szeptember 22.)

Úgy tűnik tehát, hogy a sportpropaganda nem volt teljesen hatástalan, de azt is látni kell, hogy azok az olvasók, akik fontosnak érezték gondolataikat megosztani a sporttársadalommal, illetve olvasótársaikkal, nem feltétlenül értették a jelszó tartalmát, inkább saját véleményüket igyekeztek ráhúzni a nagyjából adott sémára, vagyis valamiképpen összekapcsolni egyéni sportfejlesztési elképzeléseiket a honvédelmi célkitűzésekkel. Ezek a próbálkozások azonban nem egy esetben furcsa eredményre vezettek, de a jelszó lelkesítő ereje, az olvasók tettekészsége ennek ellenére is átszűrődik az olvasói leveleken. Nem állíthatjuk tehát, hogy a *Nemzeti Sport* 1942-ben gőzerőre kapcsoló kampánya ne lett volna valamiféle hatással a sporttársadalom tagjaira, ám tartalmának értelmezése már sokkal változatosabb volt, mint azt előzetesen gondolhattuk volna, illetve ahogy a propaganda irányítói szánhatták.

Összefoglalás

A „sport mindig honvédelem” jelszó kezdeti formájának létrejöttében komoly szerepet játszott Kárpátalja 1939. márciusi birtokba vétele, mely a kortársak számára sokkal inkább tűnhetett önálló katonai akciónak, mint az előző évi, nagyhatalmi döntőbíráskodás mellett elért határmódosításnak. Ez a diadalittas felfogás figyelhető meg a *Nemzeti Sport* 1939 tavaszán íródott – még meglehetősen szórványosan előforduló – cikkeiben is, melyek első alkalommal teremtenek közvetlen kapcsolatot a sport és a honvédelem között. A második világháború kitörésével megváltozott a lap felfogása. A korábbi optimista hangvételű írások helyét átvették a magyar társadalom és honvédség testedzési hiányosságait taglaló, valamint a helyzetre megoldást kereső szövegek. Ezzel párhuzamosan a vizsgált fogalmak előfordulásának gyakorisága a korábbinak a négyszeresére, átlagosan tizenkét számonkénti említésre emelkedett, mely 1941-ig, a sportélet átszervezéséig stagnált, 1940-ben kis mértékben még csökkent is (lásd 1. táblázat). Kezdetben a „honvédelmi sport” még nem jelszóként funkcionált, ám a szókapcsolat már előrevetíti a későbbi tendenciát: megfigyelhető, hogy a szerkezetből a „honvédelmi” tag egyre inkább elveszti valós jelentését. Az OSK megalakulásáig a sport és a honvédelem nagyjából szimbiotikus együttélése megmaradt, ám a *Nemzeti Sport* szerzői is egyre sürgetőbbnek találták a társadalom felkészítését az esetleges háborúba lépésre.

Hogy az OSK létrejöttében mekkora szerepet játszott a Szovjetunió egy hónappal korábbi megtámadása, arról a *Nemzeti Sport* írásai alapján nem lehet nyilatkozni, ám annyi

bizonyos, hogy 1941 augusztusától változás állt be a sportújság hadi, illetve sportpropagandája terén. Megjelent, majd villámgyorsan mindennapossá vált „a sport mindig honvédelem” jelszó használata, melynek programszerű terjesztését a minden más időszaknál jóval gyakoribb megjelenése is alátámasztja.⁸ 1943 elejére a tétel a lapokban megkérdőjelezhetetlen dogmává szilárdult, melynek állandó hangoztatására nem volt többé szükség. Ennek köszönhető, hogy az előfordulási értékek az 1941-es év második feléhez hasonlatos szintre estek vissza, ám a cikkek hossza jelentősen, mintegy duplájára módosult, vagyis a jelszó értelmezése került a középpontba. Ugyan az arányok a német megszállást követően sem változtak jelentősen, az írások lerövidültek, és olykor kifejezetten semmitmondóvá váltak. Ekkor a „sport mindig honvédelem” már inkább csak megszokásból, a szöveg zárásaként odaillesztett elemmé vált valós tartalmi egység helyett, a sporterények között pedig a „kitartás” vette át a központi szerepet a korábban idealizált, erőből duzzadó, daliás katona-sportoló alakjával szemben.

A propagandahadjárat – amennyire képesek lehetünk megítélni – az olvasók gondolkodására is hatással volt, ám nem teljesen a sportvezetés sugallta, lovagias, fegyelmezett, önfeláldozásra kész, vitéz katona képének megfelelően. Az olvasói levelekből következően, a cikkek fogyasztói leginkább azt érzékelték az új irányvonalból, hogy a „sport mindig honvédelem” minden problémára egyformán jól alkalmazható megoldásként funkcionál, így azt saját szemléletük szerint foglalták a leveleik szövegébe. Ennek ellenére az Országos Sport Központ abból a szempontból kétségtelenül elérte célját, hogy a jelszó révén azonosulási lehetőséget biztosított az olvasóközönség számára, mellyel egy irányba terelte a sporttársadalomban jelen lévő nézeteket és vélekedéseket a sport hazafias felhasználásával kapcsolatosan.

⁸ 1942 folyamán 4,5 számonként, vagyis hetente jelent meg cikk a sport honvédelmi jelentőségéről.

IRODALOM

- Hadas Miklós – Karády Viktor (1995) Futball és társadalmi identitás. Adalékok a magyar futball társadalmi jelentéstartalmának történeti vizsgálatához. *Replika*, 17–18. 89–119. http://www.replika.hu/system/files/archivum/replika_17-18-05_hadas_-_karady.pdf
- Izsák Anikó-Borbála (2014) Éheznek? Fázik? Egyen csokoládét, öblítsen Diana sósborszesszel! *A Népszavában* megjelent hirdetések 1907 és 1932 között. *Médiakutató*, 2014/3. 51–64. https://mediakutato.hu/cikk/2014_03_osz/04_nepszava_hirdetes_osztalyharc_fogyasztoi_tarsadalom.pdf
- Klebelsberg Kuno (1931) *Világválságban*. Budapest, Athenaeum.
- Nemzeti Munkaterv* (1932) Budapest, Állami Nyomda.
- Sarussi Kiss Béla – Szegedi Péter (2004) „Zsidómentesen, újjászületve...” Őrségváltás a magyar labdarúgásban (1939–1944). *Múlt és Jövő*, 2004/3. 77–96. http://www.multesjovo.hu/en/aitdownloadablefiles/download/aitfile/aitfile_id/750/
- Sipos Balázs (2011) *Sajtó és hatalom a Horthy-korszakban. Politika- és társadalomtörténeti vázlat*. Budapest, Argumentum.
- Szakál Gyula (2006) „Az álmok és az új életmód árusítása”. Reklámok és a fogyasztói magatartás változása Győrben 1890 és 1940 között. In: Hudi József (2006szerk.) *A fogyasztás társadalomtörténete*. Budapest, Hajnal István Kör Társadalomtörténeti Egyesület. 237–255.
- Szegedi Péter (2011) A futballmező. Kísérlet az 1945 előtti labdarúgószféra történeti-szociológiai modellezésére. *Sic Itur ad Astra*, 62. 123–141. http://www.szegedi.in/publi/tanulmanyok/2011_62_sicitudastra_futballmezo.pdf
- Szegedi Péter (2014) *Riválisok. Debrecen futballtársadalma a 20. század első felében*. Budapest, Korall.
- Szikora Katalin (2012) Az első magyar testnevelési (sport) törvény megszületésének körülményei. *Hadtörténelmi Közlemények*, 2012/2. 531–541. http://epa.oszk.hu/00000/00018/00025/pdf/EPA00018_hadtortenelmi_2012_2_531-541.pdf
- Vonyó József (2014) A magyarországi fajvédők és a sport. In: Antal Gábor et. al. (2014szerk.) *Hindu istenek, szíami tigrisek. Balogh András 70 éves*. Budapest, ELTE Új- és Jelenkori Egyetemes Történeti Tanszék. 547–557.
- Zeidler Miklós (2012) *A labdaháztól a Népstadionig. Sportélet Pesten és Budán a 18–20. században*. Pozsony, Kaligram.
- Zemplényi Imre (1933) A magyar sportpolitika alapelvei. *Testnevelés*, 1933/6. 621–630.

ROBOTTAL BESZÉLGETNI?

A chatbottal való kommunikáció elfogadásának tényezői különös tekintettel az érzelmekre

Kenesei Zsófia – Bognár Fanni

zsofia.kenesei@uni-corvinus.hu – fanni.bognar5@gmail.com

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.67

Absztrakt

Az elmúlt évek egyik leggyorsabban fejlődő vállalati kommunikációs platformja a chatbotok alkalmazása. A chatbotok sok más funkció mellett alkalmasak a vevők automatizált, sokszor mélytanuló rendszereken alapuló informálására, a vevőszolgálati funkciók ellátására, vagy akár az értékesítésre is. A kutatás arra keresi a választ, hogy milyen tényezők segítik a fogyasztókat a chatbotokkal való kommunikáció elfogadásában, és hogy miként reagálnak a chatbotok által kifejezett érzelmekre. Ennek megállapítására a szerzők két eltérő érzelmi töltetű saját chatbotot fejlesztettek, majd ezeknek a használatát figyelték meg mélyinterjúkkal kiegészítve. A kutatás eredményei rámutatnak, hogy noha az interjúalanyok eltérő érzelmi intenzitással reagálnak a kétféle chatbotra, elsősorban mégis inkább az határozza meg az elfogadást, hogy ők maguk mennyire nyitottak a chatbottal való érzelmi töltetű kommunikációra.

Kulcsszavak

chatbot, mesterséges intelligencia, érzelmelek, technológia-elfogadás

TALKING TO A ROBOT?

Emotional Aspects of Accepting Chatbot Communication

Zsófia Kenesei – Fanni Bognár

Abstract

Chatbots are one of the fastest growing new communication tools between companies and customers. They are based on automated answers with the help of machine learning and used in customer service, information service or even in selling. Our research investigates the factors that help customers to accept this type of communication and attempts to explore the role of emotions in this communication. In order to answer these questions two types of self-developed chatbot were used, one with emotions and one neutral. Customers were observed during the use of the chatbots and in-depth interviews were conducted. Results show that it is primarily not the emotions of the chatbot that helps the acceptance but the customer's openness to the chatbot's emotions.

Keywords

chatbots, artificial intelligence, emotions, technology acceptance

ROBOTTAL BESZÉLGETNI?

A chatbottal való kommunikáció elfogadásának tényezői különös tekintettel az érzelmekre

Kenesei Zsófia – Bognár Fanni

Bevezetés

Napjainkban az élet egyre több területén a digitális világ felé mozdulunk el, egyre szélesebb körben terjednek el a különböző okoseszközök, a mobiltelefonunk, óránk mellett már a hűtőnk és az autónk is okos. Nem csoda tehát, hogy már az egyik legősibb, legalapvetőbb emberi kapcsolatteremtési mód, a beszélgetés is egyre inkább digitális platformra terelődik, sőt, ezen a téren mára már a mesterséges intelligencia és robotok is helyet kapnak. A technológiai újdonságok közé tartozik a kutatás középpontjában álló chatbotok megjelenése is, amely csevegő robotok az üzleti kommunikációban az emberi beszélgetőpartnert helyettesítik.

A téma relevanciáját erősíti, hogy évről évre növekszik a chatbotok száma, illetve az üzleti célú chatbotok által generált forgalom. A Statista (2019) kimutatása szerint 2017-ben a chatbot piac bevétele 370 millió dollár volt, míg 2024-re ez a szám 2,17 mrd dollár lesz. Egyre jelentősebb szerepet kapnak az üzleti kommunikációban, sőt egyes vélemények szerint a közeli jövőben megkerülhetetlenné fog válni az alkalmazásuk a vállalatok számára (Gartner 2018). Ezt a tényt erősíti az a felmérés, amely alapján 2018-ban az amerikai lakosok 37%-a kommunikált már chatbottal, és közülük 72% hasznosnak és informatívnak találta a technológiát (Statista 2018).

A vevőkkel való kapcsolattartás automatizálása és mesterséges intelligenciával való támogatása kevésbé kutatott terület, jóllehet a bemutatott trendek alapján az üzleti életben rohamos ezen eszközök fejlődése. Bár a megcélzott fogyasztók nyitottak a kommunikáció e formájára, számtalan kérdés merül fel a chatbotokkal való kommunikációs sémák kialakítása, és a fogyasztói elfogadás elősegítése terén. A chatbotok világa egyelőre kevésbé feltérképezett, a chatbotok és az érzelmelek kapcsolatát pedig ennél is kevesebben kutatták. A kérdés, hogy miként reagálnak az emberek egy chatbotra, kiváltképp akkor, ha az még érzelmelek is kifejez, egy olyan kutatási téma, amelyet e cikk középpontjába helyeztünk. A téma újszerűségét adja az a tény is, hogy Magyarországon csak mostanában kezdtek elterjedni a chatbotok (Lemák 2017). A cikk szerzői kísérletet tesznek arra, hogy olyan eredményekkel szolgáljanak, amellyel mélyebben megérthető a chatbot használata során keletkező felhasználói élmény, a felhasználók mögöttes motivációi, megfontolásai, az értékelés és elfogadás sarkalatos pontjai.

A kutatás alapvetően az üzleti kommunikáció, azon belül is a termékek és szolgáltatások „ember-ember” típusú kommunikációjának „ember-robot” típusú kommunikációs formára történő átformálásának lehetőségeit, kihívásait elemzi. A szakirodalmi összefoglalóban ennek megfelelően a chatbotok és a kapcsolódó kutatások bemutatása után megvizsgáljuk, hogy a hagyományos „ember-ember” kommunikációban hogyan jelenik meg az érzelmi dimenzió, illetve ez hogyan módosul a technológia-alapú kommunikáció során. A kutatás módszertanát és eredményeit bemutató szakasz után a gyakorlati vonatkozások összegyűjtése és a kutatás jövőbeli kiterjesztési lehetőségei kapnak helyet.

A chatbotok

Az önkiszolgáló technológiák egy feltörekvően lévő sajátos formája a chatbot, amely a személyes kiszolgálás és az automatizáció, a technológia előnyeit ötvözi: egy olyan interaktív program, amely az emberi kommunikációt emberi beavatkozás nélkül imitálja. Elsősorban szöveges párbeszédet tudunk vele folytatni egy chat felületen keresztül, kommunikációja előre megírt forgatókönyveken, szabályokon, illetve mesterséges intelligencián alapul (Følstad–Brandtzaeg 2017). Noha a chatbotokat jelen cikkben az üzleti célú kommunikáció (elsősorban vevőszolgálat, információ-szolgáltatás, értékesítés) szempontjából vizsgáljuk, meg kell említeni, hogy alkalmazásuk sok egyéb területen is lehetséges. Ilyenek például a pusztán csak társalgási célú chatbotok (*social bots*: Ferrara et al. 2016), vagy az oktatás során használt chatbotok (Winkler–Söllner 2018), de akár a munkahelyi légkör javítására és hatékonyság növelésére is alkalmazhatóak (Kocielnik et al. 2018).

A chatbot technológiák a 60-as években jelentek meg, a 80-as évektől a felhasználói felületek kialakítására is hatást gyakoroltak, napjainkban pedig egyre egyszerűbbé válik a fejlesztésük. Mára Magyarországot is elérte ez a hullám, és bár hazánkban még kevés az érintett szektorok száma, 2018 végére közel 1500 magyar nyelvű chatbot volt elérhető a piacon, és ez a szám dinamikusan növekszik (Kriston 2018).

A chatbotok lehetnek hagyományos szöveges chat-lehetőséget felkínáló, illetve hang alapú botok. A szöveges chatbotoknak is alapvetően két típusa van, amelyek azonban inkább egy spektrumot képviselnek: az egyik lehetőség, amelyet a napjainkban elérhető chatbotok nagy része alkalmaz, a felhasználó számára szövegbuborékokban felkínált választási lehetőségeken keresztüli kommunikációra épül (logikai ösvényt követő flow chatbot). A másik, egyelőre ritkábban alkalmazott típus a tisztán mesterséges intelligencián alapuló mélytanuló rendszerek, amelyek teljesen szabad beszélgetést tesznek lehetővé (Serban et al. 2017). A kettő alaptípus hibrid használatát az jellemzi, hogy az előre megadott válaszok mellett korlátozottan szabadkézi szövegbevitelre is van lehetőség.

Egyre több vállalat tapasztalja azt a tendenciát, hogy mára az embereknek sem ideje, sem elkötelezettsége sincs arra, hogy újabb és újabb applikációkat telepítsen fel, felhasználói profilt hozzon létre és megtanulja, hogyan kell őket használni (Brandtzaeg–Følstad 2017). A chatbotok használata ezzel szemben jóval gyorsabb és egyszerűbb: minden típusú chatbot felülete ugyanazon az egyszerű beszélgetés sémán alapszik, így az első chat alkalmazás kiismerését követően nem igényel további tanulást. A chatbotok sikere egyszerű használatuk mellett abban rejlik, hogy az emberek nagy része sokkal jobban szereti a chatelést, mint bármilyen más mobil alkalmazáson keresztüli interakciót. Ez nem meglepő, hiszen az emberi természet része a beszélgetésre való hajlam, így a chatbotok egyszerű és intuitív beszélgető felülete révén nagyban javítható az átfogó mobil felhasználói élmény (Jenkins et al. 2007).

A közösségi média napjainkra az egész világon teljesen átalakította az egyének közti kommunikációt és interakciót, és a mindennapi élet szerves részévé vált, kihat a kapcsolattartási formákra, szokásokra is, így nem meglepő, hogy a chatbotok egy része is ezeken a felü-

leteken jelenik meg. A legtöbb chatbot azonnal hozzáfér a felhasználó közösségi profiljához is, amely segítségével rögtön személyre tudja szabni az információkat.

Chatelni szereteteinkkel, barátainkkal szoktunk, ez a beszélgetés szórakoztató és informális módja, ezzel szemben a chatbotok számítógépek, és még a legintelligensebbek többsége is csak előre programozott válaszokat tud adni. Az emberek természetes módon, önkéntelenül is emberi jellemzőkkel ruházzák fel a chatbotot, egy személyiséget társítanak hozzá. Ez az antropomorfizmus jelensége: a nem emberi dolgok emberi jellemzőkkel, érzésekkel, szándékokkal való ellátása (Araujo 2018).

A személyközi percepció, azaz a másik személyére vonatkozó észleléseink kutatása hosszú múltra tekint vissza (Csepeli 2001), amelynek egy viszonylag új dimenzióját adja az ember-gép kapcsolatának kutatása. Mind a fejlesztőkben, mind a kutatókban felmerült a kérdés, hogy vajon mennyire kell ember-szerűnek lennie egy robotnak, mennyire kell tudni meggyőzni a kommunikáció során a másik felet arról, hogy valójában nem géppel, hanem emberrel beszélget. Ennek mérésére Alan Turing már 1950-ben kifejlesztett egy tesztet, amelyet azonban mind a mai napig nem tudott egyetlen virtuális csevegő asszisztens vagy chatbot sem sikeresen elvégezni. A chatbotok emberszerűsége egy másik szempontból is izgalmas kutatási témává vált, ez pedig az „uncanny valley” jelensége (szó szerint fordításban „háborzongató völgy”), ami arra utal, hogy a mesterséges intelligencia fizikai megjelenése során, ha megtévesztően hasonlít egy emberre (akár kinézetben, akár hang alapján), az már sokszor rémisztő az embereknek (Ciechanowski et al. 2019). Hasonló eredményre jutottak Mende és szerzőtársai (2019), amely szerint az ember-kinézetű robot nagyobb ellenkezést vált ki a vevőkben egy étermi kontextusban, mint a robot-szerű robot.

Az emberszerűségtől függetlenül a chatbotok robot létükre ironikus módon személyre szabott élményt, emberihez hasonló beszélgetést tesznek lehetővé, például a felhasználót névén szólítva vagy vásárlási előzményei alapján releváns termékeket kínálva (Boros 2017). Ezáltal sok esetben növelhetik a vevői elégedettséget és bevonódást, valamint a vállalat számára időt és pénzt takarítanak meg (Radziwill–Benton 2017).

Az érzelmek szerepe a szolgáltatásélményben

A humán tényező szerepe, a találkozás és a kommunikáció élménye a vevő és a vállalat képviselője között kiemelkedően fontos mind a szolgáltatások, mind a termékek értékesítése esetében. Nem véletlen, hogy éppen ezeken a területeken kísérleteznek a vállalatok a chatbotok alkalmazásával, hiszen ennek segítségével egyrészt erőforrást takaríthatnak meg, másrészt növelhetik a felhasználói élményt (Xu et al. 2017).

Mind a szolgáltatások, mind a kereskedelem területén a vevői minőségészlelés és elégedettség kialakítása szempontjából meghatározó tényező az a mód, ahogy a vevőt kiszolgáló alkalmazott kommunikál. Korábbi kutatások hosszú ideig nem vették figyelembe az érzelmek szerepét a kommunikáció során, mivel azt feltételezték, hogy a minőség és elégedettség főként kognitív alapokon nyugszik (Liljander–Strandvik 1997). Azóta azonban egyre több kutatás bizonyította, hogy a teljesítés értékelésekor az egyén a szubjektív érzelmi reakcióit (érzések és érzelmek) is figyelembe veszi a racionális értékelési szempontok mellett, ez pedig életre hívta az érzelmi dimenzió vizsgálatát is (Burns–Neisner 2006).

Az érzelmek kifejezésének hatása

A fogyasztó által a szolgáltatási élmény során kifejezett különböző típusú érzelmek fontos információt hordoznak arról, hogy hogyan fogja értékelni magát az élményt és a teljes kapcsolat minőségét, sőt, a kognitív értékelésnél jobb előrejelzőként működnek (Wong 2004). A

pozitív érzelmi állapotban lévő fogyasztók magasabbra értékelik a szolgáltatás minőségét, így a szolgáltató érdekében áll, hogy a kommunikáció során odafigyeljen vevői érzelmi állapotának befolyásolására. Az érzelmek használata a szervezetekben tehát potenciális eszközként szolgál, mert a szolgáltatói oldalról kifejezett érzelmek meg tudják változtatni a fogyasztók hangulatát, és így befolyásolhatják a fogyasztók szolgáltatóval szembeni attitűdjét (Lin–Liang 2011).

A fogyasztók érzelmeit, így pedig a szolgáltatási élményt a szolgáltatást teljesítő személy kommunikációja közvetlenül befolyásolja (McCull-Kennedy et al. 2009). A kiszolgálás során a személyzet által kifejezett pozitív érzelmek pozitív hatással vannak a fogyasztók érzéseire. Ezt a jelenséget az érzelemátvitel (*emotional contagion*) jelensége magyarázza: egy egyén által kifejezett pozitív vagy negatív érzelmekkel való találkozás a megfigyelő érzelmi állapotában hasonló változást okozhat. Ez egy tendencia arra, hogy az egyén automatikusan lemásolja és hozzá igazítsa az arckifejezéseit, hanghordozását, testtartását és mozdulatait egy másik egyénéhez, vagyis önkéntelenül érzelmileg konvergáljon hozzá. Az érzelemátvitel jelensége megfigyelhető a szolgáltatási események során is (Pugh 2001).

Míg az érzelemátvitel egy pszichológiai jelenség, az érzelmek és a személyzet kapcsolatának van egy társadalmi aspektusa is. Parkinson (1996), valamint Ashforth és Humphrey (1993) korábbi kutatásokra támaszkodva rámutattak, hogy a fogyasztók a társadalmi normák, kulturális előírások, szokások és tanultak révén előzetesen kialakított elvárásokkal rendelkeznek a szolgáltatás során megnyilvánuló érzelmek kapcsán. Ha például a kiszolgáló személyzet kedvesen viselkedik velünk, társadalmilag nem elfogadott gorombának lennünk, hiszen az illem azt diktálja, hogy a kedvességet mi is viszonzozzuk, de legalábbis ne legyünk ellenségesek (Kenesei–Kolos 2016).

