

Sorbán Kinga

A videomegosztó platformok európai szabályozásának aktuális kérdései

Napjainkban az újmédia-szolgáltatások egyre nagyobb teret foglalnak el a felhasználók tartalomfogyasztásában és a médiapiacokon egyaránt. A videomegosztó platformok népszerűségének növekedésével párhuzamosan keletkezett az igény arra, hogy az ilyen újfajta, audiovizuális médiaszolgáltatásnak nem nevezhető, de audiovizuális tartalmakat a felhasználóhoz közvetítő szolgáltatásokat definiáljuk, és elhelyezzük őket az európai audiovizuális szabályozás rendszerében. 2016. május 25-én az Európai Bizottság nyilvánosságra hozta az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv módosítását célzó javaslatát, amelyben új szolgáltatási kategóriaként nevezi meg a videomegosztóplatform-szolgáltatásokat is. Mivel az európai és a magyar médiaszabályozás jelenleg nem ismeri a szolgáltatásnyújtásnak ezt a kategóriáját, mind a jogalkotó, mind a gyakorlati szakemberek számára számos kérdést és kihívást vet fel a videomegosztóplatform-szolgáltatók helyzete. E tanulmány arra a kérdésre keres választ, hogy miként definiálhatóak a videomegosztóplatform-szolgáltatások, hol helyezhetők el az audiovizuális média értékláncában, valamint bemutatja az európai szabályozás tervezett irányát.¹

Bevezetés

Amióta az internet megjelent, világméretűvé vált, és használata tömeges méretekben elterjedt, időről időre fellángolnak a szabályozhatóságával kapcsolatos viták. A kezdetekben ezek a viták még arról szóltak, hogy kívánatos, illetve lehetséges-e szabályozni egy ilyen globális számítógépes hálózatot. Azóta bebizonyosodott, hogy nemcsak lehetséges, hanem bizonyos alapjogok védelme, közérdekű célok megvalósítása, illetve az egészséges gazdasági verseny feltételeinek biztosítása érdekében szükséges is. A szabályozás mikéntje ugyanakkor mind a mai napig kihívás elé állítja a jogalkotókat. Élénk viták folynak arról, hogy az online környezetben mit és hogyan kellene szabályozni. Az internet szabályozásával kapcsolatos kérdések egyik aktuális szegmense az interneten keresztül nyújtott audiovizuális médiaszolgáltatások szabályozása, valamint az audiovizuális médiaszolgáltatásnak nem minősülő, mégis jelentős mértékben audiovizuális tartalmat is kínáló szolgáltatások szabályozása.

Tanulmányomban a videomegosztó platformok szabályozásának kérdését igyekszem körbejárni. Ez azért is aktuális téma, mert folyamatban van az Audiovizuális Médiaszolgáltatásokról szóló irányelv² (a továbbiakban: AVMS-irányelv) felülvizsgálata, az Európai Bizottság 2016 májusában nyilvánosságra hozott jogszabálytervezete pedig kiterjesztené az irányelv hatályát a videomegosztóplatform-szolgáltatásokra is.³ Mindezt azért, mert az európai piacon is általános

1 A szerző a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság munkatársa, e tanulmány azonban nem tekintendő a hatóság hivatalos álláspontjának.

2 Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról.

3 Javaslat: Európai Parlament és a Tanács irányelve a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról.

trend, hogy az *over-the-top* (OTT)⁴ alapon nyújtott tartalomszolgáltatások köre rohamosan bővül, az okostelevíziók lakosság körében való elterjedésével pedig a lekérhető médiaszolgáltatást nyújtó szolgáltatók és a videomegosztók is a nagy képernyőre kerülnek, és egyre meghatározóbb szereplői az audiovizuális piacnak. A Nielsen közönségmérés adatai szerint:

„A 4 évnél idősebb, tévés háztartásban élő népesség egyharmada fogyaszt tévés jellegű tartalmakat az interneten, [...] a teljes népesség körében minden ötödik személy él okostévével rendelkező háztartásban, és mintegy félmillióan használják internetezésre is az arra alkalmas tévékészüléküket: jellemzően zenehallgatás, illetve különböző videotartalmak megtekintésének céljából.”⁵

Noha az irányelv módosítását célzó tervezetet várhatóan csak 2018-ban fogadják el, a videomegosztóplatform-szolgáltatások szabályozása már most foglalkoztatja a tagállamok audiovizuális médiával foglalkozó szakembereit. Már egészen biztos, hogy a videomegosztóplatform-szolgáltatások megkerülhetetlenek lesznek az újmédia-szabályozási diskurzusban, jóllehet még kérdéses, hogy milyen terjedelemben és miként lesznek szabályozva. Tanulmányom célja, hogy bemutassa a videomegosztóplatform-szolgáltatások jelenlegi helyzetét, és felhívja a figyelmet a jövőben várható változásokra és szabályozási kihívásokra. A következő kérdéseket igyekszem körbejárni:

- A videomegosztóplatform-szolgáltatás fogalma.
- A videomegosztóplatform-szolgáltatások elhelyezkedése az audiovizuális értékláncban.
- Az európai szabályozás várható iránya az AVMS-irányelv alapján.
- Az új szabályozás által életre hívott kihívások, amelyekkel a jövőben számolni kell.

A videomegosztóplatform-szolgáltatás fogalma

Mindenekelőtt szükségesnek tartom tisztázni, hogy mit is értünk pontosan videomegosztóplatform-szolgáltatáson. E szolgáltatástípusnak egyelőre nincs elfogadott jogszabályi definíciója, noha az Európai Unióban az AVMS-irányelv felülvizsgálata keretében zajlik a fogalom kodifikálása. Le kell szögezni, hogy a videomegosztóplatform-szolgáltatás semmiképpen sem tekinthető az audiovizuális médiaszolgáltatás egyik fajtájának, hanem külön kategóriát képvisel, így a fogalmi elemek tisztázása mellett az elhatárolási kérdések is fontos szerepet kapnak. Az AVMS-irányelv lehetséges módosításait tartalmazó tervezetet segítségül hívva a videomegosztóplatform-szolgáltatás fogalma az alábbi jelentős ismérvek mentén írható le:

- A szolgáltatás jelentős mennyiségű olyan műorszám vagy a felhasználó által előállított videó tárolásával jár, amelyért a videomegosztó platform szolgáltatója nem tartozik szerkesztői felelősséggel.
- A tárolt tartalom szervezését a szolgáltatás nyújtója határozza meg egyebek között automatikus úton vagy algoritmussal, különösen tárhelyszolgáltatás, megjelenítés, megjelölés és sorba rendezés révén.
- A szolgáltatásnak, illetve a szolgáltatás valamely elkülöníthető részének elsődleges célja az, hogy műorszámokat és a felhasználók által előállított videókat jutasson el a közönséghez tájékoztatás, szórakoztatás vagy oktatás céljából.
- A szolgáltatás a 2002/21/EK irányelv 2. cikkének a) pontja értelmében vett elektronikus hírközlő hálózaton keresztül érhető el.

4 Azokat a szolgáltatásokat nevezzük OTT-szolgáltatásnak, amelyeknél az interneten keresztül szolgáltatást nyújtó szolgáltató nem felelős a végfelhasználóhoz, fogyasztóhoz történő jelátvitelért: a felhasználó a „nyílt interneten” keresztül éri el az OTT-szolgáltatást. Lásd NMHH: Az over-the-top tartalomszolgáltatások hatása a médiarendszerre. Nyilvános konzultáció, http://nmhh.hu/dokumentum/165093/nmhh_ott_hatasa_a_mediarendszerre_nyilvanos_konzultacio_2014.pdf (letöltés: 2017. IX. 28.).