Az alkalmazottak nemcsak a szolgáltatási folyamatban játszanak kulcsszerepet, hanem az egész vállalat megítélésében is. Éppen ezért fontos, hogy a vállalatok megtanítsák a szolgáltatást végző munkatársakat az érzelmek megfelelő kifejezésére. Totterdell és Holman (2003) számos forrás tanulmányozása után arra jutott, hogy az a mód, ahogyan az alkalmazottak az érzéseiket menedzselik és kifejezik, befolyásolhatja a fogyasztókkal való kommunikáció hatékonyságát, ezáltal pedig fontos szerepet játszik a lojalitás kialakulását és a továbbajánlást-szajreklámot illetően.

A kiszolgálás során a személyzet és technológia szerepét kutató cikkében Froehle (2006) kifejtette, hogy mivel korábban a fogyasztókkal való kapcsolatot egyedül a fogyasztó fizikai jelenléte jelentette, így a kutatások is a szemtől-szembeni interakciókra fókuszáltak. Ám ahogy az egyre fejlettebb kommunikációs technológiáktól való függés nő, a fizikai jelenlétre korlátozott kapcsolatot a virtuális jelenléttel érdemes kiegészíteni.

Leon és Nikov (2010) az érzelem-orientált e-kereskedelem vizsgálatakor korábbi kutatások alapján abból indult ki, hogy a fogyasztók érző lények, és az érzések befolyásolják a kognitív folyamataikat, így az e-vásárlási szokásaikat és a vásárlási döntésüket is. Érdemes tehát különbséget tenni a közérzet és a vásárlással kapcsolatos érzések között. Mivel az emberek látás, hallás és tapintás révén próbálják észlelni mások érzéseit, az érzések és az észlelés szoros kapcsolatban állnak egymással. Az érzelmeknek kiemelkedő szerepe van a figyelem megragadásában is, az érzelmi töltetű ingerekre például jobban emlékszünk, mint az érzelemmentes eseményekre (Brave–Nass 2003).

Mivel sok tényező befolyásolhatja az online térben tapasztalt érzéseket, fontos, hogy ezen fogyasztói érzéseket azonosítani is tudjuk. Az érzelmi reakciók online térben való mérésének több módja is létezik, ilyen például az egér (vagy érintőképernyő esetében az ujjunk) mozgásának sebessége, a kattintások, gépelés üteme-sebessége (Leon–Nikov 2010).

Chatbotok és érzelem

Az első kezdetleges chatbot, az ELIZA kulcsszavak felismerésével, a pillanatnyi nyelvi kontextus elemzésével választotta ki a megfelelő válaszreakciót a párbeszédben, a mai legfejlettebb chatbotok egy része azonban már képes tanulni is, beszélgetőtársukat megismerve alkalmazkodni annak érzelmi állapotához (Hu et al. 2018).

Az érzelmek szerepe a kötődés, elköteleződés kialakításában is fontos, sok nagyszerű termék az érzelmeken keresztül alakít ki szoros kapcsolatot a fogyasztójával. Másrésről az is bizonyított, hogy az innovációk elfogadásának fontos eleme, hogy a fogyasztó milyen érzelmi állapotba kerül a kipróbálás után (Wood–Moreau 2006). A chatbotok emberi tulajdonságokkal való felruházása tehát kiemelkedő jelentőségű lehet, ennek pedig egyik legjobb eszköze a robotok általi érzelmkifejezés.

Ahogy az korábban is elhangzott, az érzelmek legtöbbször mások érzelmein alapulnak, az érzelemátvitel jelensége az érzelmek jelentős kiváltója. A felhasználói felületekre vonatkoztatva ez azt jelenti, hogy a képernyőn látottak is befolyásolják a felhasználók érzéseit, a felületek érzelmmegjelenítése is ragályos lehet: egy izgatott online karakter az egyént is izgatottabbá teheti. Egy weboldal elfogadásában nagy szerepet játszik az oldalra adott érzelmi reakció. Az érzelmek online térben való kifejezésének egyik hatásos módja az írásos nyelv, amely a használt szavak-kifejezések mellett a betűk színén, méretén, formáján keresztül is képes kommunikálni, illetve az írásos érzelmkifejezés eszköze lehet az emotikon is (Leon–Nikov 2010).

Tatai és társai (2003) egy böngésző felületbe beépített, mesterséges intelligencián alapuló, animáción keresztül emberi arckifejezések és érzelmi reakciók megjelenítésére képes chatbotot vizsgáló tanulmányában az érzelmi technológia (affective computing) fogalmára támaszkodik, amelynek lényege, hogy a felület szándékosan befolyásolni próbálja a felhasználói érzelmeket. Tataiék prototípusa a felhasználó által begépelte szavak és kontextus alapján következtet az érzelmekekre, és próbál alkalmazkodni hozzájuk egy adatbázis segítségével. A kutatási eredmények alapján egy ilyen kommunikációs partnert a fogyasztók szórakoztatóbbnak, élettelibbnek, meggyőzőbbnek tartanak. A személyiségjegyekkel felruházott intelligens chatbot mélyebb bevonódást és szórakoztatóbb beszélgetéseket eredményezhet a fogyasztók oldaláról. Hasonló eredményre jutott Jenkins és szerzőtársai (2007), amikor egy vevőszolgálatban alkalmazott chatbot-teszt során arra a megállapításra jutottak, hogy a vevők elvárása az, hogy a chatbotnak az emberhez hasonlóan „emberszerűen” kell kommunikálnia.

Nem közömbös azonban a fogyasztóra gyakorolt hatás szempontjából az sem, hogy az intelligens csevegő partner által kifejezett érzelmek mire irányulnak. Brave és társai (2005) kutatásukban egy blackjack játszmat szimuláltak egy személytelen dealer, egy megszemélyesített chatbot és a kutatási alany részvételével. A chatbot az adott kör eredménye alapján kommentálta a saját maga vagy az alany teljesítményét, érzelmek megjelenítése mellett vagy anélkül (közömbös stílusban). Megfigyelték, hogy a chatbot saját magával kapcsolatos, én-orientált érzelmkifejezése (*ő maga* nyert vagy veszített az adott körben) minimális hatással volt a fogyasztó reakcióira. Ugyanakkor, ha az érzelem a másokra irányult, mással kapcsolatos (empátia – a chatbot érzelmeket kifejező megnyilvánulása az *alany* győzelméről vagy veszteséről), mind a kedvelésre és bizalomra, mind pedig az észlelt törődésre és támogatásra is jelentős pozitív hatással volt.

Ahogy a legtöbb szolgáltatásnál, úgy a chatbotok esetében is jelentős az érzelmek elégedettségre való hatása. Radziwill és Benton (2017) összegyűjtötték a chatbotokkal való elégedettség minőségbeli tényezőit. Az érzelmekkel kapcsolatos minőségbeli szempontok között szerepel például a kedves köszöntés és a személyiség megjelenítése, az érzelmi töltet hangsúllyal és kifejezésekkel való biztosítása, a hitelesség és a feladatok szórakoztatóvá, érdekessé

tétele. A szerzőpáros eredményéből kiemelendő egy Facebook chatbottal (Joy) való kommunikáció példája, ahol az emberek jól érezték magukat az interakcióban, és függetlenül attól, hogy egy robottal beszélgettek, működött az érzelemátvitel jelensége, ami például abban mutatkozott meg, hogy az emojikra mosollyal válaszoltak.

Az elfogadást és elégedettséget befolyásoló design és a kommunikációs felület kialakításának szerves részét képezi az érzelemmegjelenítés kérdése is. A technológián keresztüli kommunikációs sajátosságokra kitérve Froehle (2006) cikkében megemlíti, hogy bár a különböző médiatípusok nem egyformán gazdag kommunikációra adnak lehetőséget, a kevésbé kifejező médiafelületeket is lehet gazdagabb formában használni, például egy egyszerű szöveges üzenetben emojik használatával (így növelve az észlelt élvezet faktort).

Empirikus kutatás

Amint azt az előző fejezetben bemutattuk, az érzelmek szerepe kiemelkedő jelentőségű a fogyasztói elégedettség tekintetében. Az érzelemátvitel jelensége nemcsak az emberek közötti interakcióban fedezhető fel, hanem a felhasználói felületek érzelemmegjelenítése is lehet rágalys, a képernyőn látottak is befolyásolják a felhasználók érzéseit. Felmerül a kérdés, hogy hogyan működik mindez a chatbotok esetében, vajon érvényesülnek-e a korábbi kutatások során más technológiai felületeken tapasztaltak.

Kutatásunk központi kérdése, hogy hogyan jelenik meg az érzelmi dimenzió a chatboton keresztül történő párbeszédben, vásárlási folyamatban, és hogyan hat mindez az értékelésre. Szeretnénk megtudni, hogy az egyes elfogadást befolyásoló tényezők mögött milyen fogyasztói megfontolások, motivációk, mélyebb indokok húzódnak meg. Arra is kíváncsiak vagyunk, hogy melyek a kritikus pontok a chatbot elfogadásában, illetve melyek a legfőbb gátló tényezők.

A kutatás módszertana

Kutatásunk módszerül a fogyasztói etnográfiaát választottuk, amely egy megfigyelésen alapuló kvalitatív módszertan, interjúkkal kiegészítve. A kutatás passzív megfigyeléssel indul, amelyet egy aktív, kérdezős technikát alkalmazó szakasz követ. A passzív szakaszban a kutató nem avatkozik közbe, ám gyakran alkalmazza a „speech in action” technikát, azaz arra kéri a megfigyelés alanyát, hogy kommentálja, amit csinál, gondolkodjon hangosan. Az etnográfia előnye, hogy nem a válaszadók utólagos beszámolóira épít, hanem a konkrét fogyasztói viselkedésre, az adott pillanatban megtapasztaltakra, ezáltal pontosabb képet adhat a fogyasztók véleményéről (Nógrádi-Szabó 2017).

Esetünkben gyakorlatilag egy elkísért bevásárlásról beszélhetünk, ám a kutatás sajátossága, hogy a vásárlás online térben, egy chatbottal folytatott párbeszédén keresztül valósult meg. A megfigyelés során alanyaink egy általunk létrehozott chatbot prototípust teszteltek, ún. felhasználói teszt (usability testing) keretében (Dumas–Redish 1993; Kaikkonen et al. 2005). A vásárlás azonban szcenáriókon alapult: kétféle, egy érzelmes és egy érzelemmentes chatbot szimulációt használtunk a kutatásban, amelyben a megfigyelés tárgya részben az általunk befolyásolt kísérleti hatás.

A chatbotos szimulációt egy chatbotkészítő webalkalmazás, a Chatfuel segítségével hoztuk létre. Az ezen a fórumon létrehozott chatbotok a Facebook Messenger felületén keresztül működnek. A kétféle chatbot prototípus (érzelemkifejező és érzelemmentes) megalkotása előtt megterveztünk egy vásárlási szituációt (csomagfeladás futárszolgálattal), és felépítettük a chat-párbeszéd (forgatókönyv) lépéseit. A konkrét szolgáltatás kiválasztását az indokolta, hogy szeretnénk volna egy a fogyasztók számára általában közömbös szituációt te-

remteni, amelyben elég egyszerű a vásárlási folyamat ahhoz, hogy egy logikai ugrásokon alapuló chatboton keresztül lefolytatható legyen, ám mégis valamennyire összetett és több lépésből áll, hogy ne legyen túl rövid az interakció a chatbot és a tesztelő között.

A két szimuláció csak az érzelmek megjelenítésében különbözött egymástól (emojik, vicces képek, GIF-ek, töltelékmondatok, barátságosabb hangnem, chatbot „profilképe”), tartalmilag és a lépések számát, menetét, logikáját illetően azonosak. Hogy minél életszerűbb legyen, a szimulációkba kis szüneteket és gépelés jeleket is építettünk a chatbot válaszai közé. A kétféle chatbottal folytatott beszélgetés egy-egy részlete az 1. ábrán látható.

1. ábra

*Az érzelemmentes és érzelemkifejező válaszok közti különbségek
(saját készítésű ábra)*



A csomagfeladáshoz kapcsolódó információkat (csomag paraméterei, címzett, egyéb adatok) egy adatlapon átadtuk az alanyunknak. Ez élethűbbé tette a szimulációt és egyfajta vezetőként is szolgált az alany számára a párbeszéd közben. Az egyszerűbb kezelhetőség és a chatbotfejlesztő felület sajátosságai miatt alanyaink szövegbuborékokban megjelenő, előre megadott válaszlehetőségek segítségével kommunikáltak a chatbottal. Mivel az ilyen típusú chatbotok szélesebb körben elterjedtek, mint a tisztán mesterséges intelligencián alapuló szabadszavas változatok, ezek vizsgálatát választottuk.

A mintaválasztás során törekedtünk rá, hogy alanyaink nem, életkor és foglalkozás szerint minél heterogénebbek legyenek. Összesen 14 interjúalanyt kérdeztünk meg, heten az érzelmes, heten az érzelemmentes chatbotot kapták meg véletlenszerűen. Szűrő kritérium volt, hogy szoktak chatelni, és ha nem is használták még, de hallottak már a chatbotokról. A beszélgetések során előre megírt kérdéssor, forgatókönyv szolgált kiindulási alapként, ám az alany gondolatmenete, meglátásai fényében ettől esetenként eltértünk, a miértekre folyamatosan rákérdezve, követve az interjúalany gondolatmenetét. A módszer így alkalmas a fogyasztói elfogadás mögötti okok mélyebb megismerésére.

Az alkalmazott módszertan érdekes volt abban a tekintetben is, hogy nemcsak az alany múltbéli tapasztalataira, múltban átélt élményekhez kötődő véleményére kérdeztünk rá, hanem a megfigyelés ideje alatt aktívan átélt tevékenységről (chatbot-használat) is folyamatosan beszélgettünk. Arra kértük alanyainkat, hogy a chatbottal való kommunikáció közben folyamatosan „hangosítsák ki” a gondolataikat, érzéseiket. A beszélgetések során egy ún. érzelmentérképen megkíséreltük vezetni és értékelni is az adott alany gondolatait, érzelmi állapotát arckifejezése (mosolyog, nevet, sóhajtozik, grimaszol) és megjegyzései alapján.

A kutatás eredményei

A megfigyelés és interjúk alapját minden esetben az egyik (érzelemkifejező vagy érzelemmentes) chatbottal folytatott beszélgetés adta, majd tágabban is körbejártuk a témát, az elhangzott érvek mélyére ásva. A kutatás eredményeként az érzelem mellett több elfogadási szempontot is beazonosítottunk, amelyeket a következőkben sorra veszünk.

A chatbot érzelemkifejezése

Az alanyok két csoportja (7-7 fő) különböző chatbotokkal beszélgetett, ám az érzelmes és érzelemmentes chatbotra adott reakciók mentén haladva nem rajzolódott ki egységes mintázat egyik csoportra sem. Egyesek rajongtak az érzelmes chatbotért, jó kedvük lett a beszélgetés nyomán, mások éppen az érzelemkifejezés miatt utasították el, túl bizalmaskodónak, vicceskedőnek találták. Ugyanílyan vegyes értékelést adtak az érzelemmentes chatbottal beszélgetők is: egyesek kevesellték a személyességet és érzelmeket, másoknak éppen megfelelő volt, megint mások pedig még az ilyen mértékű érzelemkifejezést, barátságosságot is túl soknak találták.

A beszélgetések egyik első tanulsága tehát az volt, hogy feltehetően nem az érzelem az elsődleges szempont a chatbottal való interakció sikerességének értékelésekor. A chatbot érzelemkifejezése nem minden alanynál befolyásolta pozitívan a chatbotról alkotott véleményt, mint ahogy az sem derült ki az interjúkból, hogy az érzelme hiányának ezzel ellentétes hatása lenne. Az érzelem hiánya és megléte esetén is lehet pozitív vagy negatív a felhasználóból kiváltott reakció, tehát a chatbot „érzelmessége” nem hat egyértelműen az elfogadásra.

Függetlenül ettől az eredménytől, az interjúk során az is kiderült, hogy a chatbot érzelemkifejezése a használat során igenis kivált érzelmi reakciót a felhasználókból, azaz működött az érzelemátvitel jelensége: beszélgetés közben azért mosolygott az alany, mert a chatbot is mosolygós fejet küldött. Ezen érzelmi reakciók (mimika, testbeszéd, szóbeli visszajelzés) intenzitása, kilengései némiképp eltérő mintázatot mutatnak a két chatbot típus esetében. Az érzelmi állapot felméréshez -5-től 5-ig terjedő skálát használtunk, ahol a negatív számok a negatív, pozitív számok a pozitív reakciót jelentik. Természetesen kvalitatív kutatás révén a megfigyeltek nem számszerűsíthetők pontosan és nem értelmezhetők általánosan, ezért nem a konkrét számértékeken van a hangsúly, hanem a segítségükkel felrajzolható grafikonokon, amelyek adnak egy érdekes mintázatot.

Ahogy a 2. ábrán látható, az érzelmes chatbottal beszélgetők érzelmi reakciói viszonylag nagy kilengéseket mutattak a beszélgetés egyes lépéseinél, egy adott alany érzéseiben, illetve az alanyokat összehasonlítva is.

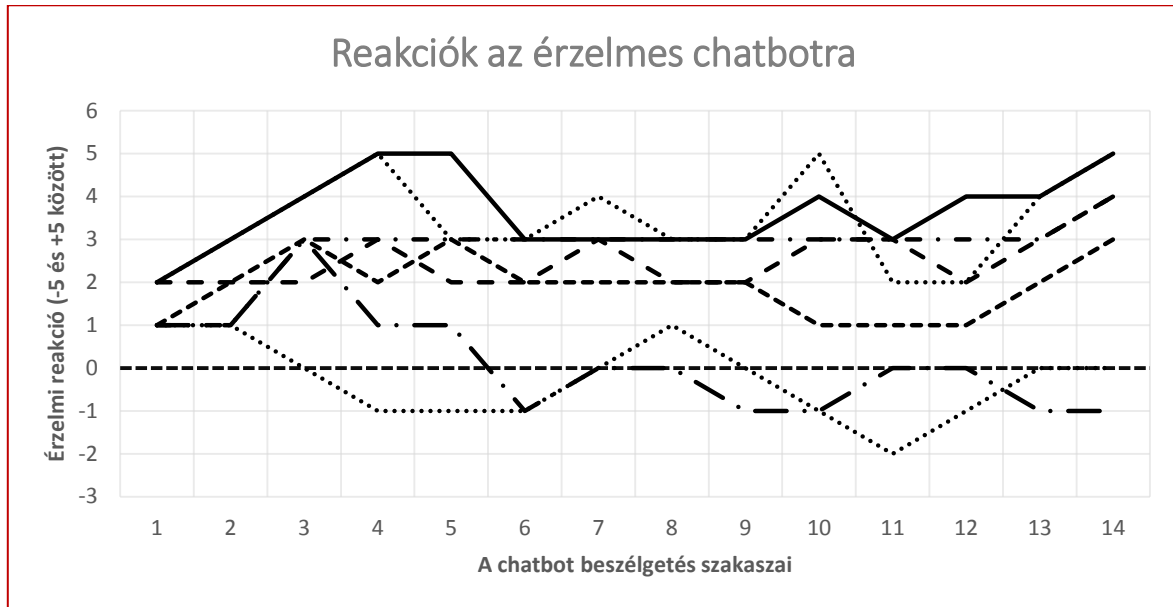
Ezzel szemben az érzelemmentes chatbottal beszélgető alanyok ábráján (3. ábra) látható, hogy jóval enyhébb volt az érzelmi reakciók ingadozása, általában véve is kevésbé intenzív reakciót váltott ki belőlük a chatbot, nagyjából semleges – enyhén inkább pozitív érzéseik voltak.

Habár az érzelmi intenzitás változása összefüggésben van a chatbottal, felmerül a kérdés, hogy akkor miért nem jelentős az érzelemkifejezés a chatbottal kapcsolatos vélemény kialakításakor? Egy lehetséges magyarázat, hogy a chatbot kommunikációja nem elég hiteles, az érzelemkifejezés révén a személyre szabásra és barátkozásra tett kísérlet nem hihető, hiszen mégiscsak egy mesterséges, automatizált felületről van szó. Ahogy az egyik interjúalany megfogalmazta:

„Szerintem személytelen, mert tudom, hogy mindenkinek ugyanazt a választ adja, jópofizik velem, közben meg igazából mindenkivel. (...) Bármit választok [a válaszlehetőségek közül], mindig annak „örül” a legjobban.” /nő, érzelmes/

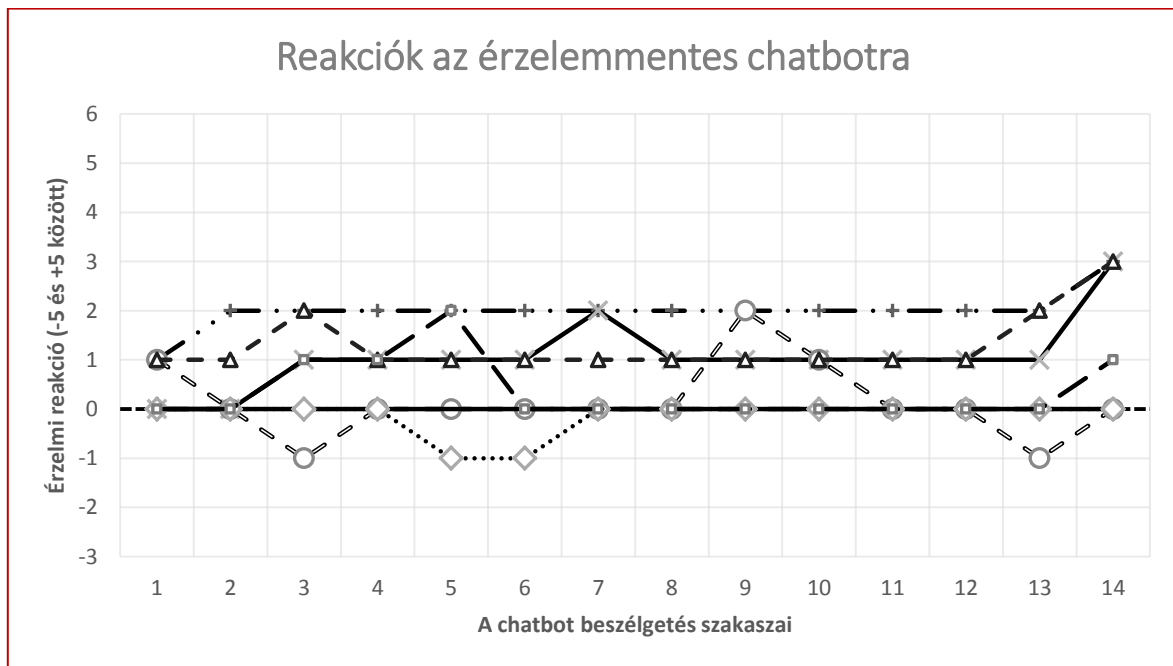
2. ábra

Az érzelemkifejező chatbottal folytatott beszélgetés során kifejezett érzelmi reakciók kilengései (saját készítésű ábra)



3. ábra

Az érzelemmentes chatbottal folytatott beszélgetés során kifejezett érzelmi reakciók kilengései (saját készítésű ábra)



Olyan vélemény is elhangzott, hogy az érzelmeknek azért nincs különösebb jelentősége, mert az embereknek nincs összehasonlítási, viszonyítási alapjuk a chatbotokat illetően, még nem ismerik őket eléggé, így korai még az érzelmeik hatásáról beszélni. Mivel új technológiáról van szó, könnyen lehet tehát, hogy az érzelmenél egyelőre fontosabbnak tekintett jellemzők befolyása kapja a nagyobb szerepet a chatbotok elfogadását illetően.

Többekben felmerült az is, hogy az érzelmkifejezés szerepe és hatása eltérő lehet a kínált termék vagy szolgáltatás jellegétől, illetve a chatbot fő funkciójától függően, és példákat is adtak arra vonatkozóan, hogy mikor lehet helye az érzelmkifejezésnek: könnyedebb, szórakoztató jellegű szolgáltatásoknál (pl. mozijegy vásárlás) belefér, ám a hivatalosabb, komolyabb szolgáltatásoknál (pl. orvoshoz időpont foglalás) jobb elkerülni, nem érzik indokoltnak.

Felhasználók csoportosítása a chatbotra adott reakció alapján

Az interjúk elemzése során arra a megállapításra jutottunk, hogy a szolgáltatás és a chatbot típusa mellett elsősorban a felhasználó beállítódásától függ az, hogy van-e hatása az érzelmkifejezésnek, azaz attól, hogy mennyire befogadó a másik fél érzelmeire.

A megfigyelések alapján az alanyok legkézenfekvőbb kategorizálása a chatbot által kifejezett érzelm megléte vagy hiánya helyett a chatbottal való kapcsolat jellegének mentén lehetséges: mennyire tartották kívánatosnak az alanyok, hogy a chatbot barátként beszélgesse velük. Ez összefüggésben áll azzal is, hogy mennyire tetszett vagy nem tetszett nekik a chatbot stílusa, az érzelmkifejezés vagy annak hiánya, illetve, hogy hogyan ítélték meg a további esetlegesen felmerülő, elfogadást gátló vagy segítő tényezőket. Ez alapján két csoportba soroltuk az interjúalanyokat, amely csoportokat a „barátkozás” mértéke különböztet meg egymástól:

- ◆ *Barátkozni vágyók csoportja:* Azok az alanyok tartoztak ide, akik úgy szeretnék a chatbottal beszélgetni, mintha egy barátjukkal tennék ezt. Ez a nyitottság, barátkozó hajlam nemcsak az érzelmeik fogadtatására van hatással, hanem esetenként a többi befolyásoló tényezőre és azok fontosságára is. Mivel számukra a baráti beszélgetés élményszerűsége nagy hangsúlyt kap, hajlandók más, egyébként fontosnak tartott szempontokból engedni ezért cserébe. Számukra a chatbot érzelmkifejezése az elfogadást segítő tényezővé válhat.
- ◆ *Távolságtartók csoportja:* Esetükben a chatbot barátkozási, kapcsolatépítési próbálkozásai hiábavalónak bizonyultak, mert teljesen elhatárolódtak tőle, így pedig kevésbé voltak befogadók az érzelmkifejezésre is. Emiatt maga a beszélgetés sem jelent akkora élményt az egyén számára, azaz nincs különösebb negatívum, de kiemelkedően pozitív elem sem. Bár fontos, hogy ne legyen túl barátságos, tolakodó a chatbot, valamilyen szinten barátságosnak kell lennie ahhoz, hogy egyáltalán ezt a fórumot használják, illetve megfelelő, az egyénnek tetsző hangulatjelek, érzelmkifejező eszközök alkalmazásával csökkenthető lehet a chatbottól való idegenkedés. Ebben a csoportban a chatbot túlzottan „személyeskedő”, érzelmkifejező volta az elfogadást akadályozó tényezővé válhat.

Technológiához való általános viszonyulás

Az interjúk során nagy hangsúlyt kapott a technológiával szembeni hozzáállás kérdése, mert attól függően, hogy mennyire tartják a megkérdezettek megbízhatónak a technológiai megoldásokat, mennyire vannak „felkészülve” a chatbotokra, más és más a chatbot-elfogadásuk is. Voltak olyan alanyok, akik teljes mértékben bíznak a chatbot képességeiben, nyitottak a technológiai újításokra, maga az innováció vonzza őket, tehát az elfogadásukat ilyen módon befolyásolja a technológiával szembeni attitűdjük. Ezzel szemben mások kételkedtek a chat-

bot képességeiben és megbízhatóságában, bizonytalanok voltak a szimuláció során, hiszen egyelőre nem ismerik jól ezt a módszert. Azaz a technológiával szembeni fenntartásaik miatt nehezebben fogadják el ezt a fajta kommunikációt.

Az adatbiztonság területén többekben felmerültek aggályok. Ezek az aggályok azonban nemcsak a chatbottal kapcsolatban, hanem általában véve bármilyen technológiai felülettel kapcsolatosan is érzékeny témának bizonyultak. Különösen fontos lehet a bizalom kérdése az online vásárláskori fizetés esetében, ahol pénzügyi veszteségek is érhetik a felhasználót, illetve egyesekben az is felmerült, hogy a chatelés nem is alkalmas az üzleti tranzakciók lebonyolítására, mert nem ez a rendeltetése. Volt olyan alany, aki ugyan nem zárkózott el a chatboton keresztül történő vásárlástól, viszont a számításba vett termékek köre – a hagyományos online vásárláshoz hasonlóan – bizonyos termékjellemzők miatt korlátozott. Ha például a terméknek komplex, bonyolult paraméterei vannak, nem venné meg online, viszont, ha nincs szüksége segítségre a választáshoz, működhetne a chatbot.

Az interjúk alapján az állapítható meg, hogy aki tart az online vásárlástól, az ugyanennek a chatboton keresztüli változatával sem lesz kibékülve, sőt, magától a chatbottól is inkább idegenkedik.

A két fogyasztói csoportot tekintve a barátkozni vágyókra inkább jellemző a technológiával és chatbotokkal szembeni bizalom is, a távolságtartók pedig e tekintetben is inkább szkeptikusak. A félelem, bizalmatlanság, ismeret és tapasztalat hiánya révén kialakuló technológiával szembeni negatív attitűd az elfogadást akadályozó, míg az újdonságkeresés, nyitottság, bizalom miatt kialakuló technológiával szembeni pozitív attitűd az elfogadást elősegítő tényezőként jelenik meg.

Praktikussági szempontok: egyszerűség, gyorsaság, hatékonyság

Az elfogadást segítő, megkönnyítő tényező lehet az is, ha egyszerű és gyors a használat, és alapjában véve hatékony a folyamat (ezek a tényezők alapvető elemei a hagyományos technológia-elfogadás modelleknek, lásd Keszei és Zsukk, 2017). Ezek a szempontok minden alanyánál előkerültek, hiszen a többségnek a feladat gyors elvégzése volt az elsődleges célja a chatbot használat során, így fontos volt a minél hatékonyabb teljesítés. A használat egyszerűsége és a gyorsaság az előre megadott válaszlehetőségeken és a könnyen kezelhető, ismert chatfelületen keresztül jelent meg.

Azt illetően, hogy ki mennyire érezte gyorsnak ugyanazt a beszélgetést, eltérések mutatkoztak, feltehetően amiatt, hogy aki kevésbé élvezte a chaten keresztül történő csomagfeladást a formátum vagy a chatbot stílusa miatt, hosszabbnak is érezte azt. Az, hogy mennyire fontos az egyénnek, hogy hatékony legyen a folyamat, amellet, hogy mi a felhasználó célja a párbeszéddel, attól is függ, hogy milyen jellegű szolgáltatásról, beszélgetésről van szó, ahogy az korábban már az érzelmek hatásának vizsgálatakor is felmerült. A hatékonyság előtérbe kerülésével maga az élmény kevésbé kapott fontos szerepet az értékeléskor, elegendőnek bizonyult az is, ha a chatbot rendeltetésszerűen működik, és ellátja a feladatát. Azáltal pedig, ha a chatbot valóban gyors, egyszerű és hatékony, jó alternatívát jelenthet más típusú szolgáltatásokkal szemben, pl. weboldalon online formula, telefonos vagy személyes ügyintézés. Volt olyan alany, aki éppen azért preferálta a chatbotos megoldást, mert ezáltal kiküszöbölhető a feleslegesnek érzelt és így időhúzó emberi interakció.

Habár összességében véve mindenkinek fontos volt a hatékonyság, érdekes eredmény, hogy a barátkozni vágyó csoportban megjelent olyan vélemény is, hogy az élményért cserében hajlandó lenne a hatékonyságból és egyszerűségből egy kicsit engedni.

Chat forma és emojihasználat

Mivel alanyaink közül mindenki szokott és szeret is chatelni, így a chatelés számukra mára egy teljesen elfogadott, rutinjellegű tevékenységgé vált, az ismertség, elterjedtség és megszokottság miatt már nem jár együtt bizalmatlansággal. Fontos eredmény, hogy a chatbottal való beszélgetés nem egy statikus folyamat, hiába automatizált, aktívabbnak tűnik, így pedig nem unalmas, és kevésbé érződik feladatnak rajta keresztül az ügyintézés, ez is segítheti a pozitív fogadtatást.

A megkérdezettek eltérő gyakorisággal és az adott beszélgető partnertől függően ugyan, de mindannyian szoktak használni érzelmkifejező elemeket a chatelés során (emojik, GIF-ek, matricák). Arra azonban, hogy hogyan fogadja az egyén a chatbot érzelmkifejezését vagy annak hiányát, nem kizárólag a saját emoji-használati szokások hatnak, a barátkozási hajlammal kombinálva nyernek értelmet az elhangzottak. Az interjúk során kiderült, hogy attól még, hogy valaki szokott emojiakat használni a barátaival való chatelés során, nem biztos, hogy szeretné, ha egy ilyen, a bemutatotthoz hasonló párbeszédben is megjelenjenek az érzelmkifejező elemek. Ezt árnyalja a fő különbség: az egyén barátkozáshoz való hozzáállása, ha ugyanis a chatbotra is barátjaként tekint, ott is igényli az élő barátaival használt érzelmkifejező elemeket.

Emberszerűség

Elfogadást segítő tényezőként felmerült az emberszerűség kérdése is. Habár az interjúalanyok tisztában voltak azzal, hogy nem emberrel, hanem egy robottal beszélgetnek, egy-két kivétellel mégis emberszerűnek találták azt. Ennek egyik legfontosabb oka a chatbot által adott személyesebb válaszok, illetve a saját magára vonatkozó megjegyzések és a hosszabb mondatokkal való kommunikáció. Más esetekben pedig az érzelmkifejezés és emojik, vagy éppen maga a chatjelleg keltette ezt az érzetet.

A kipróbált chatbotokat eltérő mértékben, de mindenki emberszerűnek találta, arról viszont egyes vélemények hangzottak el, hogy kell-e egyáltalán, hogy emberszerűvé próbáljuk tenni a chatbot kommunikációját. Egyesek szerint a chatbotnak éppen az a lényege, már magából a chatelés formából adódóan is, hogy kicsit személyesnek, emberibbnek tűnjön más online megoldásokhoz képest, és jó érzéssel tölti el őket, hogy emberi beszélgetéshez hasonlóan kerek egész mondatokat használ. A távolságtartók számára épp ellenkező hatással van ez, kellemetlenül érzik magukat tőle, hogy a chatbot emberi kommunikációt imitál (pl. „gépel”), szerepet játszik, miközben tudják, hogy automatizált, mesterséges dologról van szó.

Összességében azonban több érvelés mentén is azt mondták az alanyok, hogy jobb az emberszerűség. Az egyik ilyen érv, hogy a mesterséges intelligenciától, chatbotoktól való féltelmet, idegenkedést enyhítheti, a kezdeti bizalom kialakulását segítheti, ha az egyén nem azt érzi, hogy egy rideg géppel beszélget, hanem emberszerűnek tűnik az interakció.

A chatbotok elfogadását segítheti az emberszerű jelleg olyan téren is, hogy éppen ettől lesz szerethetőbb a robot és kellemesebb az élmény, egy sterilebb, gépszerűbb beszélgetőpartner mellett kevésbé éreznék jól magukat. Emellett az idősebb, a személyes kapcsolatok világában szocializálódott generáció számára is megkönnyítheti az elfogadást, a kezdeti használatot, ha ahhoz hasonlóan próbálják kialakítani a chatbotot.

Következtetések és javaslatok

A chatbot érzelmkifejezése vegyes reakciót váltott ki az alanyokból, előfordulhat, hogy a chatbot érzelmkifejező kommunikációja nem hiteles a felhasználók szemében, mivel az egy automatizált rendszer, amely mesterséges intelligencián alapul. A beszélgetésekből kiderült, hogy az sem mindegy, milyen terméket vagy szolgáltatást kínál a chatbot, illetve, hogy milyen funkciójú chatbotról beszélünk, hiszen más és más elvárásai vannak a fogyasztóknak ezektől függően. A szolgáltatóknak tehát érdemes figyelembe venni ezeket a szempontokat, amikor egy chatbot fejlesztésén gondolkodnak, és előzetes felmérések alapján megbizonyosodni arról, hogy a célcsoport helyénvalónak és kívánatosnak tartja-e az adott szolgáltatás esetében az érzelmkifejezést vagy sem. A célcsoportot érdemes lehet kisebb csoportokra bontani aszerint, hogy milyen a chatbotokhoz való hozzáállásuk: barátságos vagy inkább távolságtartó, hiszen ez is jelentősen befolyásolhatja a chatbot által kifejezett érzelmek fogadtatását. Azon fogyasztók esetében, akik szívesen barátkoznak a chatbottal, az érzelmek kifejezése nagy hozzáadott értéket jelenthet, és javíthatja a szolgáltatási élményt, míg a távolságtartók esetében éppen ellenkezőleg.

Az érzelmes chatbottal folytatott beszélgetés során jóval nagyobb kilengések mutatkoztak a felhasználók érzelmi reakcióiban (kiemelkedően pozitív – nagyon negatív, szélsőséges élmény), mint az érzelemmentes chatbotnál (semleges – enyhén pozitív, „semmi extra” élmény). A chatbot megfelelő stílusának eltalálása hosszú távon fontos szempont, a legtökéletesebb megoldást a felhasználó pillanatbeli érzelmeihez, hangulatához alkalmazkodni képes chatbot jelenthetné. Ha azonban ilyesmire nincs lehetőség, az érzelemmentes chatbot bizonyulhat a biztonságosabb megoldásnak a szolgáltató szempontjából, különösen akkor, ha széles közönségnek kínálja azt.

A technológiához való hozzáállás is fontos elfogadási szempont: elsősorban az innovációkeresőket, korai elfogadókat érdemes megcélozni, hiszen velük nagy valószínűséggel sikerrel járhatnak a szolgáltatók, emellett pedig először a már ismertebb technológiákkal szembeni aggályokat és kétségeket kell megszüntetni a fogyasztókban ahhoz, hogy aztán a chatbotokkal kapcsolatos félelmet és idegenkedést is legyőzhessék.

Az élményszerűség helyett inkább a funkcionalitást helyezték középpontba alanyaink a chatbot értékelésekor, praktikussági megfontolásból említették a használat egyszerűségének, gyorsaságának és hatékonyságának fontosságát. A chatbotelfogadás és a kezdeti használat eléréséhez mindenképpen érdemes nagy hangsúlyt fektetni a felhasználóbarát, gördülékenyen használható felület kialakítására, hiszen erre vonatkozó igények – függetlenül a chatbot érzelmkifejezésétől és az alanyok barátkozásra való hajlamától – mindenkinél elhangzottak. Amennyiben a chatbot valóban megfelel ezeknek az elvárásoknak, versenyképes alternatívaként léphet fel más típusú szolgáltatásokkal szemben (pl. webes, telefonos vagy személyes ügyintézés).

A hatékonysághoz kapcsolódó jellemzők az általunk kialakított chatbot prototípus tesztelésekor az előre megadott válaszlehetőségekben, a könnyen kezelhető, ismert chatfelület szerkezeti sajátosságaiban (egyszerre egy kérdés), a korábbi megjegyzett adatokban és a chatbot gyors válaszadásában nyilvánultak meg. A gyorsaságnál felmerült az időhúzó, felesleges emberi interakció elkerülésének pozitívuma is. Habár általában véve fontosak, ezek a szempontok nem minden szolgáltatás típusnál, chatbot típusnál és fogyasztó típusnál élveznek egyformán prioritást. Attól függően, hogy mi a fogyasztó célja a párbeszéddel, milyen jellegű szolgáltatásról van szó vagy milyen beállítódású (barátkozó vagy távolságtartó) a fogyasztó, kisebb-nagyobb mértékben szükséges a hatékonyság teljesülése. A hatékonyságorientált (távolságtartó) felhasználóknál az is elegendőnek bizonyulhat, ha a chatbot rendeltetésszerűen és pontosan működik, ellátja a feladatát, de nem nyújt ezen kívül pluszt, míg az élményorientált (barátkozó) felhasználók hajlandók lehetnek engedni a hatékonyságból az élmény ked-

véért. A szolgáltatóknak tehát érdemes felmérni, hogy milyen céllal veszik igénybe a fogyasztók a chatbotot, és ehhez igazítva, az egyes szempontok prioritási sorrendjének megfelelően kialakítani a chatbotot.

Egy másik kiemelendő szempont az emberszerűség, azaz, hogy mennyire tűnik „igazinak”, emberhez hasonlóan a chatbot. Az alanyok a szimuláció során tisztában voltak vele, hogy egy robottal beszélnek, ám főként a személyes megjegyzések, mondatokban való válaszolás miatt többségében emberszerűnek találták, és fontosnak is tartják, hogy annak tűnjön. Ez által ugyanis személyesebbé válik a beszélgetés, kevésbé érezhető a chatbot robotjellege, ami pedig segíthet a mesterséges intelligenciától való idegenkedés csökkentésében. A szolgáltatóknak tehát mindenekelőtt érdemes a chatbot kialakításakor olyan elemeket beépíteni, amelyek az emberi kommunikáció hatását keltik, függetlenül attól, hogy ezen felül kívánnak-e további érzelm kifejezést beiktatni, hiszen ez jellemzően a használat első pillanatától észrevehető és nagyban megkönnyítheti azt. Egyes esetekben azonban akármilyen élethű is egy chatbot, mégsem helyettesítheti az emberi interakciót, hiszen az átlagos chatbot egyelőre nem képes megfelelően, olyan mértékben a fogyasztó érzelmeire, esetleges sérelmeire reagálni, amelyet például egy panaszkezelés esetében az elvárna – érdemes tehát tekintettel lenni az interakció, szolgáltatás típusára is.

A kutatási eredmények alapján elmondható, hogy jelentős kutatási potenciál van a témában, ami egyrészt annak köszönhető, hogy a mindennapi életbe csak most kezdenek betörni a mesterséges intelligencia alapú csevegő robotok, így a fogyasztóknak még kevésbé van tapasztalatuk a használatot illetően, illetve kutatási szempontból egyelőre jelentősen feltáratlanok az ember-gép kommunikáció aspektusai. Érdemes lenne megvizsgálni, hogy a különféle célú chatbotok eltérő kommunikációs sémát aktiválnak-e az emberekben, s ennek fényében eltérő fejlesztési irányt igényelnek-e például az érzelm kifejezés tekintetében. Mivel jelen kutatás elsősorban az üzleti célú chatbotokat vizsgálta, egyfajta kiterjesztése lehet ezen első eredményeknek a szociális chatbotok, vagy a tanulást segítő chatbotok vizsgálata.

IRODALOM

- Araujo, Theo (2018) Living up to the chatbot hype: The influence of anthropomorphic design cues and communicative agency framing on conversational agent and company perceptions. *Computers in Human Behavior*, 85. 183–189.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.051>
- Ashforth, Blake E. – Humphrey, Ronald H. (1993) Emotional labor in service roles: the influence of identity. *Academy of Management Review*, 18/1. 88–115.
<https://doi.org/10.5465/amr.1993.3997508>, <https://doi.org/10.2307/258824>
- Boros Norbert (2017) A robotokkal a cégek beköltöznek a chatablakainkba. Jó ez nekünk? *forbes.hu*, 2017.01.31. <https://forbes.hu/legyel-jobb/chat-robot-marketing/>
- Brandtzaeg P.B. – Følstad A. (2017) Why People Use Chatbots. In: Kompatsiaris I. et al. (eds.) *Internet Science*. INSCI 2017. Lecture Notes in Computer Science, vol 10673. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-70284-1_30
- Brave, Scott – Nass, Clifford. (2003) Emotion in human-computer interaction. *Human-Computer Interaction*, Vol. 53, 2003. <https://doi.org/10.1201/b10368-6>

- Brave Scott – Nass, Clifford – Hutchinson, Kevin (2005) Computers that care: investigating the effects of orientation of emotion exhibited by an embodied computer agent. *International Journal of Human-Computer Studies*, 62. 161–178.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2004.11.002>
- Burns, David J. – Neisner, Lewis (2006) Customer satisfaction in a retail setting: The contribution of emotion. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 34/1. 49–66. <https://doi.org/10.1108/09590550610642819>
- Ciechanowski, Leon – Przegalinska, Aleksandra – Magnuski, Mikolaj – Gloor, Peter (2019) In the shades of the uncanny valley: An experimental study of human–chatbot interaction. *Future Generation Computer Systems*, 92/March. 539–548.
<https://doi.org/10.1016/j.future.2018.01.055>
- Csepeli György (2001) *Szociálpszichológia*. Osiris Kiadó, Digitális Tankönyvtár:
https://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/2011_0001_520_szocialpszichologia/ch06s02.html
- Dumas, Joseph R. – Redish Janice C. (1993) *A Practical Guide to Usability Testing*. Ablex Publishing Corporation, Norwood NJ.
- Ferrara, Emilio – Varol, Onur – Davis, Clayton – Menczer, Filippo – Flammini, Alessandro (2016) The rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59/7, 96–104.
<https://doi.org/10.1145/2818717>
- Følstad, Asbjørn – Brandtzæg, Petter Bae (2017) Chatbots and the new world of HCI. *Interactions*, 24/4, 38–42. <https://doi.org/10.1145/3085558>
- Froehle, Craig M. (2006) Service Personnel, Technology, and Their Interaction in Influencing Customer Satisfaction. *Decision Sciences*, 37/1, 5–38.
<https://doi.org/10.1111/j.1540-5414.2006.00108.x>
- Gartner (2018) Gartner Says 25 Percent of Customer Service Operations Will Use Virtual Customer Assistants by 2020, 2018. február 19.
<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2018-02-19-gartner-says-25-percent-of-customer-service-operations-will-use-virtual-customer-assistants-by-2020>
- Hu, Tianran – Xu, Anbang – Liu, Zhe – You, Quanzeng – Guo, Yufan – Sinha, Vibha – Luo, Jiebo – Akkiraju, Rama (2018) Touch Your Heart: A Tone-aware Chatbot for Customer Care on Social Media. In: *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Paper No.415. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173989>
- Jenkins, Marie-Claire – Churchill, Richard – Cox, Stephen – Smith, Dan (2007) Analysis of user interaction with service oriented chatbot systems. In: *International Conference on Human-Computer Interaction*, Lecture Notes in Computer Science, vol 4552, Springer, Berlin, Heidelberg, 76–83. https://doi.org/10.1007/978-3-540-73110-8_9
- Kaikkonen, Anne – Kallio, Titti – Kekalainen, Aki – Kankainen, Anu – Cankar, Mihael (2005) Usability Testing of Mobile Applications: A Comparison between Laboratory and Field Testing. *Journal of Usability Studies*, 1/1, 4–16.
- Kenesei, Zsófia – Kolos, Krisztina (2016) Az érzelmek és az észlelt kontroll szerepe a vállalati panaszkezelés során. *Vezetéstudomány*, 47/9, 15–25.
<http://unipub.lib.unicorvinus.hu/2466/>
- Keszey, Tamara – Zsukk, János (2017) *Az új technológiák fogyasztói elfogadása. A magyar és nemzetközi szakirodalom áttekintése és kritikai értékelése*. *Vezetéstudomány*, 48/10, 38–47. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.10.05>

- Kocielnik, Rafael – Avrahami, Daniel – Marlow, Jennifer – Lu, Di – Hsieh, Gary (2018) Designing for workplace reflection: a chat and voice-based conversational agent. In: *Proceedings of the 2018 Designing Interactive Systems Conference*, 881–894. <https://doi.org/10.1145/3196709.3196784>
- Kriston László (2018) A chatbot a leghatékonyabb eszköz. Piac és Profit blog, 2018. okt. 31. https://piacesprofit.hu/kkv_cegblog/a-chatbot-a-leghatekonyabb-eszkoz/
- Lemák Gábor (2017) Az Extreme Net is beszáll a chatbot versenybe! fintechzone.hu, 2017.03.22. <http://fintechzone.hu/az-extreme-net-is-a-chatbot-versenyben/>
- Leon, Simone – Nikov, Alexander (2010) Intelligent Emotion-Oriented eCommerce Systems. *Recent Advances In Artificial Intelligence. Knowledge Engineering and Data Bases*, 202–207.
- Liljander, Veronika – Strandvik, Tore (1997) Emotions in service satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 8/2, 148–169. <https://doi.org/10.1108/09564239710166272>
- Lin, Jiun-Sheng C – Liang, Haw-Yi (2011) The influence of service environments on customer emotion and service outcomes. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21/4, 350–372. <https://doi.org/10.1108/09604521111146243>
- McCull-Kenedy, Janet R. – Patterson, Paul G. – Smith, Amy K. – Brady, Michael (2009) Customer Rage Episodes: Emotions, Expressions and Behaviors. *Journal of Retailing*, 85/2, 222–237. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2009.04.002>
- Mende, Martin – Scott, Maura L – van Doorn, Jenny – Grewal, Druw – Shanks, Ilana (2019) Service robots rising: How humanoid robots influence service experiences and elicit compensatory consumer responses. *Journal of Marketing Research*, 56/4. 535–556. <https://doi.org/10.1177/0022243718822827>
- Nógrádi-Szabó Zoltán (2017): Hiszem, amit látok, vagy látom, amit hiszek? – Etnográfia a kvalitatív piackutatásban a terepmunkától a videofilmig. *Vezetéstudomány*, 48/12, 61–67. <https://doi.org/10.14267/VEZTUD.2017.12.07>
- Parkinson, Brian (1996) Emotions are Social. *British Journal of Psychology*, 87/4, 663–683. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1996.tb02615.x>
- Pugh, Douglas, S. (2001) Service with a smile: Emotional contagion in the service encounter. *The Academy of Management Journal*, 44/5, 1018–1027. <https://www.jstor.org/stable/3069445>, <https://doi.org/10.5465/3069445>
- Radziwill, Nicole M. – Benton, Morgan C. (2017) Evaluating Quality of Chatbots and Intelligent Conversational Agents. *arXiv preprint arXiv: 1704.04579*. Cornell University.
- Serban, Iulian V. – Sankar, Chinnadhurai – Germain, Mathieu – Zhang, Saizheng – Lin, Zhang – Subramanian, Sandeep – Rajeshwar, Sai (2017) A deep reinforcement learning chatbot. *arXiv preprint arXiv: 1709.02349*. Cornell University
- Statista (2018) <https://www.statista.com/statistics/654094/us-willingness-to-try-chatbot-commerce-2016ty/>
- Statista (2019) <https://www.statista.com/statistics/966893/worldwide-chatbot-market-value/>
- Tatai Gábor és társai (2003) The chatbot who loved me. Az AAMAS – ECA workshop eredményei. <https://pdfs.semanticscholar.org/8ab8/d87c3f445178db9c41a7437010dc6d817d43.pdf>

- Totterdell, Peter – Holman, David (2003) Emotion Regulation in Customer Service Roles: Testing a Model of Emotional Labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 8/1, 55–73. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.8.1.55>
- Winkler, Rainer – Söllner, Matthias (2018) Unleashing the potential of chatbots in education: A state-of-the-art analysis. Academy of Management Annual Meeting, Chicago, USA, <https://www.alexandria.unisg.ch/publications/254848>, <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2018.15903abstract>
- Wong, Amy (2004) The role of emotional satisfaction in service encounters. *Journal of Service Theory and Practice*, 14/5. 365–376. <https://doi.org/10.1108/09604520410557976>
- Wood, Stacy L. – Moreau, C. Page. (2006) From Fear to Loathing? How Emotion Influences the Evaluation and Early Use of Innovations. *Journal of Marketing*, 70/3, 44–57. <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.3.044>
- Xu, Anbang – Liu, Zhe – Guo, Yufan – Sinha, Vibna – Akkiraju, Rama (2017) A new chatbot for customer service on social media. In *Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 3506–3510. <https://doi.org/10.1145/3025453.3025496>

VARIÁCIÓK EGY TÉMÁRA – A SZERVEZETI MEDIÁCIÓ LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA SZOCIÁLIS KÖZSZOLGÁLTATÁST NYÚJTÓ INTÉZMÉNYEK BEN

Rákóczy Zsuzsanna

rakoczy.zsuzsanna@gmail.com

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.85

Absztrakt

Jelen kutatás célja az alternatív vitarendezés (AVR) alkalmazási lehetőségeinek vizsgálata volt a szociális közszolgáltatások területén a szolgáltatást igénybe vevő, érintett személyeket közvetlenül segítő intézményekben. Célja volt továbbá a szociális intézmények vonatkozásában olyan intézményi konfliktushelyzetek feltárása, amelyekben az AVR eszközei alkalmazhatók lennének, és alkalmazásuk eredményesebb lenne a „bevált módszereknél”.

Kulcsszavak

alternatív vitarendezés, mediáció, szociális közszolgáltatás, kommunikáció

VARIATIONS ON A THEME – THE ANALYSIS OF THE POTENTIAL METHODS OF THE ORGANIZA- TIONAL MEDIATION IN SOCIAL INSTITUTIONS IN THE PUBLIC SECTOR

Zsuzsanna Rákóczy

Abstract

The aim of this research was to examine the applicability of alternative dispute resolution (ADR) in social institutions in the public sector, especially in the ones that directly cater to individuals in need. The research is also focused on exploring conflicts within social services where the tools of ADR could be adaptable more effectively than the „tried-and-tested methods”.

Keywords

alternativ dispute resolution, mediation, social services, communication

VARIÁCIÓK EGY TÉMÁRA – A SZERVEZETI MEDIÁCIÓ LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA SZOCIÁLIS KÖZSZOLGÁLTATÁST NYÚJTÓ INTÉZMÉNYEKBEN¹

Rákóczy Zsuzsanna

A kutatás

Vizsgálatom célja az alternatív vitarendezési technikák bevezetésének (a bevezetés lehetőségeinek) vizsgálata a szervezeteken belül: munkám a szolgáltatást nyújtó munkatársak közötti, a szolgáltatást igénybe vevő kliensek közötti, valamint a munkatársak és a kliensek, továbbá azok hozzátartozói közötti konfliktusokra terjed ki.

A fókuszban olyan állami, önkormányzati fenntartású és egyházi kötődésű – nappali, illetve bentlakásos ellátást vagy támogatott lakhatást nyújtó – intézmények álltak, amelyek fő profilja rendszeres vagy alkalmi jellegű, térítés ellenében vagy térítésmentesen történő szociális alapszolgáltatások nyújtása (1993. évi III. tv.). Az intézmények köre kiterjed gyermekvédelemmel, hajléktalan-ellátással, szenvedélybetegek rehabilitációjával és idősgondozással foglalkozó szolgáltatókra.

A közvetítői tevékenység a 2002. évi LV. törvény alapján lefolytatott olyan sajátos permegelőző vagy bírósági, illetve hatósági eljárás befejezését elősegítő, egyeztető, konfliktuskezelő, vitarendező eljárás, amelynek célja „[...] a vitában érdekelt felek kölcsönös meg egyezése alapján a vitában nem érintett, harmadik személy ([...]közvetítő) bevonása mellett a felek közötti vita rendezésének megoldását tartalmazó írásbeli megállapodás létrehozása.” (2002. évi LV. tv.) „[...] A közvetítő feladata, hogy a közvetítés során pártatlanul, lelkiismeretesen, legjobb tudása szerint közreműködjön a felek közötti vitát lezáró megállapodás létrehozásában.” (2002. évi LV. tv.) A teljesség igénye nélkül alternatív vitarendezési módszerek (AVR) között tartjuk számon az arbitrációt, a facilitációt, a tárgyalást, illetve a medi-

¹ Jelen publikáció az Európai Unió, Magyarország és az Európai Szociális Alap társfinanszírozása által biztosított forrásból az EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00007 azonosítószámú „Tehetségből fiatal kutató – A kutatói életpályát támogató tevékenységek a felsőoktatásban” című projekt keretében jött létre.

Köszönet illeti Dr. Horányi Özsébet és Dr. Krémer Andrászt a publikáció elkészítése során nyújtott szakmai támogatásért.

ációt. Utóbbi a vizsgálat szempontjából releváns módszer, amely segíti a feleket, hogy konfliktushelyzetükben olyan megállapodásra jussanak, amellyel a mediációs eljárás mellőzése esetén elérhető legjobb eredményekhez (BATNA – Best Alternatives to a Negotiated Agreement) képest kölcsönösen jobb eredményt érnek el a felek, mérlegelve az eljárás mellőzése esetén tapasztalható legrosszabb eredményeket (WATNA – Worst Alternatives to a Negotiated Agreement). A mediáció során a felek a mediátor személyében olyan pártatlan szereplőt vonnak be a vitába, aki nincs közvetlenül érintve a konfliktusban. A mediátornak nincs felhatalmazása a vita bármilyen irányú eldöntésére, akkor sem, ha a vita az adott esetben eredménytelenül zárulna, ugyanakkor a megállapodás elősegítése érdekében kommunikációs és tárgyalástechnikai képességeknek és a konfliktusra vonatkozó tudásnak a birtokában közelíteni törekszik az érintettek álláspontját. A mediátor segíti a felek kommunikációját, segíti őket a másik szükségleteinek, értékeinek és érzelmeinek megértésében, adott esetben elősegíti, hogy helyrejöjjön a megsérült kapcsolat, és bátorítja a feleket a megoldás érdekében történő kreatív lehetőségek felvetésére (Bennett–Hughes 2005, Beer–Stief 1997, Lovas–Herczog 1998). A mediátor képességeinek, készségeinek, jártasságának és tudás-elemeinek összessége kiemelt jelentőséggel bír a mediáció során.

A konfliktus természete, hogy egyrészt átható, másrészt elkerülhetetlen része a legtöbb emberi tapasztalásnak (Roloff 1989: 484), a konfliktusra való hajlamosság olyan mértékű, hogy a konfliktusra növekvő iparágként is lehet tekinteni (Fischer–Ury 1981). „Másrészt a konfliktus nem abnormális jelenség, és ha megfelelően van kezelve, esetlegesen az egyén állapotának, körülményeinek a javítására is alkalmas lehet” (Roloff 1989: 484), azzal együtt, hogy maga a ’konfliktus’ szó is érték-terhelt: „az emberek gyakran asszociálnak háborúra, csapásra, erőszakra a fogalom kapcsán.” (Hocker–Wilmot, idézi Roloff 1989: 485) A személyek társadalmi helyzetétől függetlenül a személyközi konfliktusoknak vannak bizonyos közös vonásai. A korai társadalomtudományi felfogások szerint a konfliktus küzdelem az értékek felett, amelynek során az egyén igényt tart a szűkös lehetőségekre, erőforrásokra, tartalékokra, és amelyben az ellenfelek riválisokkal szembeni törekvéseinek közömbösítése, gyengítése vagy felszámolása zajlik (Cosser 1957: 197–207). Konfliktus jelenik meg minden olyan helyzetben, amely megakadályoz, elrekeszt, meggátol, megsebesít vagy valamilyen módon kevésbé tetszetősé vagy kevésbé hatékonyra tesz (Deutsch 2000). „A konfliktuskezelés szempontjából releváns konfliktust a korlátozott mértékben rendelkezésre álló erőforrásokért történő rivalizálásként értelmezzük, ahol konfliktus és kooperáció együttesen jelennek meg.” (Krémér et al. 2012: 16) A konfliktus fogalmának megközelítése egyértelműen győztes-vesztes pozícióként történő modellezés volt. A konfliktusban a jelen lévő felek között „állapot hiánynak” vagy „erőforrás hiánynak” kell fennállnia olyan viselkedés mellett, amely pusztít, megsebez, akadályoz vagy máshogyan kontrollálja a másik felet vagy feleket. Az előálló szituáció olyan, amelyben a felek (relatív) nyeresége csak a többiek kárán lehetséges. Mindezek a kezdeti társadalomtudományi definíciók egyértelműen segítenek megkülönböztetni a konfliktust más egyszerű „feszültségtől”, „egyét nem értéstől” vagy „vitától”, ugyanakkor napjaink definíciói a konfliktusról döntő többségükben az egymásra utaltságra fókuszálnak a megváltoztathatatlan ellentét helyett (Mack–Snyder 1957: 212–248). A konfliktus egy „helyzet, amelyben egymásra utalt emberek (a látható vagy lappangó) különbözőségeket kielégítve fejezik ki az egyéni érdekeiket és értékeiket és tapasztalják meg a kölcsönhatást céljaik megvalósítása során”. (Donohue–Kolt 1992: 1–7) A konfliktus lehet két vagy több résztvevő között fennálló, látható vagy láthatatlan ellentét, amely valós vagy elképzelt különbözőséget eredményez (Budd–Colvin–Pohler 2017: 2). A kutatás során vizsgált konfliktushelyzetekkel összefüggésben elmondható, hogy a 2002. évi LV. törvényben foglalt kivételektől eltekintve, az esetek többségében alkalmazható lehet közvetítői tevékenység.

A kutatás felvetései

1. Az alternatív vitarendezés eszközei alkalmazásának intézményi konfliktusok során való mellőzése visszavezethető a szükséges ismeretek és tudás hiányára.
2. A segítő szakmák tekintetében felmerülő intézményi konfliktusokban a más profilú szervezetekhez képest eltérő módon kerül értelmezésre a „felek” fogalma.

A kutatás módszere

Szekunder forráselemzés mellett 8 darab félig strukturált szakmai mélyinterjú került feldolgozásra. Az interjúalanyok kizárólag szociális szolgáltatást nyújtó intézmények vezetői közül kerültek ki, a vizsgált területeket 2-2 fő képviselte. A kiválasztás szakmai ajánlás alapján történt. A megkérdezettek által képviselt intézmények között szerepelt integrált állami megyei intézmény központja; egyházi alapítású országos civil segélyszervezet; társulásban működő, önkormányzati fenntartású, önállóan gazdálkodó költségvetési szerv; rehabilitációs hajléktalanellátó központ; többségében szenvedély- és pszichiátriai betegeket ellátó szervezetrendszer; szociális és gyermekjóléti szolgálat; fővárosi önkormányzati fenntartású idősek otthona.

Az interjúk a hanganyagokból készített szó szerinti átiratok alapján kerültek feldolgozásra *ad hoc* elemzés, azon belül kiemelten a kategorizáció módszerével. A kevés szereplővel bíró szakmai intézményrendszer résztvevőinek viszonylag könnyű beazonosíthatóságára tekintettel az interjúátiratok feldolgozása során az egyértelmű azonosítást lehetővé tevő megjelölést szándékosan nem alkalmaztam, biztosítva ezzel a kutatás résztvevői anonimitásának megőrzését.

A kutatás eredményei

Szekunder forráselemzés: a szociális munka társadalmon belüli helyzete és szerepe

„A szociális munka olyan gyakorlat alapú szakma és tudományág, amely elősegíti a társadalmi változást és fejlődést, a társadalmi összetartozást, valamint az emberek hatalommal való felruházását és felszabadítását. [...] Humán és társadalomtudományok elméleteivel, valamint a helyi tudásokkal felvértezve a szociális munka embereket és rendszereket aktivizál, hogy választ adjon az élet kihívásaira és előmozdítsa a jóllétet.” (Papp–Rác 2015: 48) „Központi fogalma az *empowerment*, mely felhatalmazást, képessé tételt, erőssé tételt jelent, azaz a hatalomtól megfosztottak hatalomhoz juttatását. Fő célja, hogy növelje az egyén önrendelkezési szándékát és képességét az őt érintő hétköznapi dolgok felett, valamint hogy minél nagyobb szerepet játsszon az élete irányításában, kontrollálásában. Filozófiája az emberekbe fektetett bizalmon alapul.” (Papp–Rác 2015: 47) A bizalmon, amelynek kialakításához a hitelesség, a logika és az empátia hármasa szükséges és elégséges, azonban hacsak egyike is ezeknek meg-inog, veszélybe kerül a bizalom (Frei 2018).

A bizalom mellett a sikeresség jegyében négy összehangolt cél szem előtt tartása szükséges:

1. az egyén problémakezelő és -megoldó képességének erősítése;
2. az összeköttetés biztosítása az egyén és az őt formáló szolgáltatások között;
3. a különböző források emberközpontú működésének biztosítása;
4. az állandóan változó szociálpolitikához való pozitív hozzáállás (Papp–Rác 2015: 48).

Azzal együtt, hogy a fenti célok teljesülése és a bizalom megteremtése a tudományos kutatások alapján sikeres rehabilitációk és reintegrációk sorára kellene, hogy vezessen, a hatékonyság terén mégis tapasztalható némi elmaradás. A fenti célok egyértelműsége vitathatatlan, ugyanakkor az „oda vezető út során” a szociális munka számos dilemmájával szembe-

sül a szociális munkás. Ezek a dilemmák „a személyközi gyakorlatban értelmezhetők. A gyakorlat mindig a kommunikatív helyzetekben konstituálódik – így a dilemmák is a kommunikatív, személyközi gyakorlatban vannak „lehorgonyozva” (Andok–Tímár 2002: 85). Az etika mellett a kommunikáció a szociális munka másik kulcsfogalma: „az összetett kommunikatív aktusok tudatossága az, ami segítheti a szociális munka gyakorlati hatékonyságát.” (Andok–Tímár 2002: 85) A dilemmák természete olyan, hogy nem nyújtanak egyértelmű iránymutatást, a kapcsolódó felkínált lehetőség mellett és ellen is szólnak szakmai és etikai érvek, amelyek között a választás adott esetben meghatározó következményekkel járhat a kliens rövid-, közép- vagy hosszú távú jövőjére nézve.

A szociális munka során felmerülő dilemmák között említjük

- ◆ a szakmai alapú dilemmákat, mint pl. a kompetenciahatárok;
- ◆ személyes alapú dilemmákat, mint pl. az etikai kérdések;
- ◆ közösségi alapú dilemmákat, mint pl. családi körülmények;
- ◆ környezeti alapú dilemmákat, mint pl. esélyegyenlőtlenségek;
- ◆ társadalmi alapú dilemmákat, mint pl. hatalmi kérdések;
- ◆ politikai alapú dilemmákat; mint pl. szegények támogatása,
- ◆ kulturális alapú dilemmákat, mint pl. szokások (Andok–Tímár 2002: 85–98).

A kliens életébe történő beavatkozás mértékének meghatározását befolyásolja a fenti dilemmák hátterének feltárása nyomán tudomásunkra jutott ismeretek megértése, de a döntéshozatal további dilemmák mérlegelése is befolyásolja. „Probléma akkor van, ha az érdekek rejtetten, értéként beállítva jelennek meg. Az is baj, ha az egymásnak ellentmondó érdekek ütköznek.” (Andok–Tímár 2002: 96) A szociális szakmában alapvetően a kliensek érdekeinek szem előtt tartása és helyesen értelmezése a segítő kiemelt feladata, saját érdekei másodlagosak (Andok–Tímár 2002: 96). A szociális munkás szerepét tekintve két fő funkciót említhetünk, ezek a kontroll és a segítség biztosítása. A kontroll funkció értékterheltsége kevésbé kérdéses, míg a segítség tekintetében előforduló szubjektív körülményekről már esett szó (Varsányi 2006).

„Nagyon sokszor problémát okoz a házastársak, élettársak konfliktusa. Ilyenkor a kliensek próbálják elrejtetni a konfliktusokat, önmagukat és a családtagokat más színben feltüntetni, hogy a segítő mellé álljon, szánalmat ébresszen benne és a segítségére legyen. [...] A kliensek segítséget várnak a családgondozótól, aki azonban nem lehet partner abban, hogy a másik felet rossz színben tüntessék fel, nem cselekedhet egyik fél sérelmére sem, a szakembernek a gyermek érdekét kell szem előtt tartania.” (Papp–Rác 2015: 57) „A tapasztalatok szerint a pártatlanságot és az objektivitásra való törekvést az ügyfelek nagyon rossz néven veszik, hiszen úgy érzik, hogy a segítő elfordul tőlük, vagy éppen a másik fél pártjára áll. „Azt várják, hogy mi igazságot tegyünk közöttük, de a mediáció nem erről szól! Ezzel az igazságosztó szereppel nem tudok azonosulni.” (Papp–Rác 2015: 55)

Számos kutatás arra hívja fel a figyelmet, hogy „a szakembereknek kevés lehetőségük van új módszerek kidolgozására, bevezetésére, egyáltalán munkájuk, munkakörülményeik alakítására. Legkevésbé a személyi kérdésekbe, például új munkaerő felvételbe van beleszólásuk, valamint a szakmai dokumentáció, szabályozók, szakmai programok alakításába. Ezek hiányában a minőségi munkavégzés is akadályokba ütközik.” (Papp–Rác 2015: 57) Az általam lefolytatott interjúk elmozdulást mutatnak ebben a kérdésben: a nyitottság alkalmat teremthet arra, hogy a kliensek számára nyitva álló választási lehetőségek felkínálása terén való elmaradás változzon (Krémer 2004: 79–86).

Szekunder forráselemzés: kommunikációtudományi kapcsolódás

Jelen kutatás szempontjából egyaránt releváns mind a személyként, mind a szervezetként azonosított ágens. A kommunikáció ágense az a „valaki (valami?), aki (ami) tevője, alakítója, résztvevője, haszonélvezője...” (Horányi 2007: 175) „Az ágensek jellemző módon individuális emberek, de szokásosan ágensnek tekintünk csoportokat, közösségeket, szerveződéseket, intézményeket, szervezeteket, ... vagyis olyan entitásokat is, amelyek emberek kisebb-nagyobb sokaságából nem természetes módon, azaz nem emberi szándékok nélkül állnak elő, hanem valamilyen konceptualizáció és konstrukció hívja életre őket.” (Terestyéni 2006: 239) Ezen szerveződések, ágensek létrejöttéhez elengedhetetlen, hogy képesek legyenek kommunikálni. A személyközi kommunikáció szempontjából talán egyértelműbb a megközelítés, a kutatás alapvetően a megjelölt színtereken azonosítható személyek közötti kommunikációt taglalja, míg szervezeti kommunikáción a szociális szektor intézményeiben történő információ továbbítást, másrészt a külvilágból történő tájékozódást és a tudnivalók begyűjtését, harmadrészt a külvilág felé történő prezentációt értem Terestyéni meghatározása nyomán (Terestyéni 2006: 239–247). Az első kommunikációs funkcióra példa az irányadó jogszabályok belső szabályzatba történő átültetésével megvalósuló utasítás. A második esetre, azaz a környezetben való eligazodásra és a külső feltételeknek való megfelelésre példaként a kliensek változó körülményeire vonatkozó információk begyűjtése és más szervezeteknél alkalmazott jó gyakorlatok átvétele hozható fel. Végül a kifelé történő prezentáció körébe sorolok minden olyan cselekményt, amely alkalmas a társadalom további szereplői által a szociális szakmáról alkotott vélemény megváltoztatására, annak irányától függetlenül. A kommunikáció ágensei tehát egyaránt lehetnek személyek vagy maga a szervezet is, és mindkét esetben értelmezhető mind az interperszonális, mind az intraperszonális kommunikáció, vagyis a személyek (ágensek) között és a személyen (ágensen) belül lezajló kommunikáció. Előbbi „szimbólumok relációs kapcsolatok közötti előállítás, átadása és értelmezése” (Roloff 1989: 489), míg utóbbi ugyanezen műveletek sora az „egyénen belül”, amely az ember belső tapasztalását alkotja meg oly módon, hogy megkísérli az önmaga és a mások által kiváltott ingerek nyomán előállt mintázatokat észlelni vagy értelmezni (Roloff 1989: 486–487). Mindkét fogalomkört tanulmányok hosszas sora dolgozza fel (Capella 1989: 184–194). A szervezet ágensként történő értelmezésén túl még egy további kommunikációs színtér bemutatására ki kell térni, nevezetesen a szervezeti kommunikációra, amely „szimbólumok előállítás, átadása és értelmezése a szervezet tagjai között. A szervezet tagjai azok a személyek, akik magukat részeként vagy képviselőjeként tekintik egy olyan egésznek, amely formálisan összekapcsol és egymástól függővé tesz egyéneket.” (Roloff 1989: 496) Szervezeti konfliktus akkor áll elő, ha a tagok olyan tevékenység iránt köteleződnek el, amely nem egyeztethető össze a vele egy hálózatba szerveződő kollégák, más kollektívák tagjai vagy a közösséghez nem csatlakozott egyének megfontolásaival, akik felhasználói a szervezet termékeinek vagy szolgáltatásainak (Roloff 1989: 496). Jelen kutatással összefüggésben tehát szervezeti konfliktusról beszélünk abban az esetben is, amikor a szolgáltatást igénybe vevő ügyfelekkel, illetve bizonyos esetekben az ő hozzátartozóikkal alakul ki nézeteltérés. Kiemelendő a gyermekekkel történő kommunikáció, mert a fiatalabb gyermekek kompetenciája – a korábbi kutatások eredményeivel szemben – nem lebecsülendő a kommunikatív készségeik és képességeik vonatkozásában (Wartella–Reeves 1989: 643). Ez az állítás egyfelől hangsúlyt ad annak az elgondolásnak, hogy a gyerekek vitarendezési kultúrájának kialakításában jelentős szerepe van a felnőttek által mutatott mintának, tehát van jelentősége annak, hogy a családon belüli konfliktusokat milyen módszerekkel rendezik a szülők. Másfelől alátámasztja, hogy a gyermekek személyiségének fejlődését és tudásának leghatékonyabb bővítését a kompetenciafejlesztés szolgálja.

Legyen szó inter- vagy intraperszonális kommunikációs aktusról, a keretek, amelyek között zajlik, utalnak a potenciálisan kialakuló konfliktusok lehetséges rendezési módjaira. Az

alternatív vitarendezés és a keretezésemélet kapcsolata a XX. század végén lett népszerű megközelítés a konfliktuskezelő és tárgyaló kutatók körében (Rogan 2006: 157–173). A vitarendezés-kutatásban a keretek kommunikációs eseményekként is értékelhetők, amelyeknek a vizsgálata és kontroll alatt tartása mindkét fél előnyére válhat a vitarendezés során (Drake–Donohue 2016: 297–322). A keretek a konfliktus különféle társadalmi leírásainak lehetőségét biztosítják. A mediátor feladata, hogy segítsen keretezni a konfliktust és a lehetséges megoldását oly módon, ami minden érintett fél számára méltányos (Gray 2005). Galtung hármas elmélete a konfliktus kialakulásáról és átalakulásáról a konfliktust három alap összetevő, így az érzelmek, a viselkedés és az ellentmondásosság egészeként mutatja be. A konfliktus minden esetben tartalmaz kognitív eszméket és érzelmeket; a vitában mutatott magatartás egyaránt magába foglal viselkedést és potenciált agresszív és ellenséges akcióra; a következetlenség, ellentmondásosság pedig a felek értékei és érdekei között egymással nem kompatibilis ellentéteket emel ki (Jameson et al. 2009: 167–192) Két kapcsolódási pont fedezhető fel a mediáció és a keretezés között. Egyfelől a mediátorok a keretezést, mint technikát alkalmazzák, másfelől a mediáció maga is egy keret a keretek egy nagyobb konstellációján belül, amelyet a vitás és a harmadik felek bevonhatnak a konfliktusok átlátása érdekében (Gray 2005). Amikor a mediátorok keretezik a helyzetet a felek részére, valójában a konfliktus egy alternatív társadalmi jelentését mutatják meg, így segítve a feleket a megoldás megtalálásában a körülmények, a motivációik, a lehetséges megoldások és/vagy a tehetetlenségük elismertésével. A mediáció keretként való megközelítése szerint az adott mediációban történő keretezés valójában sokkal bővebb mondanivalót hordoz magában, mint egyetlen mediáció értelmi összefüggése. Valójában a vitás felek adott konfliktushelyzetben történő bemutatásával társadalmi kontroll kereteket, erő kereteket és konfliktuskezelő kereteket ismerhetünk meg. Gray a mediációs eljárásban alkalmazásra kerülő keretek között megkülönböztet igazság keretet, konfliktuskezelés keretet, alternatív kereteket a probléma megoldására, úgymint közös problémamegoldó keret, hatalom keret és szociális kontroll keret. Röviden az igazságkerettel a mediátor új értelmezést ajánl a szűken vett, jogi értelemben definiált igazsággal szemben, amely nagyban eltér a társadalomban, a kultúrában, a vallásban vagy az alap-normákban gyökerező értelmezésétől annak, hogy mi méltányos, mert adott esetben a vita kimenetele múlhat azon, hogy a felek hogyan konceptualizálják az igazságot. Az alternatív problémamegoldások között közös problémamegoldó vagy konszenzus keretek alkalmazásával a felek nyithatnak a közös cselekvés irányába, közös alapot találva az eljárás eredményeként. A hatalom keret kapcsán kell említeni, hogy a mediációs eljárás során a felek közötti erőviszonyok gyakran kiegyenlítetlenek, aminek következtében számolni kell azzal, hogy a gyengébb fél állandósult megfélemlítés mintákkal ül asztalhoz. Az erőkülönbségek meg tudnak nyilvánulni a mediációs eljárás eredményeként elért sikerekben is például a nők és a kisebbség kárára. Megállapítható, hogy makacs konfliktusok gyakran gyökereznek az erőbeli különbségekben, különösen többszereplős konfliktusokban. Végül a szociális kontroll keretek segítenek megérteni a felek elvárásait a szociális döntésekkel kapcsolatban. Ebben a kontextusban individualista (jelentéktelen az egymásra utaltság mértéke), fatalista (lemondás a meglévő kontrollról) és egalitáriánus (felek között egyenlőségre törekvés) keretet lehet megkülönböztetni (Gray 2005). Különösen releváns a Michael Benjamin és Howard H. Irving tanulmányában bemutatott, a gyermekelhelyezéssel összefüggő családügyi vitákban alkalmazható keretrendszer, amely túlmutatva azon, hogy definiálja magukat a konfliktushelyzetben felmerülő problémákat, egy a választ követően alkalmazható alternatív szülői modellt mutat be (Benjamin–Irving 2005: 473–492).

Charyl Picard (2004) egészen más aspektusból említi a keretrendszer és a mediáció összefüggését. Kutatásában azt vizsgálta, hogy a mediátorok hogyan konceptualizálják a mediációt, milyen keretek között határozzák meg munkásságukat, ugyanis felvetése szerint a mediátorok gyakorlati munkája nem csupán egyetlen elméleti megközelítésen alapul. Másként kö-

zelít a probléma feloldásához a pozicionálás függvényében a facilitatív (megkönnyítő) eljárás szemben az értékelővel; eltér az alkudozó megközelítés a terápiástól; más és más a probléma-megoldó, mint az átalakító (transformatív), vagy éppen az elrendező és kommunikatív eljárás folyamatának elgondolása. A számos megközelítés kizárja egyetlen uralkodó eljárásrend privilégiumát. Picard integratív keretrendszere a kettős gondolkodás mögé tekintve arra épül, hogy a mediátornak a mediáció gyakorlatára irányuló értelmezése dinamikus és többelvű (Picard 2004: 295–312). A keretezés módjában és a tudatosan vagy önkéntelenül eljátszott szerepek tekintetében ismerhető fel összefüggés. Berne vonatkozó játszmaelemzéseit vizsgálva kézenfekvőnek látszik párhuzamot vonni a segítő–kliens–család vs. megmentő–áldozat–üldöző relációban (Berne 2013: 79–87). A Berne által is megoldásként kínált nyílt kommunikációt támogatják a jelen tanulmányban is elsajátítani javasolt technikák és szemléletmód.

Szekunder forráselemzés: szervezetszociológiai megközelítés, a neweberiánus modell

A weberi megközelítéssel szemben a *human relations* tanának hívei az egyént nemhogy figyelembe veszik a szervezet vizsgálata során, hanem annak egyenesen a középpontjába helyezik. Ebben a megközelítésben az „emberi modellek” és a „szervezeti modell” tükrében történik a vizsgálat. Emberi modellek esetében egyéni döntéshozatalról beszélünk, amikor racionális gondolkodás meglétét feltételezzük, azaz abból indulunk ki, hogy az egyén a céljai pontos ismeretében racionális számításokat végez a döntéshozatal megelőzően. Herbert Simont idézve ebből az következik, hogy „két azonos képességű, azonos célokkal és értékekkel rendelkező, azonos tudású egyén racionálisan kizárólag ugyanazon cselekvés mellett dönthet.” (Perrow 1997: 134)

A döntéshozatal során az egyén rengeteg, kielégítést igénylő elvárást mérlegel. A társadalmi jellemzők – például életkor, nem, státusz – ugyancsak befolyásolják a meghozatalra kerülő döntéseket, amelyekre a vágyak is hatással vannak. Mindezek kielégítése esetén az erőfeszítések mérséklődnek, ellenkező esetben fokozódnak (Perrow 1997: 133–136). A szervezet alapvetően egyénekből áll, elsősorban egyének együttese, így amit a szervezet cselekszik, azt valójában az emberek cselekszik. „A szervezettel kapcsolatos észrevételek az emberi viselkedésre vonatkozó állításokként is értelmezhetők.” (Perrow 1997: 134) A modell alapján az egyén mindenekelőtt racionális szándékú, de törekvéseiben korlátozott mind az egyéni képességei, mind a szervezeti lehetőségek tükrében: nincs ismerete teljes egészében cselekedetei következményeiről, azok eredményezhetnek előre nem látható és nem kívánatos hatásokat. Továbbá nincs kiterjedt tudása az adott cselekvés alternatíváiról, ahogyan az átlátás feltételeit sem képes megteremteni. Erre vezethető vissza, hogy az emberek a választási lehetőségek közül az elsőként felmerülő alternatívát fogják választani. Végül ha a döntéshozónak esetleg több alternatíva is rendelkezésre áll a döntés előtt, általában nem képes azokat preferencia szerint rendezni, és a legkedvezőbbet sem feltétlenül tudja kiválasztani. Látható, hogy a fentiek szemben állnak Simon racionalitásra, hatékonyságra és „az egyetlen helyes döntésre” vonatkozó nézeteivel. Az egyén válaszainak többsége rutinszerű, gyakran a korábbi döntéshozatal során bevált megoldások felelevenítése történik (Perrow 1997: 134).

Lényeges összefüggés, hogy bürokratikus ellenőrzésnek és egyáltalán bármiféle uralomnak a kialakulását a korlátozott racionalitás teszi lehetővé. Nem láthatjuk át teljes egészében a folyamatokat, informáltságunk hiányos, és nem tudjuk rangsorolni a céljainkat. A tökéletes racionalitás azt eredményezné, hogy senki sem kerekedhetne a másik fölé, és nem befolyásolhatná a másikat. A korlátaink tesznek emberré, a korlátokat meg kell tanulni becsülni; ezek a felelősek a rend megbomlásáért is, amiből az új rend születik (Perrow 1997: 135).

A konfliktusok kezelésében nagyon fontos a kommunikáció: a kommunikációs stratégiák a csatornák egyes csoportjaiban, a csatornák specializálásában, az előnyösen működő csatornák kibővítésében és elmélyítésében, a szervezet szótárának folyamatos fejlesztésében ölte-

nek testet, aminek segítségével a valóság egyes mozzanatai kihagyhatók, mások pedig felnagyíthatók (Perrow 1997: 137–138). Az információforrások és a bizonytalanság kezelése nem vonatkoztatható el a konszezusos megoldások számától. A konszenzus hanyatlása maga után vonja a konfliktusok élénkülését és/vagy a személyközi kapcsolatok minőségi romlását (Perrow 1997: 138).

Weber megfogalmazásában a konfliktus alapvetően az emberi gyarlóság, a gyávaság, a butaság és a kapzsiság következménye, a csoportközi konfliktust pedig szervezeti tényezők tekintette. A klasszikus vezetélmélet képviselői a megfelelő ellenőrzésnek, a tervezésnek és a végrehajtásnak a hanyagságából eredeztetik a konfliktusokat. A *human relations* irányzat az elégtelen vezetést, illetve a részvételt támogató vezetés hiányát jelöli meg felelősnek a konfliktusokért, azzal együtt, hogy a konfliktusokból néha igenis származik haszna a szervezetnek, jelesül ráirányítja a figyelmet a munkaigényesebb területekre. Célként általában a konfliktus elkerülése van megjelölve, akár építő, akár romboló hatású. March és Simon a problémát interperszonális jelleggel ruházzák fel, a csoportközi konfliktusok említése mellett. Annak ellenére, hogy a szervezeti konfliktusok többsége személyközi, a szervezetelméletnek kezelnie kell tudni a csoportközi konfliktusokat is. A vezetés feladata az ilyen típusú konfliktusok mérséklése, feloldása. A vezetők prioritást élveznek, nagyobb mértékben mozgatnak meg forrásokat, jobban képesek befolyásolni a környezetet. A csúcson lévők kedvezőbb helyzetben vannak, a konfliktusok túlnyomó többségéből győztesen kerülhetnek ki, alakítani tudják a hierarchiában alacsonyabb szinten elhelyezkedő csoportok konfliktusait (Perrow 1997: 138).

Szakmai mélyinterjúk ad hoc elemzése – Kutatási kérdések I.²

- ◆ Milyen típusú konfliktusokkal küzd az adott közszolgáltató a saját szervezetén belül?
- ◆ Mi az a célcsoport, amely számára releváns az AVR?

A különböző konfliktusforrások azzal együtt, hogy relatív széles skálát járnak be, a megjelölt szinterek alapján csoportosíthatók. Ugyanakkor szükségtelen a szervezetek munkatársai között fellépő konfliktusok szolgáltatónkénti megkülönböztetése, hiszen a munkaszervezési kérdéseket tapasztalataim szerint alapvetően nem befolyásolja a szóban forgó intézmények profilja. Általános probléma a létszámhiány, a szakképzett munkaerő hiánya, a fluktuáció és az ebből adódó, egyre jelentősebb leterheltség. A fluktuáció csak részben vezethető vissza a szervezeten belüli konfliktusokra, oka alapvetően a szektorra jellemző alacsony jövedelmek mértéke.

A konfliktusok általánosíthatók és csoportosíthatók mind a munkatársak között, mind a kliensek tekintetében. Munkatársi szinten felmerülnek személyek közötti konfliktusok, akár beosztás, jövedelemszerzés, plusz-feladatok elosztása körül, akár féltékenységre vagy magánéleti problémákra visszavezethetően: „Ami azért rávetíti a mindennapokra a nehézségeket, mit tudom én kölcsönök, nehéz családi helyzet, van, aki egyedülálló, van akinek a családjában van mondjuk alkoholista férj, vagy éppen szülő, és ezeket hozzák magukkal.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Több interjúalany részéről elhangzott, hogy a leterheltség és lelki megterhelés mértéke annyira jelentős, hogy óhatatlanul is konfliktusokhoz vezet.

Ahogy az ellátottak között felmerül az együttélés nehézségeire visszavezethetően konfliktus, úgy a munkatársak között is: „Akkor van konfliktus [...] amikor megjelenünk mi, mint ember. Lehet-e szellőztetni? Huzatra vagyok érzékeny. Ha megbeszéljük, hogy 8-ra jössz akkor miért 9-re vagy ott? Miért nem mosogattál el magad után?” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

² Itt és a továbbiakban a mélyinterjúkból idézett megnyilatkozások a nyelvtani hibákkal, a szótévesztésekkel és a hezitálásokkal együtt jelennek meg.

Vezető és beosztotti kapcsolatban konfliktusforrás lehet a vezető által a munkatársakkal szemben tanúsított magatartás: „Voltak olyan helyzetek, hogy kiabált a dolgozókkal, lehülyezte őket, mindenki alkalmatlan volt és egyebek.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) A dolgozók között pedig rendre előfordul, hogy „az új munkaerővel szemben kicsikét olyan gyanakvóak, idő kell, amíg elfogadják őket, akár több hónap.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Emellett gyakori egymás munkájának negatív minősítése: „az ápolók sokszor azt mondják, hogy »mert a mentálosok nem csinálnak semmit, mert az nem munka«... [ilyen esetekben] „próbáljuk közelíteni a két csoportot egymáshoz.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

A kliensek tekintetében alapvetés, hogy a „szocializációjuk kapcsán nem kapták meg a megfelelő eszközkészletet ahhoz, hogy az életét úgymond egészséges módon vezessék, és azért alakulnak ki devianciák. Olyan minták voltak előttük, amit nem tud egészségesen használni és ezért alakul ki [...] deviáns viselkedés, többek között a szerhasználat.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Körükben – a szolgáltatás típusától függetlenül – az együttélés során felmerülő érdekellentét az egyik fő forrás, például: „...ki, melyik szobába kerül, ki melyik ágyra kerül, a nappali melegedőben ki melyik széken ül, ki kapta meg a kenyér végét és ki a közepét. Tehát ha ellentét van köztük, akkor bármibe bele tudnak kötni.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Hajléktalan ellátásban tipikus konfliktusforrás a kitiltás fizikai agresszió, intézményen belüli alkohol-, kábítószer- vagy cigaretta fogyasztás, lopás és rongálás okán. Szenvedély- és pszichiátriai betegek ellátásában előfordul, hogy „[...] a pszichiátriai beteg nem veszi fel reggel a munkát a támogatott lakhatásból, vagy hogyha a szenvedélybeteg fizetés után 2 napig eltűnik.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Ilyenkor az illetékesek tudják, hogy valami történt, „[...] tehát kvázi egy ilyen védett munkahelyszerű, nem az egyből, hogy jó, akkor azonnali felmondás, hanem én azt gondolom, hogy toleránsak vagyunk ebből a szempontból is [...]” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Ennek köszönhetően sikeresebb a társadalomba való visszailleszkedés, szemben azzal a helyzettel, ha ez a magatartás azonnali retorziót vonna maga után. A szabályoknak való megfelelés a szenvedélybetegek és a hajléktalanok körében különösen nehéz, de a szakértők véleménye az, hogy tereléssel történhet elmozdulás a helyzet javulása felé, a betegség kontroll alatt tartásával.

Szenvedélybeteg ellátásban konfliktusforrás a szakembernek és a kliensek között fennálló, a kliens gyógyultsága érdekében a kliens részéről megtett és meg nem tett törekvések száma és volumene. A segítő érdeke az absztinencia elérése, vagy megtartása, míg a kliensé gyakran csupán a napi szintű szükségletek kielégítése, „és ezért hozza azt a problémát, hogy azért jár ide, mert szeretne leszokni az italról, drogról, bármiről, de egyébként meg esze ágában sincsen, csak szeretné megkapni, hogy mosdhasson, fürödhessen, kaját kapjon, stb.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) A segítő motivációja a változás előidézése, amely egyes nézetek szerint tanulási folyamat és nem egészségügyi vagy szociális kérdés. „Tanulás önmagáról, tanulás az én viszonyomról a világhoz, a problémáimhoz, az eszköztelenségemhez és akkor tekintem úgy, hogy valaki „gyógyul, vagy nem gyógyul”, vagy hogy akkor válhat valaki szerhasználóvá, vagy nem szerhasználóvá, hogyha készségeket tud beépíteni, ezért hívom ezt tanulásnak, itt készségfejlesztésekről van szó. És ennek része az is, hogy hogyan kezelem, hogyan tudom a konfliktusomat is kezelni. Ha nincs hozzá készségem, nincs hozzá eszközöm, akkor nem fogom tudni kezelni.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Az idősek otthonában az összezártságra vezethető vissza a konfliktusok legnagyobb része, többségük az együttélés nehézségeiből adódik. Ugyanakkor gyakorlatilag egyáltalán nem jellemző a lakók és a munkatársak közötti konfliktus, szinte kivétel nélkül arról számoltak be a megkérdezettek, hogy ezen esetekben a munkatársak részéről történik alkalmazkodás, legyen a helyzet bármennyire nehéz vagy megalázó, például ha demenciával érintett lakó lopással vádolja az ápolót vagy a takarítót. Emellett jellemzők a hozzátartozók generálta konfliktushelyzetek, legtöbbször hiányos információkra és túlzott elvárásokra visszavezethetően. Gyakori, hogy a

családon belül nincs egyetértés a szolgáltatással szemben támasztott követelmény tekintetében, és az eltérő igényeket egymással nem egyeztetve igyekeznek érvényesíteni az intézménynél. „Ez az egyik típusú konfliktus, amikor az idősothon gondozói ilyen pingponglabdaként működnek a történetben a különböző családtagok között.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Oka lehet továbbá a hozzátartozókban kialakult „tettvágnak” az ellátott önkéntes otthonba költözése kapcsán megélt szégyenérzet, amiért a hozzátartozójuk a családja helyett egy idegen intézményt választott élete alkonyán a róla való gondoskodás érdekében, amit a családnak kellene ellátni.

A gyermekvédelemben a legkardinálisabb problémák egyike az elvált, vagy válófélben lévő szülők között fennálló konfliktus, amelyre visszavezethetően sorozatos hátrány és kár éri a gyermek fejlődését. Továbbá a gyermekeket érő testi vagy lelki bántalmazások széles köre a fizikai, szexuális tettelegességtől a fenyegetettségen át az elhanyagolásig, amely esetekben a jelen tanulmányban tárgyalt alternatív vitarendezési technikák alkalmazhatósága komoly korlátokba ütközik, és módszertani szempontból is megosztó a szakemberek körében. Komolyabb megfontolást érdemlő konfliktushelyzetek a gyámhivatal részéről elmaradó intézkedések, amelyek eltérő szakmai megfontolásra vezethetők vissza. A gyermekjóléti szolgálat részéről „azt kell elkönyvelnünk, hogy jó mi megtettünk mindent, jeleztünk, a protokollnak megfelelően haladtunk, mindent kipipálhatunk a Gyámhivatal meg teszi a dolgát, illetve nem teszi a dolgát, de hol a gyerek?” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Ugyanezen szektorban egész más a helyzet a szolgáltatásra jogosult gyermek hozzátartozói és a munkatársak közötti konfliktus tekintetében. Erre példa „egy családnál, egy ötgyerekes családnál, ahol egy lyukban laktak tulajdonképpen az öt gyerekkel, ahol ablak se volt azon a kis viskón [...] és próbáltuk a gyerekeket elhelyezni, illetve hát próbáltuk segíteni a családot, ahhoz hogy elköltözzenek valami normálisabb helyre és nem voltak hajlandók. [...] És oda került a dolog, hogy azt határoztuk el a Gyámhivatallal, hogy elvisszük a gyerekeket normális helyre, [...] amíg be nem mutatják a szülők, hogy igen, most legalább egy házban lakunk a gyerekekkel.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Az intézkedés érdekében kimentek ketten a kollégák, „két hölgy, és az apuka pofonvágt a családsegítő kolleganőmet, a másikat meg hátba vágta, úgyhogy tulajdonképpen hát tetteleg bántalmazta őket, [...] ebből bírósági ügy lett [...] itt ez az apuka 5 évig ült börtönbe a szomszédja meggyilkolása miatt, tehát és miután szabadult, akkor történt ez a dolog. Nyilván mindannyian féltünk tőle...” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Családok Átmeneti Otthonaiban előforduló konfliktusok alapvetően arra vezethetők vissza, hogy a kliensek rendszerint teljesen más értékrendszerrel, teljesen más életstílust képviselve kerülnek be egy olyan szabályrendszerbe, amely számukra szinte betarthatatlan. Ebből adódóan nagyon nehéz a munkatársak részéről megengedhető empátia mértékének megfelelő megválasztása. „[...] Hogyha nagyon megengedők vagyunk, akkor káosz van az intézményben, de hogyha meg nagyon merevek vagyunk, akkor meg el fognak menekülni az emberek, ha gyerekszerepbe tesszük be őket, nem fog kialakulni az a viszony, amiben lehet dolgozni [...] amikor azt látja a családgondozó, hogy ha most nem avatkozik be, és nem adok enni, akkor éhen hal a gyerek, és akkor most melyik kártyáját húzza elő vagy melyik szerepét hozza elő?” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Szakmai mélyinterjúk ad hoc elemzése – Kutatási kérdések II.

- ◆ Milyen módszerek alkalmazásával történt a feltárt konfliktusok tekintetében sikeres, illetve eredménytelen vitarendezés?
- ◆ Milyen kritériumok határozhatók meg a kliensek és a szolgáltatók („hatóság”) eljáró személyeivel kapcsolatban, illetve melyek bekövetkezte esetén nem lehetséges alternatív vitarendezés?
- ◆ Tudatosan vagy önkéntelenül alkalmaznak-e AVR technikákat az intézményekben?

Azzal együtt, hogy alapvetően a konfliktusok békés úton történő rendezése a cél a munkál-
tatók részéről, vannak példák úgynevezett hatalmi döntésekre, például „a munkaviszonynak a
megszüntetése is egy hatalmi döntés, amelyet megelőzte jó néhány beszélgetés, hogy – mond-
juk – mi az, ami a mi szervezetünknel akár a szakmai küldetésbe belefér, akár abba a szakmai
irányvonalba.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Más esetben „a munkatársak között is volt olyan
kolléga, akinél kénytelen voltam belépni és hatalmi szóval lezárni (vezetőként) a vitát. [...] Ez
egy nagyon érdekes kolléga volt, nagyon sokára ismertük ki a személyiségét. Ő akkor érezte
jól magát, ha konfliktust generált, akár hazugság árán is maga körül. És ő velem csak a szem-
besítést tudtam alkalmazni, és amikor a 4. kollégával szembesítettem, hogy amit ő mondott az
hazugság, akkor felmondott. Mert már senki nem hitt neki.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

A kliensekre fókuszálva a kérdést, a szociális szektorban azzal együtt, hogy nem gya-
kori, bár nem is ismeretlen a hatalmi döntés, jellemzően nem cél a konfliktusok egyoldalú
döntéshozatallal történő lezárása. Alapvetően a megegyezésre törekvésen, alku kialakításán
van a hangsúly az esetek többségében. Általánosságban érvényes az a meglátás, hogy az al-
kukkal szemben a hatalmi döntés másodlagosan alkalmazott eszköz, mert a szociális szolgál-
tatásokat igénybe vevő emberek „valamilyen módon ki vannak szolgáltatva...” (Szakmai mély-
interjú, 2019), és jellemző a munkatársak részéről az a vélekedés, miszerint „ha nekem a se-
gítés a szándékom, akkor nem arra törekszem, hogy akkor találjak rajtuk fogást, hogy akkor
rájuk tudjam bizonyítani, hogy már pedig megsértette, áthágta, megszegte [...] Hanem azt
igyekszem, hogy hogyan tudjuk megoldani azt a helyzetet.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Valamennyi szektorra jellemző tehát, ugyanakkor a mérték nagyságrendekkel eltérő an-
nak tekintetében, hogy mennyire elvárt a tolerancia a kliensekkel szemben. Idősgondozásban
szinte kizárt, hogy rendezendő konfliktusról lehessen beszélni lakó és munkatárs viszonyla-
tában, mert az alapvetés az, hogy „az intézményben dolgozónak sose szabad semmin megsér-
tődni”. (Szakmai mélyinterjú, 2019) Értelemszerűen ez ebben a formában nem megvalósít-
ható, de a lakókkal történő nyílt konfrontáció nem megengedett. Ennek leginkább a lakók
betegségeiből és általános szellemi állapotukból következő sajátos helyzetük az oka, amely
egyéneként eltérő, de gyakorlatilag kivétel nélkül mindenkit érint. Adott intézményben, egy
olyan helyzetben, „[...] amikor a takarítónőt megkérdezik, hogy miért lopta el a melltartót”
(Szakmai mélyinterjú, 2019), akkor nem megsértődni kell, hanem azt mondani, hogy „meg
lesz az, megkeressük együtt”, és meg is találják. Ezek „tanulható technikák” (Szakmai mély-
interjú, 2019). Hozzá tartozói reklamáció esetén, amelyekben „rendkívül gyakori a [...] telje-
sen banális helyzet, ami egyébként otthon is előfordul, [...] azt szoktuk tenni, megpróbáljuk
leültetni egy asztalhoz az érintett lakót és a hozzátartozóját, az intézményvezetőt, [...] a
mentálost és a gondozót” a közös megbeszélés érdekében. (Szakmai mélyinterjú, 2019) Az
idős emberekkel nagyon nehéz alkukat kötni, és ha sikerül is, ezek mindig csak időlegesek.
Az időlegesség oka az egészségi és mentális állapotukban az idő előrehaladtával beálló
jelentős visszaesés és romlás. Hatalmi döntéssel az idősekkel kapcsolatban felmerült
konfliktusok érdemben nem rendezhetők. „Az már nagyon kényszerhelyzet, és igazából igazi
eredménye nincsen [...] sem a lakókkal szemben, sem az ő hozzátartozóikkal szemben nem.”
(Szakmai mélyinterjú, 2019)

Családsegítő Szolgálat esetében a hatalmi döntés intézménye kevésbé értelmezhető, de
„vannak olyan helyzetek, egy-két helyzet, ami megkívánja ezt. Nem tudsz fellépni annyira
hatóságként, mert hát nincsenek olyan eszközeid, de [...] amikor van egy tinédzser, aki elkö-
vet egy bűncselekményt, és akkor a szülei is még nevetnek rajta, akkor [...] a keményebb olda-
lamat veszem elő, mert a szülei soha az életben nem veszik elő ezt az oldalukat, és szüksége
van keretekre annak a tinédzsernek, és ezt most innen kapja meg.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Gyermekvédelemben eljárásban ha már hatalmi döntéssel zárul egy konfliktus, akkor az
nagyon súlyos helyzet. „Most nyilván olyan esetben, amikor szól a kórház, hogy megszületett

egy kis csecsemő és nincs hova hazavinni, akkor kénytelenek vagyunk nem hazaadni azt a gyereket, mert nincs hova hazaadni az anyukának. Tehát akkor az már egyértelmű hatalmi dolog. Tehát most főként ezek a szexuális abúzusok, amik vannak. [...] Ilyen esetben azért próbáljuk rögtön kiemelni a bántalmazott, sértett gyereket, és addig, amíg ki nem derül, addig próbáljuk biztonságban elhelyezni.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Munkatárssal szemben merült fel olyan konfliktus, amelyben a szakmai egyet nem értés vezetett hatalmi döntéshez. A konkrét esetben a kolléga – személyes traumái okozta behatások miatt – úgy ítélte meg, hogy az adott eset nem annyira súlyos, hogy azonnali intézkedést igényel, „majd megoldja az élet és majd megoldódik ez, és ne vegyük, mondjuk, olyan komolyan ezeket a dolgokat [...] És akkor ilyenkor éltem én a hatalmi helyzetemmel, tehát mint szakmai vezető. Azt mondtam, hogy nem, itt most azonnal írjunk [...], hogy azonnali elhelyezést kérjünk.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

A szolgáltatóknak nem céljuk az oktrojált döntéshozatal, céljaik eredményes elérését a közös gondolkodás és az együttműködés inkább támogatja. Ugyanakkor a hajléktalan ellátásban és szenvedélybeteg ellátásban jellemző, hogy az alkunak tűnő megállapodások valójában következetes lemondások a kliensek részéről, ugyanis „ha valakinek a lakhatása függ attól, hogy ő hogyan kommunikál, akkor [...] az érdekeit nem nagyon úgy képviseli, ahogyan kellene.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Ennek felismerése iránti képességet igyekeznek megtanítani a kollégáknak, hogy értsék, adott helyzetben egy látszólag közös megállapodást fogad el a kliens, amely valójában nem az. Ennek érdekében a képzések során nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy a szociális munkás felismerje, hogy „köré milyen hatalmi szerepet legalizálnak az ellátottak” (Szakmai mélyinterjú, 2019), és annak képességét, hogy ha „elhúzza a száját (a kliens), akkor kérdezze, miért dühös rá.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) A kliens tagadása esetén pedig felhívja a figyelmet arra, hogy márpedig ő dühös lenne a helyében, amely reakció hozzásegíthet a bizalom kiépüléséhez. Ezek olyan technikák, amiket törekszenek tanítani a szociális munkásoknak. Jellemzően az emberek elkötelezettebbek a saját döntéseik iránt, mint a kényszerből elfogadott utasítások iránt, de a kliensek részben helyzetükből adódóan, részben a felelősségvállalás elkerülése érdekében nem szívesen döntenek. Azok számára, akik hárítják az önérvényesítést, könnyebben értelmezhető vagy alkalmazható a hatalmi döntés. És ez igaz a munkatársakra is. „Mondd meg, mit kell csinálni, mit akarsz, te vagy a vezető. Ha a bal kell neked, balra megyünk, ha jobbra, akkor jobbra.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) A kliensek társadalomba történő reintegrációja érdekében nem megkerülhető a tudatos döntéshozatal és a következmények iránti felelősségvállalás. Kiváló terelés az úgynevezett „tallér rendszer” bevezetése, amely arra motiválja a klienseket, hogy a számukra fontos dolgok elérése érdekében készek legyenek áldozatot hozni. (Szakmai mélyinterjú, 2019) A technikával könnyen elsajátítható az a gondolkodásmód, amely a mindennapi élet kellemetlen helyzetét teszi elfogadhatóvá. A rendszer értelmében, ha valaki kér egy bizonyos szolgáltatást, akkor azt tallérok „megfizetésével” veheti igénybe, tallérokat pedig közösségépítő vagy önfejlesztő tevékenységekkel szerezhet. A társadalomba történő reintegrációt ez a fajta gondolkodásmód jobban szolgálja, mint az, amelyben a minimális szolgáltatási kör alanyi jogon jár a kliensnek. Hasonló elgondolás alapján egy másik intézményben a szabályok megszegése esetére dolgoztak ki hasonló, lépcsőzetes rendszert, elkerülendő az azonnali felelősségre vonást. Ez a rendszer lehetőséget biztosít a tettek súlyának tudatosítására és az elkerülni kívánt következmények megelőzésére.

Fentiek mellett a hajléktalan ellátásban a kliensek közötti konfliktusban alkalmazott megoldás a hatalmi döntésekkel szemben például az, „hogy ha egy szoba lakói között már mérgesedne el a helyzet, akkor csinálunk egy lakószoba gyűlést, és akkor ott csak azzal a 3-4 emberrel ül le a szociális munkás, ritkább esetben még mondjuk más szociális munkás, vagy én (intézményvezető). És akkor [...] megpróbálunk egy ilyen békéltetést, ott mindenki elmondhatja a maga kis sirárait, meg mi is elmondjuk a sirámainkat és akkor megpróbálunk

egy olyan helyzetet teremteni, ami mindenkinek megoldás.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Továbbá ebben a szektorban azért is nehéz hatalmi döntéssel konfliktust rendezni a kliensekkel, mert „mint a börtönben nagyon keményen megvan a hierarchia, amibe a munkatársak sem tudnak túlságosan belelépni, köztük farkastörvények uralkodnak.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Ugyanakkor a munkatársak és a kliensek közötti vitában a „részrehajlás” épp ellenkező irányú, mint a többi területen. A mindennapos „játszmázások” háritása érdekében egyértelműen a szociális munkás mellett kell kiállnia a vezetőnek. Végül jellemzően hatalmi döntéssel történő elbocsájtás az eredménye minden olyan súlyos szabályszegésnek, amely veszélyezteti a többi lakó személyének vagy tulajdonának épségét. Ezek a szabályszegések a korábbiakban már említett fizikai agresszió, intézményen belüli alkohol-, kábítószer- vagy cigarettafogyasztás, valamint a lopás és rongálás esetei.

Szakmai mélyinterjúk ad hoc elemzés – Kutatási kérdések III.

- ◆ Hogyan függ össze e szolgáltató szervezetek bizonyos sajátos viszonya és vezetői rendszere az alkalmazás lehetőségeivel?
- ◆ Mely feltételek tekinthetők adottnak (szervezeti-, személyi-, szolgáltatói szinten), melyek hiányoznak, s azok reálisan megteremthetők lennének-e belső erőforrásból, fenntartói, ágazati policy és jogalkotási oldalról?
- ◆ Van-e lehetősége a szakmai vezetésnek egyéni szinten módszerek bevezetésére, illetve milyen módon jelenhetnek-e meg azok rendszer szinten?
- ◆ Van-e tárgyyszerű ismeret az AVR tekintetében a szervezetek vezetői részéről?

A kutatási kérdések tekintetében érkezett válaszok viszonylag rövid kifejtésre adnak lehetőséget. Lényegében egyetlen intézményben sem született olyan belső szabályozás, amely a korábban kifejtett jogszabályi háttér alapján segítené az alternatív vitarendezést a szervezetekben, esetleg etikai szabályzat, etikai kódex áll rendelkezésre, vagy a házirend tér ki bizonyos keretek között a vitás kérdések rendezésére. Alapvetően elmondható, hogy a fenntartói vagy felsővezetői oldalról viszonylag kevés támogatás érkezik a téma tekintetében, a legtöbb kezdeményezés intézményvezetői szintre vezethető vissza, és a békéltető szerep is legtöbbször az intézményvezető személyével azonosul. Mindez arra enged következtetni, hogy legyen a szervezet akár állami, akár önkormányzati, akár egyházi fenntartású vagy kötődésű, az jellemzően csak csekély mértékben befolyásolja a rendelkezésre álló anyagi források mértékét. Ugyanakkor mindaddig, amíg a fejlesztések nem érintik jellemzően a költségvetést, az tapasztalható, hogy a szakmai megvalósítás tekintetében viszonylag nagy a mozgáster.

A megkérdezettek a körülmények javítására alkalmas eszközként tekintettek a belső kommunikációs tréningek lehetőségére. A vezetők szempontjából ennek azért van jelentősége, mert esetenként a vezetőnek kinevezett munkatárs felkészültsége csak a tapasztalati úton megszerzett tudásra épül, „nagyon, sok kolléga van úgy, hogy de hát hol tanulta volna ezt, vagy úgymond ösztönből, zsigerből tudja és a személyisége része, vagy nem tudja. És sokszor nem is az, hogy nem megfelelően kommunikál, de azért sok különböző helyzettel találkozik.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Vezetői körben a kommunikáció magas szinten történő művelésének hiánya fluktuációt is eredményezhet. „A vezető, ha nem alkalmas, az egész részlegre vagy az egész csoportra rá fogja nyomni a bélyegét [...] pillanatok alatt el fognak indulni a dolgozók máshová. [...] Nálunk ez volt, tehát negyedév alatt elment 12 dolgozó [...] pusztán a vezetői kommunikációra visszavezethetően.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) A vezetői kompetenciafejlesztést több interjúalany különösen fontosnak tartotta, ahogyan a munkatársak számára biztosítható lehetőség iránti érdeklődés is megjelent. Azonban a lakók, illetve a kliensek tekintetében már megosztottság volt tapasztalható. Részben az életkori sajátosságok-

ra, részben a tanulás iránti igény hiányára, részben a kötelező programok iránti elköteleződés alacsony szintjére visszavezethetően merült fel ellenvetés.

Arra a kérdésre, hogy a munkát segítené-e egy, kimondottan a konfliktushelyzetek rendezésére bevezetett szabályzat, érkeztek pozitív megerősítések: „volt olyan szituáció, amikor jól jött volna-e ilyen mankó, amihez lehet nyúlni és akkor nem saját improvizálással [...]” (Szakmai mélyinterjú, 2019) oldódott volna meg a helyzet, illetve „lehet, hogy jó lett volna egy-két esetben, mert akkor, mint vezetőként, [...] az én munkámat segítette volna, hogyha hivatkozni tudtam volna arra, hogy [...] le van írva, eszerint kellene dolgoznunk, és hogy mégsem ezt csináltad. Szóval ez valahol kicsit a vállamról vette volna le a terhet.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Ugyanakkor volt olyan vélemény is, amely szerint semmi értelme nem lenne egy további, a számos kötelezően bevezetett szabályzat mellett egy újabbnak. Ezzel a meglátással szinte egyező volt az a nézet, amely szerint önmagában egy szabályzatnak akkor lenne kézzelfogható haszna, ha annak bevezetéséhez képzés, tréning is párosulna. Az elméleti tudás gyakorlati tapasztalatszerzés útján történő elmélyítése kimondottan hasznos lenne. Számos munkatárs esetében igaz, különösen a „frissen végzettek” körében, hogy a felsőoktatásban töltött évek alatt tanultak bizonyos kommunikációs technikákat, adott esetben mediációs képzésben is részesültek. Az ismeret kamatoztatása munkahelyi vitás szituációkban azonban kevésbé jellemző, és az alternatív vitarendezés fogalmának ismerete is jellemzően csak a mediáció „hívó szó” elhangzása után került visszaigazolásra. A téma iránti nyitottság – annak ellenére, hogy egy esetben kimondottan rossz tapasztalatról számolt be az interjúalany – egyértelműen érzékelhető és jelentős volt. „Én például azt gondolom, hogy a képzési rendszerünkbe lehetne ezeket nagyon szépen behozni. Akár dolgozói szinten, akár vezetői szinten. A legjobb lenne talán a vezetőknek az érdeklődését felkelteni erre, hogy ez milyen lehetőségeket rejt. És milyen jó gyakorlatok működnek. Mennyivel megkönnyítheti a mindennapjaikat és hosszútávon kis befektetéssel csökkentheti a saját munkáját és a saját intézményében a konfliktusokat. És én akár az ellátottak közötti is.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Esetenként alkalmazásra kerül a mediációs eljáráshoz hasonló gyakorlat a szervezeten belül, vagy más olyan szolgáltatás, amely a mediációs eljárásokban alkalmazott kommunikációs technikákra épül fel. Hajléktalan ellátásban alkalmazott módszer a kliensek és munkáltatóik közötti vitarendezés, amelyben a „mediátor” szerepét a szolgáltató tölti be. A folyamat során külön kerül meghallgatásra a kliens, „tehát hogy elsősorban inkább az van, hogy az ügyfelet a saját esetgondozásunk mentén és annak részeként próbáljuk mediálni. A munkaadóval szintén külön.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) A klasszikus mediációs eljárási formát a szolgáltató második lépésként alkalmazza, de „ez a második lépés legtöbbször létre sem jön, vagy azért, mert a munkavállaló felmond és nincs mit tovább mediálni, vagy [...], hogy sikerült ez az első kör, külön a munkavállalóval, külön a munkaadóval, és akkor nincs rá szükség emiatt.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Végül arra is hangzott el konkrét példa, hogy a szervezet életében kialakult konfliktushelyzet feloldása érdekében mediátort vettek igénybe, vagy a munkatársak között kialakult vitában próbálták rendezni ezzel a módszerrel a helyzetet.

A konfliktusok rendezése érdekében és általában szervezetfejlesztés céljából több intézménynél vesznek igénybe szupervizort, és egy esetben saját intézményi pszichológus is segíti a munkát. Van továbbá olyan szervezet, ahol terápiás segítség igénybevételét támogatja a szolgáltató a munkatársak számára, de az állami szervezetekben jellemzően az anyagi korlátok útját állják a külső segítség biztosításának. Mindazonáltal az interjúkból az is kiderült, hogy a dolgozói körben is vegyes ennek a megítélése, a lehetőséget a szociális munkások körében többen elhárítják maguktól. „Ez egy nagy paradoxon ebben a történetben, mert ugye segítőkéről beszélünk. És azt gondolná az ember, hogy a segítő attitűd az azt hozza magával, hogy minden helyzetben igyekszem megoldást találni. Ez nem mindig van így. Segítőként azt érezheti valaki, hogy ő sérült valamilyen érdekének az érvényesítésében, akkor egy ilyen egymás közötti tehát munkatársak közötti konfliktusban egyáltalán nem segítőként fog visel-

kedni...” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Másik tartózkodó vélemény szerint „[...] az olyan szituációk, amik úgy jutnak eszembe, hogy nem igazán volt rájuk megoldás, ott általában az van a háttérben, hogy a Felek olyankor nem vállalják fel a saját felelősségüket benne. Hogy én mivel járultam ahhoz, hogy ez a helyzet kialakult, hanem az a háritós történet, hogy vagy nem tehetek róla, a másik a felelős, stb. Tehát ez a fajta személyes felelősségnek a föl vállalása, ez nem szokott meglenni.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

A szervezeten belül, a munkatársak között fennálló vitákban nyújtható mediációs szolgáltatás tekintetében alapvetően külsős szakember bevonásával tudnának azonosulni a megkérdezettek, az elhangzottak alapján könnyebben fogadnák el a kollégák egy szervezeten kívüli személy függetlenségét. Pozitív megerősítés volt az olyan vélemény, miszerint „[...] mindenképpen azt gondolom, hogy lehetne bővíteni, mert ugye maga a szociális segítségnek is egy lényege, hogy ha minél több eszközöm van, annál nagyobb az esély, hogy valamilyen módon be tudok avatkozni, vagy tudok segíteni, vagy tudok döntéseket befolyásolni. Ugyanez vonatkozik erre is, hogyha több eszközöm van, akkor annál nagyobb az esély, hogy valamelyik tud jól működni, vagy hatásos tud lenni.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) A megkérdezettek között volt, aki azt is el tudná képzelni, „hogy intézményeknek ilyen típusú képzések, el tudnám képzelni, hogy intézményvezetőknek ilyen típusú képzések legyenek. El tudnám képzelni, hogy mondjuk szociális szakembereknek ilyen képzések, tehát mondjuk, hogy csak a szocmunkások, vagy csak a szociális segítők, tehát kicsit így bontani a szintek szerint is. Tehát hogy így bármelyik formában, meg mindenhol jó.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Az interjúalanyok között egy intézményvezető maga is mediátor, akinek személyes tapasztalata, hogy „mióta elvégezte a mediátor iskolát, azóta általában alkuval záródnak a viták, és mindenki úgy érzi, hogy ő győztesen ment ki.” (Szakmai mélyinterjú, 2019) Minél többet tapasztaltak az eljárás előnyeiből, annál nyitottabbakká váltak az eljárásra, és már arra is volt példa, hogy a kollégák vitájukban konkrétan kérték, hogy üljenek le hármásban és mediáljanak. Ezzel szemben az, ha évekkkel ezelőtt behívatott két kollégát, „akkor mindenki jobb lábáról bal lábára állt, merthogy az egy kellemetlen helyzet volt”, és most az a vélemény, „hogy jó volt kibeszélni a konfliktust.” (Szakmai mélyinterjú, 2019)

Összegzés

Jelen kutatás célja az alternatív vitarendezés (AVR) alkalmazási lehetőségeinek vizsgálata volt a szociális közszolgáltatások területén a szolgáltatást igénybe vevő személyeket közvetlenül segítő intézményekben, valamint olyan intézményi konfliktushelyzetek feltárása, amelyek esetében az alternatív vitarendezés eszközei alkalmazhatók, és alkalmazásuk eredményesebb lenne a „bevált módszereknél”.

A kutatás korlátai és hiányosságai ellenére a kutatási kérdésekre adott válaszokból egyértelműen körvonalazódni látszik a szolgáltatás mind szélesebb körben történő bevezetése iránti igény. Az esetleges további vizsgálatokhoz a jelen tanulmányban rögzített eredmények alapként szolgálhatnak azzal együtt, hogy teljesebb képet a szektorról az adna, ha az intézményvezetőkön túl a „terepen” dolgozó szakemberek véleménye is elhangozhatna.

A felvételek igazolása

1. Az alternatív vitarendezés eszközei alkalmazásának intézményi konfliktusok során való mellőzése visszavezethető a szükséges ismeretek és tudás hiányára.

Az alternatív vitarendezés fogalma a megkérdezettek többségének ismeretlen volt, ugyanakkor a „mediáció” kifejezést minden interjúalany ismerte. Az ismeret mélysége változó, ahogyan ennek függvényében a téma iránti nyitottság is. Azok, akik már rendelkeztek

több-kevesebb tudással, jártassággal az eljárást illetően, jelentősebb érdeklődést mutattak a szervezetükbe történő következetes bevezetése iránt. Úgy gondolom, hogy a szektorban általában jellemző kommunikációs nehézségek könnyítése érdekében ígéretes jövőt jósol a szakma részéről mutatott érdeklődés. Mindazonáltal a felvetést csak részben igazolta a kutatás: bár a vezetők részéről szükséges felkészültség egyértelműen jelen van, ugyanez mindössze a munkatársak csekély részére igaz. Mindez megerősíti látszik a szervezeten belül az alternatív vitarendezési és kommunikációs technikák elsajátítását célzó képzések relevanciáját.

2. A segítő szakmák tekintetében felmerülő intézményi konfliktusokban más profilú szervezetekhez képest eltérő módon kerül értelmezésre a „felek” fogalma.

A felvetést egyértelműen igazolta a kutatás, amely arra is rávilágított, hogy a vélelmezett eltérés nem egységes a különböző szektorok tekintetében. A mediációs eljárás során általában alapvetés, hogy a felek egymással „szemmagasságban” helyezkednek el, a közöttük zajló interakcióban, a verbális és nonverbális kommunikációban nincs sem „elnyomott”, sem „elnyomó” fél. Az erőviszonyok kiegyenlítése a lehetőségekhez mérten legalábbis szükséges a kölcsönösen elfogadható megállapodás megszületése érdekében. Ezzel szemben az általam vizsgált négy szintér esetében könnyen ki lehet alakítani egymástól lényegesen eltérő két-két csoportot. Más hozzáállást tapasztaltam az idősgondozásban vizsgált lakók és a gyermekek vonatkozásában, mint a hajléktalan ellátás és rehabilitációs intézmények kliensei tekintetében. Előbbi csoport szereplői között annyiból további különbségtétel is egyértelműen kifejeződik, hogy a gyermekek érdekének képviselője jogszabályi szinten is megfogalmazódik. A két csoport között látványos a különbség az esetleges szankcionálásra fennálló lehetőségek igénybevitelének gyakoriságában, amely körülmény önmagában elegendő arra, hogy eltérő mértékben érezze szükségét az egyik, illetve a másik szakterület. Különbséget jelent a szolgáltatást igénybe vevő életkorából adódó képesség a helyzet objektív felmérésére, és az őket ért akciókra adandó reakciók racionális és előremutató megválasztására. A hajléktalan- és a rehabilitációs ellátásban résztvevők szerfüggőséget okozó betegsége jelentős nehézség, amelynek megfelelő kezelése az érintett szakemberek felkészültségén múlik. A kutatás által igazolt tapasztalataim alapján levonhatónak tartom azt a következtetést, hogy a kommunikációs eszközök körének bővítése valamennyi szolgáltató és ügyfél számára jelentős hozadékkal járna.

IRODALOM

- Andok Ferenc – Timár Szilvia (2002) Dilemmák a szociális munkában. *Esély*, 4, 2002.
http://www.esely.org/kiadvanyok/2002_4/ANDOK.pdf (Utolsó letöltés: 2019. október 29.)
- Beer, Jennifer E. – Stief, Eileen (1997) *The Mediator's Handbook*. Gabriola Island, BC., USA., New Society Publisher.
- Benjamin, Michael – Irving, Howard H. (2005) Using the „Mediatable Frame” to define the problem in mediating a parenting plan. *Conflict Resolution Quarterly*, Volume 22, Number 4., Summer, 473–492. <https://doi.org/10.1002/crq.116>
- Bennet, Mark D. – Hughes, Scott (2005) *The Art of Mediation*. USA, NITA.
- Berne, Eric (2013) *Emberi játszmák*. Budapest, Háttér Kiadó.
- Budd, John W. – Colvin, Alexander – Pohler, Dionne M. (2017) *Advancing dispute resolution by unpacking the sources of conflict: Toward an integrated framework* (electronic version). Paper presented at Conflict and its Resolution in the Changing World of Work. 2017. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3045937>
- Capella, Joseph N. (1989) Interpersonal Communication: Definitions and Fundamental Questions. In: Berger, Charles R. – Chaffee, Steven H. (1989eds.) *Handbook of Communication Science*. USA, Sage Publications, Inc. 184–194.
- Deutsch, M. Coleman (2000) *The Handbook of Conflict Resolution*. San Francisco, Jossey-Bass, A Wiley Imprint.
- Drake, Laura E. – Donohue, William A. (2016) Communicative Framing Theory in Conflict Resolution. *Communication Research*, Volume 23, Number 3., June. 297–322.
<https://doi.org/10.1177/009365096023003003>
- Donohue, William A. – Kolt, Robert (1992) *Managing Interpersonal Conflict*. Thousand Oaks, CA, USA, SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781483325873>
- Frei, Frances (2018) How to build and rebuild trust? TED 2018.
https://www.ted.com/talks/frances_frei_how_to_build_and_rebuild_trust?language=hu&fbclid=IwAR238dBPYU4buH925CIGd1azWDzD3pya4_08q08QJvghI_wI60ESggs2oc#t-5214 (Utolsó letöltés: 2019. október 29.)
- Gray, Barbara (2005) Mediation as Framing and Framing within Mediation. IACM 18th Annual Conference, 2005. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=729186
 (Utolsó letöltés: 2019. október 29.)
<https://doi.org/10.2139/ssrn.729186>
- Horányi Özséb (2007szerk.) *A kommunikáció mint participáció*. Budapest, AKTI – Typotex Kiadó.
- Jameson, Jessica Katz *et al* (2009) Exploring the Role of Emotion in Conflict Transformation. *Communication Quarterly*, Volume 27, Number 2, 2009. 167–192.
<https://doi.org/10.1002/crq.254>
- Krémer András *et al.* (2012) *MEDIÁCIÓ Közvetítői eljárások*. Budapest, HVG – ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft.
- Krémer Balázs (2014) Az alapvetések érthetőségéről – és tarthatatlanságáról. *Esély*, Volumen 3. Number 3. 79–86.
http://www.esely.org/kiadvanyok/2014_3/2004-3_3- Kremer az alapvetesek.pdf
 (Utolsó letöltés: 2019. április 08.)

- Lovas Zsuzsa – Herczog Mária (1999) *Mediáció, avagy a fájdalommentes konfliktuskezelés*. Budapest, Múzsák Kiadó.
- Papp Eszter – Rác Andrea (2015) Vigyázat! Emberek! Szociális és gyermekvédelmi szakemberek szakmaképének vizsgálata. *Metszetek* Volume 4. Number 3.
http://metszetek.unideb.hu/files/metszetek%202015_3%20racz%2045-61.pdf
(Utolsó letöltés: 2019. október 29.)
<https://doi.org/10.18392/metsz/2015/3/4>
- Perrow, Charles (1997) *Szervezetpszichológia*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Picard, Cheryl A. (2004) Exploring an integrative framework for understanding mediation. In: *Conflict Resolution Quarterly*, Volume 21, Number 3., Spring, 2004. 295–312.
<https://doi.org/10.1002/crq.64>
- Roloff, Michael E. (1989) Communication and Conflict. In: Berger, Charles R. – Chaffee, Steven H. (eds.) *Handbook of Communication Science*. USA, SAGE Publications, Inc.
- Rogan, Randall G. (2006) Conflict Framing Categories Revisited. *Communication Quarterly*, Volume 54, Number 2. 157–173. <https://doi.org/10.1080/01463370600650860>
- Terestyéni Tamás (2006) *Kommunikációelmélet. A testbeszédtől az internetig*. Budapest, AKTI – Typotex Kiadó.
- Varsányi Erika (2019) Szociális munka és kultúra. *Beszélő*, Volume 11. Number 7.
<http://beszelo.c3.hu/cikkek/szocialis-munka-es-kultura> (Utolsó letöltés: 2019. április 08)
- Wartella, Ellen – Reeves, Byron (1989) Communication and Children. In: Berger, Charles R. – Chaffee, Steven H. (1989eds.) *Handbook of Communication Science*. USA, SAGE Publications, Inc.

Egyéb forrás

1993. évi III. törvény a szociális igazgatásról és szociális ellátásokról
2002. évi LV. törvény a közvetítői tevékenységről

JEL-KÉPES ÉS VALÓSÁGOS KAPCSOLATOK

Birodalmak és fundamentalizmusok a globalizációban

Kiss Endre

andkiss@hu.inter.net

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2019.3.103

Absztrakt

A globális „impérium”-ok kölcsönös és körkörös versengése olyan új jelenség, amely határozott időbeli fáziskéséssel másodlagos jelenséggé artikulálódik az első vonalat képviselő többszintű globális együttműködés mögött. A „második” vonalnak ez a körkörös versengése új típusú háború. Ezt a háborút nem harcoló hadseregek vívják és nem frontális összeütközések jellemzik. A körkörös küzdelemnek ez a növekvő jelenléte kiolthatja a tudatban a globális együttműködés evidenciáit. A második vonal e kölcsönös versengése annyira a politika és a nemzetközi élet alapjelenségeiből indul ki, hogy hajlamosak lennénk azt gondolni, hogy csak igen távoli lehetőség lenne e küzdelemnek az ideológiák vagy a civilizációk harcával való összekapcsolódása. Ez a két versengés azonban mára már összekapcsolódott. Mindezzel már a fundamentalizmus is történetének új korszakába lépett.

Kulcsszavak

globális „birodalmak”, a második vonal körkörös küzdelme, új típusú háború, hátszág

SYMBOLIC AND REAL CORRESPONDENCES

Empires and Fundamentalisms in the Globalization

Endre Kiss

Abstract

Our thought process is concerned with the new phenomenon of the mutual competition of the global „empires”. It is about a competition that comes true as secondary phenomenon behind the phenomenon of a multi-strata global cooperation on the first line. This rivalry is not characterized by combatting armed forces or frontal clashes. This rivalry is rather determined by the idea of weakening, if possible, the opponent. The supposed and hypothetical victim role of the hinterland becomes a reality in this context very sharply. The imperial conflicts of the second line (behind the global cooperation that constitutes the first line) adopt always clear ideological-philosophical forms in any of their constitutions.

Keywords

mutual competition of the global „empires”, second line rivalry, clash of civilizations

JEL-KÉPES ÉS VALÓSÁGOS KAPCSOLATOK

Birodalmak és fundamentalizmusok a globalizációban

Kiss Endre

A specifikusan imperiális viszonyok a globalizáció világában az egyes aktori szerepben lévő államok egymással vívott versenyének elvén át érvényesülnek egy, a globalizáció egészének makrószintjén még mindig valamilyen mértékben megvalósuló együttműködés keretében.

Az „imperiális” jelző nem véletlen vagy tradicionális megjelölés, amely bizonyos jelenségeket időtlen általánosságban lenne hivatott jelölni. A globalizáció szövegösszefüggésében az „imperiális” azt a specifikusan új relációt jelenti, amelyet Huntington a *clash of civilizations* jelenségében már akkor éleselméjűen leírt, amikor a világ nagy része még bizakodással tekintett az 1989-cel kinyíló új történelmi korszakra és mélyen meg volt győződve arról is, hogy felépül a nemzetközi élet új rendje, megszerveződik egy új ENSZ, megváltozik a Biztonsági Tanács összetétele, új életet lehelnek a halódó UNESCO-ba, és nem hezitálnak komoly viták tárgyává tenni az immár nem létező kommunizmus ellen létrehozott NATO jövőjét sem.

Ha nem is kitörő örömmel, a világnak azóta már be kellett látnia, hogy a civilizációk Huntingtonnál szükségszerűen imperiális harca (amiket e szerző még jámbor „különbségek”-ként aposztrofált) napjainkra immár önbeteljesítő jóslatnak bizonyult.

Az imperiális dimenzió növekvő jelentőségének érzékelése, majd szükségszerűen egyre komplexebb elemzése semmiképpen sem jelenti azt, mintha a globalizációt ez a dimenzió a kizárólagosság nagyságrendjében jellemezné. A globalizáció, mint sajátos teoretikusan jellemezhető világállapot amúgy sem jellemezhető a történeti folyamatoktól függetlenül egy-egy kiemelkedő vonással.

A viszonyok gyors változása közepette az imperiális viszonyok változásai részben önmagukhoz viszonyítva válhatnak fontossá, részben a maguk viszonylagosságában, a globalizáció többi legfontosabb dimenziójához viszonyítva. Mivel az imperiális szereplők a globalizáció aktoriális oldalának kiemelkedő képviselői, a globalizáció imperiális dimenziója önmagában is erőteljes alátámasztását jelentheti az aktoriális karakter különleges jelentőségének.

Az imperializmus aktuális szövegösszefüggésében új módon keveredik, helyenként egyenesen egyesül is az aktoriális történés objektív és szubjektív oldala. A dinamikus tér strukturális lehetőségeit az egyes aktorok kihasználják, vagy nem használják ki.

A globalizáció imperiális dimenziójának előtérbe kerülése a 2000-es évektől minden, csak nem magátólértetődő. Későbbi korok kutatója törheti majd a fejét azon, hogy 1989 után az imperiális dimenziót közvetlenül már alig, vagy egyáltalán nem vették fel a politikai és

filozófiai kommunikációba. A történelmi pillanat eufóriája olyan világot vízionált, amely egyszer s mindenkorra megkönnyebbülve iktatta ki az imperiális gondolkodást és gyakorlatot az immár egységesen demokratikussá és liberálissá váló univerzumból. Ehhez tartozik az a körülmény is, hogy maguknak az ebből a szempontból legfontosabb globális aktoroknak is időre volt szükségük ahhoz, hogy új profilt alakítsanak ki önmaguk számára vagy akár, mint Kína, tudatosan építsék ki új identitásukat.¹

A globális „impérium”-ok kölcsönös és körkörös versenge olyan új jelenség, amely határozott időbeli fáziskéséssel másodlagos jelenségeként artikulálódik az első vonalat képviselő többszintű globális együttműködés mögött. A második vonalnak ez a komplex, körkörös versengése gyakran aszimmetrikus formákat ölt. De kinek a kárára folyik a globális aktorok e körkörös és kölcsönös versengése?

A második vonalnak ez a körkörös versengése magától értetődően foglalja magában a gazdaságot. Természetesen nagyon is ügyelnünk kell arra, hogy a gazdasági verseny mindnapos valóságának elemeit csak abban az esetben minősítsük e körkörös versengés elemének, ha azt igazolni tudjuk. A kutatás és reflexió számára ebből a konkrét helyzetből annyi marad lényeges, hogy lesznek számára olyan gazdasági mozzanatok, amelyek részei a második vonal e versengésének és lesznek olyanok, amelyek esetében ez a felvetés irreleváns.

A „második” vonalnak ez a körkörös versengése új típusú háború. Ezt a háborút nem harcoló hadseregek vívják és nem frontális összeütközések jellemzik. Ezt a versengést az az alap gondolat vezérli, hogy az ellenfelet (néhány ellenfelet, minden ellenfelet) gyengítsék, legyen szó akár materiális, akár szimbolikus, akár pedig virtuális vagy propagandisztikus akciókról. A második vonalban folyó körkörös versengés normál állapota az egyes globális államok háttérzuga ellen irányul. Nem a versenytársak elitje vagy más kiemelkedő csoportja tűnik valószínű vesztesnek, hanem a „háttérzuga”, a részt vevő, ugyancsak globális „imperialis” szereplők mindennapi élete, reprodukciójának feltételei.

„Ellen-világba” kerültünk: a jól fizetett professzionális (köznyelven: zsoldos) katonák fajlagosan sokkal alacsonyabb szintű veszélyben forognak, mint a szankciókat elszenvedő országok szegény népeisége vagy éppen azok, akiket egy-egy eltévedt rakéta vagy drón talál fel.

Egy olyan gazdasági lépés, amely változásokat hoz a nyersanyagárakban, megváltoztatja a tőzsde prioritásait vagy módosítja a piacok viselkedését, megváltoztatja a második vonal körkörös versengésének állását. Bizonyos határok között ez a versengés nem is feltétlenül válik láthatóvá a globális kommunikációban, nem is feltétlenül érinti láthatóan az univerzális együttműködést („első vonal”) és sokszor még csak nem is konfliktusként élük át azokat. Igen gyakran maguk az egy-egy konkrét lépés vagy akció áldozatai nem is tudják, hogy az őket sújtó csapás honnan érkezett és mit jelent.²

Ebben az összefüggésben a Wiki-Leaks jelenségvilága és nem utolsósorban a Snowden-ügy semmiképpen sem kivételes esemény. Az lenne éppen a meglepetés, ha a szóbanforgó globálisan „imperialis” aktorok nem irányítanának egymás ellen körkörösön hasonló akciókat.

¹ A globális aktorok önkeresése gyakran ölti az *identitás-keresés* formáját. Kína a globális korszakban már bizonyosan „impérium” volt, ez azonban igen sokáig megmaradt virtuálisnak, amíg mindez az új évezred elején hirtelen felgyorsult, ami bizonyosan nem volt független a vezetők stratégiájától. Ettől nem teljesen független, de ezzel nem azonos az ú.n. „identitás”-politika, amely az elmúlt évek új jelensége, jóllehet teoretikus feldolgozása a maga látszólagos „megértésé”-ben az új identitás-problémák iránt el akarja terelni a figyelmet az új imperialis összefüggésekről

² Érdekes igazolása és egyben továbbfejlődése e kölcsönös rivalitásnak, amikor az egymással versengő/kooperáló aktorok között a szokásosnál szorosabb kooperációk és szövetségek jönnek létre, amelyek – a versengésen és a kooperáción egyként belül – deklarálják, hogy egymáshoz közelebb állónak érzik egymást, mint a rivalitás/kooperáció többi szereplőjét.

Ami az ilyen esetek botrányszerű nyilvánosságra kerülésében olyan mérvű csalódást okoz, az nem is annyira a rituális utalás a *business as usual* állapotára, mint inkább az az igénytelenség, amivel még azt sem kísérelik meg, hogy a „második” vonalnak ezt a körkörös küzdelmét kapcsolatba hozzák az „első” vonal globális kooperációjával.

A körkörös küzdelemnek ez a növekvő jelenléte kioltja ebben a tudatban a globális együttműködés evidenciáit, egy sokkal gyorsabb, közvetlenebb, sőt nyersebb változatát hozza vissza egy olyan világnak, amely a globalizáció előtt nem is álmodhatott az univerzális együttműködés lehetőségéről.

Egy ilyen modell a maga általánosságában („mindenki harca mindenki ellen” – leegyszerűsített formában) látszólag nem mutat semmiféle specifikus vonást a globalizációt megelőző korszakkal összevetve. Az olyan mozzanatok, mint a Snowden-ügy, azonban nem csak a kölcsönös lehallgatás „normalitása”-t húzzák alá nem utolsósorban az új technikai eszközök szemszögéből. A „néma” háború más vonásai is érzékelhetővé válhatnak: a globális együttműködés jegyében szerveződő globális világ (az „első vonal”) körülményei között Snowdent el is rabolhatták volna.

Az „imperiális” aktorok e második vonalbeli rivalizációjának különleges eleme a fegyvergyártás és a fegyverkereskedelem. Józan ésszel elképzelhetetlen, hogy ez a jó akarattal a gazdasági és a gazdaságossági szempontokat szem előtt tartó kereskedelem rövid úton ne váljon a körkörös versengés részévé. A rendszerelméleti viszony a politikai és a gazdasági alrendszer között újra meg újra más megvilágításban léphet fel. Egy elvont globalizáció-értelmezés összefüggésében a politikai alrendszer viszonylagos leértékelését kellett megállapítanunk, miközben a második vonal e kölcsönös versengésében gazdaság és politika már minden nehézség nélkül átmennek egymásba.

A „hátszág” feltételezett áldozati szerepe ebben az összefüggésben is igazolódik: ha használják ezeket a fegyvereket, azért (hiszen nincsen olyan népesség, aki ki tudna maradni a számos színezetű összeütközéstől), ha pedig nem használják a fegyvereket, akkor azok költségeit így vagy úgy az ő anyagi hozzájárulásukkal kell előteremteni.

Nem más a helyzet a reprezentációk és szimbólumok versenyével. Egy kínai olimpia, orosz rendezésű téli olimpia vagy brazil futball-világbajnokság racionális döntés eredményeként jöttek létre, az is kétségtelen azonban, hogy részei a globalizáció imperiális nagyságrendű aktorai közötti versenynek is a „második” vonalban. Az is kétségtelen, hogy e megrendezvények költségeit is a közelebről nem jellemzett „hátszág” fogja majd viselni, s amennyiben valamilyen anyagi nyereség is fűződik az ilyen szimbolikus rendezvényekhez, abból bizonyosan nem fognak részesülni.

Ez a második vonalbeli küzdelem olyan médiumnak bizonyul, mely olyan jelenségeket is képes felvenni magába, amelyek tőle teljesen függetlenül jöttek létre. Bizonyos tényezők esetében már ezért olyan jelenségeket is hajlamosak vagyunk e versengés részeinek tekinteni, amelyek kifejezetten helyi érdekeltségűek lehetnek. Ha Kuwaitban növekszik a civil lakosság elégedetlensége, és ehhez még a nőmozgalmak is csatlakoznak, ezt a folyamatot már lehetetlen helyi érdekűnek tekinteni, úgy váltak már a körkörös versengés részévé, hogy erről addig nem is vettünk tudomásul.

Az energia és az energiaellátás kérdése ugyancsak olyan terület, amelyen a decizív (akaratlagos) és a spontán akciók aligha választhatók el egymástól a második vonal körkörös versengésének szövegösszefüggésében. Ezen a területen a szó szoros értelmében egy lépést sem lehet tenni anélkül, hogy az ne hasson egy sor más szereplőre, s csak ez után jöhet még annak elválasztása, hogy mely dimenziói alakulhatnak ki a már szándékolatlan, másodlagos hatásoknak.

Újabb indirekt bizonyítéka a második vonal körkörös küzdelmeinek, hogy ezt számos esetben közvetetten tekintetbe veszik, és azt kommunikálják is. Létezik „fájdalomküszöb”, amit hallgatlagosan figyelembe vesznek, s ez időnként néha olyan valaminek a „fájdalomküszöbe”, amelyet egyébként a maga pozitív alakjában távolról nem mond ki senki. A lassan rendszeressé váló „drón”-háború vagy -háborúk ügyében megütheti a szemünket egy olyan mondat, hogy ezek irányításakor figyelembe veszik azt, hogy azok „ne hatoljanak át Kína területei fölött”.

Szinte szemünk előtt válik érzékeny területté olyan alapítványok, szervezetek és más közhasznú egyesületek támogatása, amelyeket pusztán a „máshonnan” érkező támogatás miatt nem az „első” vonal (tehát a globális kooperáció univerzalizmusa), de a „második” vonal körkörös küzdelmeinek szövegösszefüggésében ítélnék meg. Módszertani szempontból ez kivételesen értékes példa: itt a két megközelítés, és maga a változás éppen azok között a kategóriák között történik, amelyeket gondolatmenetünk középpontjába állítottunk.

Sajátos és ezen keresztül különleges szerep jut osztályrészül a tömegkultúrának, illetve még általánosabban, a tömegkommunikációnak. Ennek nemzetközisége minden megmaradt nyitott kérdés ellenére is befejezettnek tekinthető, ennek korlátozása csak szélsőséges hatalmi szóval képzelhető el. A második vonal körkörös küzdelmei olyan intenzitással vágatnak keresztül a média csatornáin, hogy annak egyes részleteit lehetetlen érzékelni, arányait ugyanolyan lehetetlen áttekinteni. A körkörös küzdelemben sajátos aszimmetriát visz az a tény, hogy az amerikai és az amerikai típusú tömegkultúra jóval jelentékenyebben befolyálja a többi imperiális aktort, mint az számos ok miatt a fordított irányban lehetséges. Ez még akkor is így van, ha ez a fölény már nem határtalan, vagy a helyzet már nem egyoldalú.

Érdekes empirikus kutatásokat lehetne folytatni arról, hogy milyen hatással van éppen a második vonalnak erre a körkörös versengésre az a tény, hogy az információk harcában valamelyes kiegyenlítődés jöhetett létre. Sajátos önálló kérdést jelent ebben az összefüggésben, hogy a nagy csatornak nemcsak általában informálnak a „világ”-ról, de sokszor egy-egy másik világ történelmének, társadalmának vagy egyes aktorainak meghatározó értelmező és értelemadó tényeit is feldolgozzák. Ez (akár a legmagasabb művészi, akár a legdirektebb propaganda-szándékkal) persze korántsem előzmény nélküli, mégis új tartalmat és funkciókat nyer a második vonal e körkörös versengésében. Egy aktuálisan Che Guevaráról készített amerikai filmről jegyezték meg: „Mások mondják el a mi történeteinket”.

Az egyes globális „impérium”-ok ebben a második vonalban akár békésen, akár didaktikusan, akár analitikusan, akár egymás befolyásolása céljából már közvetlen kommunikációt is folytathatnak egymással. Így Amerikát egy lélegzetre nevezték „Mars”-nak és Európát „Vénusz”-nak, s az utalás valóságos szándékai senki előtt nem maradhattak kétségesek.

Amennyiben, kezdetben a „költségek” összefüggésében, a hátország szóba került (ami egyszerűen a nemzetközi kommunikáció beállítódásai és a médiafelületek szűkössége miatt meglehetősen ritka), arra is fel kell figyelnünk, hogy maga a „hátország” más társadalmi, szociológiai és szociális valóságot jelent a legtöbb itt szóban jövő globális szereplő mindegyikének esetében. Európa esetében ez a „hátország” minden, csak nem homogén, gyakorlatilag nemzetállamokból áll, *amelyek számára nagyonis eltérő módon osztják tovább a körkörös rivalizációból származó hátrányokat.*

Hátország és hátország között tehát alapvető különbségek vannak. Már az egyenlőtlen elosztás pusztán ténye és nagyságrendje is alapvető probléma, ami minden elemzésben önálló megoldandó problémákat vet fel. Ha például alaposan kiszámítaná valaki, hogy a nagy dicsőséggel „európai”-nak nevezett felsőoktatási politika Európán belül (mert nem csak európai játékosok lehetnek érintettek ebben) mely államoknak jó és melyeknek nem, megérthetjük e probléma nagyságrendjét.

Nem kerülhetjük meg azt a kérdést, hogy vajon ez az új jelenség nem lép-e kapcsolatra azzal, amit közkeletűen az ideológiák vagy a kultúrák harcának neveznek (ismét Huntington!), s ami elemzésnek gyatra, jóslatnak pedig apokaliptikus volt már a kilencvenes évek első felében.

A második vonal e kölcsönös versengése annyira a politika és a nemzetközi élet alapjelenségeiből indul ki, hogy hajlamosak lennénk azt gondolni, hogy csak igen távoli lehetőség lenne e küzdelemnek az ideológiák vagy a civilizációk harcával való összekapcsolódása. S ez így is lenne, ha – mint ahogy érzékeltetni törekedtünk – időközben ez a kölcsönös versengés nem öltött volna már egyre komplexebb és átfogóbb formákat.

Ez a két versengés mára már összekapcsolódott. Helyes képet valójában csak akkor alkothatunk e folyamatról, ha észrevesszük, mennyi valóságos ideológia van azokon kívül is, amelyeket számba szoktunk venni. Az elmúlt korszakban mindezek az ideológiák, világnézetek, amelyek sok esetben egész vallásokkal, civilizációs egész-képzetekkel is azonosak, önmagukban is egyre fundamentálisabbakká váltak.

A helyzetkép két progresszíven emelkedő tendencia egymásba fonódásáról tanúskodik. Egyrészt, mint láttuk, a körkörös versengés egyre erőteljesebb és átfogóbb lesz, másrészt nagyszámú ideológia egy már-már ideológiamentesnek kikiáltott világban egyre erősebben fundamentalizálódik. A két folyamat egymásra találása e negatív folyamatok erősödését ígéri.

Mindezzel már a fundamentalizmus is történetének új korszakába lépett. Az egyes ideológiák és világnézetek hasonultak egymáshoz, önmagukhoz képest fundamentalistábbakká váltak, ebben a folyamatban küzdelmeik egymást erősítően hatnak a fundamentalizáló tendenciákra. A közszellem, a nyilvánosság köznyelve és ennek megfelelően a tömegkommunikáció majdhogynem észrevétlenül tolódik bele a fundamentalista struktúrákba, értékekbe és más stílusjegyekbe, az egyes politikai közösségekben a fundamentalizmusra hajló csoportok egyre közvetlenebbül artikulálják önmagukat, az azokat ellenzők kritikája egyre elnagyoltabb lesz, erejük gyengül, már csak azért is, mert a mindennapi politikai küzdelmekben egyre hátrébb sorolódik ez a kritika.

Kezdetét veszi az az eltolódás is, hogy társadalmi szereplők már nem mindig vannak tudatában bizonyos kijelentések valóságos jelentésének. A tematizálás fő vonala megváltozik. A világnézeti irányok alkalmazkodnak az új fő vonalhoz.

A globális „impériumok” körkörös, második vonalbeli harca (hangsúlyozzuk, hogy az „impérium” itt metaforikus jelölése egy sajátos globális állam-típusnak) és a gyakran hangoztatott „civilizációk” harca erőteljesen útban vannak ahhoz, hogy egyre szélesebb felületeken összenőjenek. Számos politikai akarat alakítja ezt a folyamatot, mégis látnunk kell, hogy az amúgy is hatalmas általánosságokban mozgó „gyűjtő” ideológiák egyre pontatlanabb, tudományelméleti és ideológiakritikai, de tudásszociológiai szempontból is egyre azonosíthatatlanabb és véletlenszerűbb tartalmakat és üzeneteket fogalmaznak meg. A fundamentalizmus kikovácsolásának útján valamilyen stádiumban tartó ideológiák egyre sikeresebben képesek ellátni magas politikai funkciójukat, azaz látható eredményekkel integrálják az egyre szélesebb, egyre eltérőbb kulturális és politikai alapokkal rendelkező, egyre megingatottabb társadalmi és szociális csoportokat. Ennek következtében annál közömbösebb lesz valójában a fundamentalizmusok konkrét tartalma, és annál könnyedebben léphetnek kölcsönhatásra a körkörös versengés eredetileg mindenféle ideológiától, de különösen mindenféle fundamentalizmustól távol álló „impériumok”-kal.

Igazi nagyvonalúsággal jellemzi a köznyelv immár nemcsak a fundamentalizálódó ideológiákat, de már magukat a birodalmakat is. A Gorbacsov-utáni Oroszországot máig nem tudják tipológiai kategóriába sorolni. Kína sem jár sokkal jobban, hol kommunizmusa, hol neoliberalizmusa alapján ítélik meg (és el). Kínos igyekezettel keresnek olyan megkülönböztetéseket, amelyek az egy csoportba tartozó Európa és Amerika között lehetséges (a már emlí-

tett kreatív ötlet Marssal és Vénusszal erről a szükségletről árulkodik). Az ezer sebtől vérző Egyesült Államok e civilizációs nyelv szerint száguldó siker-hatalom.

A birodalmak másodlagos versengésén és a fundamentalista ideológiák küzdelmének összenövése komolyan veendő veszélyeket rejt magában. Az első veszély intellektuális természetű, és részben az előzőekben már utalnunk is kellett rá. Egy „impérium”-nak (használjuk bármilyen metaforikusan is ezt a kifejezést) egy „civilizáció”-val, „világnézet”-tel, „vallás”-sal vagy „kulturá”-val való közvetlen és maradéktalan megfeleltetése nem egyszerűen megdöbbentő szimplifikálás, de intellektuális botrány is (amely ugyancsak vissza száll Huntington fejére, de legalább annyira azokéra is, akik a legmérvadóbb csatornákon nem mondták ki időben ezt a nyilvánvaló tény). Egy ilyen horderejű egyszerűsítés önmagában is a legnagyobb veszélyek közé tartozik. De még elmélyült érvelésre sincs szükség a tézis kivételes színvonaltalanságának demonstrálására. Ez a kijelentés *mutatis mutandis* annak felel meg, mintha valóban azt gondolnánk, hogy a Római Birodalom rómaiakból állt, akik magától értetődően a Római Birodalom civilizációját, világnézetét, vallását és kulturáját képviselték...

Egy ilyen szélsőséges leegyszerűsítés a globális viszonyok értelmezésében minden biztonnal önbeteljesítő jóslattá is válik. A globális világot ugyanis nem sokkal ezelőtt még szélsőségesen komplex, történelem utáni, posztmodern, posztindusztriális, információs vagy éppen tudásalapú világként képzeltük el. Könnyű ezek után elgondolni, hogy mi történik, ha ugyanezt a valóságot kezelésbe veszi a szélsőségesen leegyszerűsítő, premodern, preindusztriális, történelem előtti fundamentális tudás.

Az egymással vívott körkörös küzdelem ebben a környezetben természetes ugrással átsap a saját társadalom ellen folytatott erőfeszítésbe is – a saját társadalom meglévő, s mint láttuk, már-már véglegesnek érzett pluralitása akadálynak bizonyul a külső ellenfelekkel folytatott versenyben.

E kettős rivalizáció járhat azzal a hatással is, hogy a közvélemény, de akár a hivatásos politika számára is észrevétlen vagy akár észrevehetetlen sebességűre kapcsol az ellentétek éleződése. Mivel a politika és a nyilvánosság részterületeinek képviselői igazán alaposan csak saját szemszögükből érzékelik a folyamatokat, a két nagy versengés összekapcsolódása, esetleg már egy kialakuló ellenségkép-képződés az összefolyamatok szintjén sokáig észrevétlen is maradhat. Az ideológiai összezsapások veszélye megnőhet.

Az egyes, metaforikusan, „impériumok”-nak nevezett nagy globális szereplők egyre több elemmel kiegészülő versengését tehát az egyes nagy régiók belső fundamentalizálásának tendenciája kíséri. Ebből a szempontból pedig az 1989 utáni történelem, azaz a tiszta fogalma szerint vett globalizáció korszaka meglehetősen védtelen helyzetben van. A minősített demokráciának is lehetnek korszakunkban fundamentalista elemei, miközben a minősített fundamentalizmusnak is lehetnek kvázi-demokratikus elemei.

Jóval problematikusabb tény, hogy az eddig kialakult nagy szembenállások akaratlan előnyt alakítottak ki a fundamentalizmusok számára. Amíg a „Nyugat” számára (most így foglalva össze az egyik globális „impérium”-ot) 1989 után bevallottan vagy nem-bevallottan a kommunizmus volt az első számú fundamentalista ellenségkép, addig a „Kelet” számára (most ebben a logikában foglalva össze egy konkrét „impérium”-típus szereplőt) ugyanígy a liberalizmus volt az első számú fundamentalista ellenségkép. A két alapvető ellenségkép sajátos szereposztás is. *A szerepeknek ebből az elosztásából „Nyugat”-on is, „Kelet”-en is ki-marad a fundamentalizmus.* Ez a típusú együttállás olyan helyzetet teremt, ami „megfelel-kezik” a fundamentalizmusról. Eközben az antikommunizmus és az antiliberalizmus ráadásul paralizálja is a kommunizmus és a liberalizmus eredendő antifundamentalista energiáit.

AZ ARPA-NETTŐL EGY UTÓPISZTIKUS JÖVŐIG

Csordás Hédi Virág

hedi.csordas@filozofia.bme.hu

Szűts Zoltán: *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei.* Budapest, Wolters Kluwer, 2018.

A huszonegyedik század elején a média és az infokommunikációs technológia (IKT) meghatározza és alakítja a társadalmi folyamatokat. Kijelenthetjük, hogy a számítástechnika a mindennapok részévé vált, kialakult az információs társadalom (network society), amelynek jellemzője, hogy tagjai szinte észrevétlenül, automatikusan használják az IKT eszközöket. A világ lakosságát tekintve több, mint négy billióan használják az internetet, közel három billióan tagjai a közösségi médiafelületeknek, öt billióan rendelkeznek okostelefonnal és három billióan ezeken a készülékeken használják a közösségi oldalakat.¹ (HIV)

Joggal tehetjük fel a kérdést, hogy az online kommunikáció milyen hatást gyakorol a társadalomra. Hogyan alakulnak át a társas szokásaink, hogyan fogunk egymással kommunikálni, társat találni, gyerekeink milyen modellt követve fogják elsajátítani az ismereteket? A változás korát éljük, nézhetjük a technológia adta lehetőségek pozitív oldalát (gyors információszerezés, kimeríthetetlen tudástárak elérése, a kulturális kincsek megőrzése stb.), de megannyi veszélyt is tartogat magában az online jelenlét (a gondolkodási módok megváltozása, az elmagányosodás megjelenése, a cyberbullying jelensége, az álhírek megjelenése stb.) Egyrésztől érzékeljük az online jelenlét mindent átszövő hatását, magunk is prosumerek² leszünk, másrésztől pedig működtetjük, fejlesztjük az infokommunikációs eszközöket.

Szűts Zoltánnak az internet megalkotásának ötvenéves évfordulóján megjelent könyve hiánypótló enciklopédia, amely az internetes média és kommunikáció jelenségeinek széles-spektrumú elbeszélésére vállalkozik, összekapcsolja a technológiai, társadalmi, kulturális és oktatási dimenziókat, mindeközben mikro- és makroszintű történeteket mond el. Fél évszázad történetét leírni ötszáz oldal terjedelemben nagy kihívás, főleg akkor, ha az infokommunikáció szerteágazó fejlődését és hatását akarjuk summázni. Szűts könyve mégis megvalósítja a lehetetlennek tűnő feladatot, kiváló szerkesztéssel, a fókusz szem előtt tévesztése nélkül és mértéktartó elbeszélő móddal az olvasónak nem lesz hiányérzete a könyv végén. A jelenségek bemutatásához kronologikus narratívát választott, de gyakran találkozunk előremutató, szerte-

¹ <https://hu.vpnmentor.com/blog/internetes-trendek-statisztikak-tenyek-az-u-s-ban-es-vilagszerte/>

² A *prosumer* kifejezés két angol eredetű szó egyvelegéből jött létre: a *producer*, mint tartalom előállító és a *consumer*, mint fogyasztó szavak összevonásából. A prosumer tehát olyan fogyasztó, aki nemcsak fogyasztja az adott médiaterméket, hanem véleményezi, megalkotja azt.

ágazó linkekkel, melyek megelőlegeznek történéseket (hálózatok és az okostelefonok fejlődése), de bizonyos helyzetekben utólagos magyarázatként is szolgálnak (játékok szerepe az IKT eszközök fejlődésében). A szerzőt dicséri, hogy megemlíti azokat a magyar fejlesztőket, akik megalapozták az online eszközök jelenlegi fejlettségét, mint Neuman János és Kozma László. A kötet az iránymutató előszón és az összegző utószón kívül öt nagyobb fejezetet tartalmaz, ezeken belül ötvennégy alfejezetet és majdnem ezer lábjegyzetet foglal magába az írás. Külön dicséretet érdemel a fejezetek címadása, frappáns, lényegre törő, olykor képi elemeket magába foglaló megfogalmazásokkal találkozhatunk (például: *Az „információs szupersztráda”* építése, vagy a *Requiem egy nyomtatott lapért és tévécsatornáért*). A recenzióknak nem célja, hogy a könyv összes elméleti megállapítását átadja, ezért a továbbiakban röviden, egy-egy aspektus kiemelésével igyekszem ismertetem az öt nagyobb egység elemeit.

A *Nulladik rész: A hálózatok elmélete és a számítógépek története* címe fejezetben Szűts áttekinti azokat a vívmányokat, melyek megalapozták a mostani digitális korszakot. A technológia alapkövét a hálózatok történetének kezdetén, 1844-ben Samuel Morse a távíró feltalálója tette le. Rövidesen megjelentek azok a megoldások, amelyek lehetővé tették a vezetékes, majd vezeték nélküli internetkapcsolatot. Az 1980-as évek elejétől számítjuk a mobiltelefonálás alapját jelentő első generációs analóg (1G) hálózat létrejöttét, amelynek a kiteljesedését a mai negyedik generációs (4G) technológia jelenti. A szerző részletesen mutatja be, hogy a nívumnak számító óriásgépektől, hogyan jutunk el a postán érkező házi összeszerelést igénylő gépekig. Szűts foglalkozik azzal, hogy a házi-, illetve személyi számítógépek hogyan válnak a háztartások alapvető részévé, és végül kitér arra, hogy miként jutunk el a napjainkban természetesnek vett hordozható mobil technológiáig. Ebben a fejezetben ír a szerző a már említett magyar vonatkozásról, a keleti blokk lemaradásáról és küzdelmeiről. A fejezet elején egy fontos megállapítást olvashatunk, miszerint „a kommunikáció az interakciós folyamatban résztvevő gépek segítségével a felhasználók között jön létre” (59. oldal), fontos látni, hogy az internet sikere és népszerűsége nem feltétlen technikai olvasatú, hanem társadalmi, hiszen emberek működtetik azokat.

Az *Első rész: Az ARPANET-től az internetig* című fejezetben a szerző az 1960-as évektől kezdve mutatja be azt a szövevényes és olykor nehéz folyamatot, melynek végeredménye a mindenki számára elérhető internet, ami a modern társadalom alappillére. Olvashatunk az első hackerről (Ted Nelsonról az 1960-as években), a *hyperlink* kezdeti koncepciójáról (1965-ben hangzik el először a link kifejezés egy konferencián), a *domain* név kialakulásáról (közvetlenül az ARPA net fejlesztéséhez kapcsolódva megalapozza a mai IP címeket), az első (1972-ben elküldött) e-mailről és az online média születéséről. Szűts úgy vélekedik, hogy az internet újdonsága csak akkor ragadható meg igazán, ha megvizsgáljuk a tömegkommunikációs és médiakörnyezetet is, amibe belépett. Kiemeli, hogy a háború idején az információk továbbításnak tömegkommunikációs médiuma a rádió volt, majd rövidesen kiszorította a televízió és az audiovizuális tartalom, végül 1980-ra az internet egyre inkább meghatározta a társadalom életét. Egy új ablak nyílt a világra, kialakult az internet *one-to many* modellje mellett a *many-to-many* megközelítés, egy új nyilvánosság, a nemzeti hálózati elit jött létre az interneten.

A *Második rész: A világháló* című fejezetben a szerző már nem a technológiai vívmányokra helyezi a hangsúlyt, hanem a felhasználókra, mindezt úgy teszi, hogy nem mond értékítéletet a technológia okozta társadalmi és kulturális változásokról, hanem egyfajta közép-utat jelöl meg. Érzékletesen mutatja be, hogy az internet egyrészt lehetővé teszi, hogy bárki kommunikátor legyen, másrészt pedig ennek a folyamatnak a következménye a folyamatosan bővülő tartalom, ami egy idő után kontrollálhatatlan és öngeneráló lesz. Az információs tengerben csak úgy lehet partra szállni, ha a felhasználók elsajátítják az információs műveltséget és megtanulnak szelektálni a tartalmak között. A megjelenő tudástár azonban számtalan lehetőséget is biztosít, kontinenseken átívelve is elérhetővé válik a tudás *e-learning* rendszernek köszönhetően. A szerző hangsúlyozza, hogy a képi tartalom online megjelenése az

internet dominanciáját eredményezte. Ma a médiakonvergencia jelenségének lehetünk tanúi, ugyanis az internet a hagyományos médiumokat magába olvasztotta és egyeduralgoként határozza meg a médiafogyasztási szokásainkat. A fejezetben többek között szó esik az első fórumok kialakulásáról, a virtuális terekről, az apróhirdetések online felületen történő térhódításáról, a zenehallgatási szokások átalakulásáról, a Google-ről, a blogokról, a chatelésről, végül az internetfüggőség és a másodlagos írásbeliség témakörét fejti ki az író.

A *Harmadik rész: A web 2.0 és a közösségi média* című fejezetben a 2004-es évek utáni állapotról olvashatunk, amikor a társadalom tagjai már gyakorlott internetfelhasználók és médiatartalom előállítók lettek, „a hangsúly a közzétételről a megosztásra, a passzív jelenlétől a részvétel felé tolódott.” (306. oldal) Az egyének a képernyőkön keresztül élik meg a mindennapokat, a munka és a magánélet színterei a hálózatban foglalták el a helyüket. A közösségi média megváltoztatta a nyilvánosnak a szerkezetét, kiszélesedett a horizont, új beszédtemák, beszédmodok jelentek meg. Részletesen olvashatunk a közösségi média születéséről (Myspace, iWiW, Facebook), a zenehallgatás forradalmát jelentő Youtube-ról, a vizualitás térhódításáról (Instagram, Pinterest) és a mémek születéséről, továbbá elkalandozunk az emotikonok világába és a kiterjesztett valóság jelenébe. A fejezetben a társadalmi nyilvánosság és a demokrácia átalakulásának folyamatára is kapunk példákat, ilyen téma a választási viták online megvalósulása, a Twitter és a politikai szféra kapcsolata, valamint az arab tavasz és a közösségi média összeszövődése. A szerző elsőként használja a „15 klikk hírnév” terminust, amelyet Andy Warhol 1968-ban tett kijelentése alapján vezet le, miszerint „a jövőben mindenki híres lesz 15 percre”. Az átalakult médiakörnyezetben Szűts szerint 15 percnyi hírnév minimum 15 millió megtekintésre fordítható le. A fragmentált és a túlradó információáradatban a felhasználóknak azonban csak 15 kattintásnyi, vagyis 15 másodperces hírnév érhető el, utána elvesznek az internet bugyaiban.

A *X. rész: A jelen és a jövő kihívásai* című fejezetben a szerző a jelenben még pontosan nem körülhatárolható jelenségegyüttesek leírására vállalkozik. A rövid, de tartalmas fejezetben szó esik az álhírek szerepéről, a chatbotokról, a pszeudógenerációkról, a netsemlegességről, a *sharing economy*ről, a *crowdsourcing* jelenségéről, a Big Data-ról és az okosvárosokról. Az online új média térhódításával a hagyományos kapuéri hírellelőrzési folyamatok elavultnak és lassúnak számítanak, továbbá a hagyományos médiumok helyett a közösségi média vált az elsődleges információforrássá. A felhasználók számára a gyorsaság és kevésbé a hitelesség lett fontos, ezért gyakran olyan tudás birtokába kerülnek, melyek ellenőrizetlenek, hamisak, mindez komoly veszélyt jelenthet. A személyközi kommunikációt az internet átalakította, de jogos kérdés, hogy a valós életben már korábban kialakult kapcsolatainkat veszélyezteti-e. Egy utópisztikus, de a küszöböt már átlépő innovációról, a *chatbotokról* is ír a szerző, amelyek idővel a valós kapcsolatok instant pótlékjai lehetnek. Olyan társalgó robotokról beszélünk, akik a leírt mondatokból az emberek érzelmeit kódolni tudják, és azoknak megfelelően reagálnak. Az internet iránti igényt semmi nem mutatja jobban, minthogy a 2012-es Sandy hurrikán idején az AT&T telekommunikációs cég a mobilkészülékek töltésére alkalmas állomást hozott létre a károsultaknak. Megfogalmazódott az igény az okosvárosok létrejöttére, ahol az internet és az online lét ugyanolyan létszükséglet, mint az összes többi közmű. Ahogyan Szűts is írja, ezek a témák csupán prognosztizálják a lehetséges változásokat, de említésük elengedhetetlen egy ilyen volumenű írásban.

Szűts Zoltán jelenleg a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Műszaki Pedagógia Tanszékének docense és a Milton Friedman Egyetem Alkalmazott infokommunikációs kutatócsoportjának vezetője. Közel húsz éves egyetemi tapasztalattal rendelkezik. Könyve egyaránt alkalmazható oktatási célra, de a téma iránt érdeklődő szakértő és laikus értelmiségi könyvolvasóknak is ajánlom.