5 Nielsen közönségmérés. TVPlusz 2016, *Nielsentamtv.hu*, 2016. július 14., http://www.nielsentam.tv/Uploads/Hungary/res_TVplusz_2016_snapshot_hun.pdf (letöltés: 2017. I. 19.).

A fenti meghatározás elemei közül különösen a szerkesztői felelősséget tartom indokoltnak kifejteni, hiszen a szolgáltatásnak ez az az ismérve, amelynek segítségével a legszemléletesebben el lehet határolni a videomegosztó-platform-szolgáltatást az audiovizuális médiaszolgáltatástól. A jelenleg hatályban lévő AVMS irányelv rendelkezése alapján egy szolgáltató akkor rendelkezik szerkesztői felelősséggel, ha a műsorszámok kiválasztása és összeállítása felett tényleges ellenőrzést gyakorol. Nem kétséges, hogy a műsorrend, illetve a műsorkínálat összeállítása során a hagyományos televíziós szolgáltatások, továbbá a lekérhető szolgáltatások esetében megvalósul a tényleges ellenőrzés. Más a helyzet azonban a videomegosztó platformok esetében. Itt ugyanis a szolgáltató – látszólag – nem gyakorol ellenőrzést a szolgáltatásban megjelenő tartalmak felett.

A videomegosztóplatform-szolgáltatások technikailag az e-kereskedelmi irányelv⁶ szerinti tárhelyszolgáltatásnak, azon belül is videotárhely-szolgáltatásnak (*video hosting service*) minősülnek. Az e-kereskedelmi irányelv 14. cikke szerint az a szolgáltató, amelynek a tevékenysége csupán információ tárolásából áll, bizonyos feltételek teljesülése esetén mentesül a tárolt információért való felelősség alól. Egyre nagyobb problémát jelent azonban az, hogy a videomegosztóplatform-szolgáltatók tevékenysége távolodni kezd a hagyományos tárhelyszolgáltatási tevékenységtől. A szolgáltatók ugyanis a pusztán online tárhely biztosításánál strukturáltabb tevékenységet végeznek, és ezzel összességében befolyásolják a végfelhasználói élményt, a tartalmak rendszerezését, megjelenítését. Egyrészt interfészt, azaz felhasználói felületet biztosítanak, amely megkönnyíti a feltöltött tartalom keresését és megjelenítését, azonban a fogyasztók számára megnehezíti annak felismerését, hogy tárhelyszolgáltatói tevékenységgel állnak-e szemben, vagy valamely harmadik személy tartalomszolgáltatását látják. Másrészt a tárhelyszolgáltatók felfedezték a felhasználók által feltöltött tartalmakhoz kapcsolt reklámokban rejlő potenciális bevételi forrást, ezért maguk is reklámhelyeket értékesítenek. Harmadrészt olyan algoritmusokat használnak, amelyek segítségével a felhasználók könnyebben rátalálhatnak az érdeklődési körükbe tartozó tartalmakra, illetve különböző módszerekkel rendszerezik, sorba rendezik azokat (például lejátszási listákat hoznak létre).

Több tagállami bíróság is hozott már ítéletet a videomegosztóplatform-szolgáltatók kapcsán, amelyben megkérdőjelezte a szolgáltatók felelősség alóli mentesülését. Ennek alapja az lenne, hogy az e-kereskedelmi irányelv szerinti tárhelyszolgáltatónak minősülnek. Németországban a hamburgi bíróság a *Peterson v. Google Inc.* és mások ügyben úgy határozott, hogy a YouTube-ra nem vonatkozik a tárhelyszolgáltatók felelősség alóli mentesülését előíró szabály, mert az alábbi indokok alapján a harmadik személyek által feltöltött videók a szolgáltató saját (vagyis tényleges ellenőrzése alatt álló) videóinak minősülnek:

- A YouTube előre meghatározza a weboldal felületét, és a YouTube logója meglehetősen nagy méretben látszódik a futó videó fölött.
- A YouTube hivatkozásokat biztosít a kapcsolódó videókhoz.
- A YouTube kereskedelmi videoklipeket is megjelenít, nemcsak olyan tartalmakat, amelyek személyes véleményeket tükröznek.
- A weboldal kialakítása miatt az átlagos felhasználó első ránézésre nem tudja megmondani, hogy a videókat egy felhasználó töltötte fel, és nem a YouTube.
- A YouTube főoldala azt sugallja, hogy a YouTube szerkesztői felelősséget gyakorol, és ezt sugallják bizonyos videók is.
- A YouTube reklámokat kapcsol a feltöltött videókhoz.
- A YouTube felhasználói feltételei arra utalnak, hogy a YouTube a sajátjaként használhatja fel az oldalára feltöltött tartalmakat.⁷

⁶ Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól.

⁷ Az Audiovizuális Médiaszolgáltatásokat Szabályozó Hatóságok Európai Csoportjának jelentése az AVMS irányelv tárgyi hatályáról. (ERGA report on material jurisdiction in a converged environment), 2015. december 18., http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=13287 (letöltés: 2017. I. 19.).

Hasonló indokolással érvelt a felperes az RTI / Mediaset v. YouTube ügyben.⁸ Az olasz Mediaset állítása szerint a YouTube nem tekinthető tárhelyszolgáltatónak, hanem úgynevezett digitális műsorszolgáltató, és ezért teljes mértékben a közzétett tartalmakért. Álláspontja szerint a YouTube aktív szerepet játszik a tartalmak rendszerezésében, és nem korlátozódik a tevékenysége arra, hogy tárhelyet biztosítson a szerverén harmadik személyek számára.

Az előbbiek okán a jelenleg hatályos szabályozást több európai államban sem tartják elégségesnek. A gyakorlat azt mutatja, hogy a közmegítélés szerint a videomegosztóplatform-szolgáltatók napjainkban már olyan multimédiás szolgáltatást nyújtanak, amely miatt nem indokolt őket teljesen kivonni az európai audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozó szabályok hatálya alól. Ugyanakkor az AVMS-irányelv felelősségi rendszerét nem lehet teljes mértékben a videomegosztóplatform-szolgáltatókra alkalmazni, hiszen ebben az esetben a két irányelv szabályainak kollíziója következne be.

Az európai jogalkotó az új szabályok beiktatásával olyan rendszer megalkotására törekszik, amely egyrészt lehetővé teszi, hogy a tagállamok olyan kötelezettségeket telepítsenek a videomegosztóplatform-szolgáltatókra, amelyek elősegítik a fogyasztók káros tartalmaktól való megóvását, másrészt kompatibilis marad az e-kereskedelmi irányelv korlátozott felelősségi rendszerével. A videomegosztóplatform-szolgáltatások így a felülvizsgált irányelv rendszerében sem minősülnek majd audiovizuális médiaszolgáltatásoknak, hanem külön szolgáltatási kategóriát képeznek. Ezen a ponton fel kell hívni a figyelmet arra, hogy az előbbi megállapítások kizárólag a videomegosztóplatform-szolgáltatóra mint a tárhely szolgáltatójára vonatkoznak, a tárhelyen megtalálható tartalom előállítójára, terjesztőjére, tehát a tartalomszolgáltatóra nem. Az általa nyújtott szolgáltatás – mint azt a későbbiekben látni fogjuk – megfelelhet az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalmának. Nagyon fontos ezért, hogy a nemzeti jogalkotó is átlássa a különbséget a két szolgáltatásnyújtási konstrukció között. A platformszolgáltatók és a tartalomszolgáltatók viszonya a legjobban az új média szolgáltatási értékláncán keresztül vezethető le; e tanulmány következő része ezt a témakört mutatja be részletesebben.

A videomegosztóplatform-szolgáltatások elhelyezkedése az audiovizuális értékláncban

Az AVMS-irányelv tervezetéhez készült előzetes hatásvizsgálat⁹ szerint a piacon történt változások napjainkra egyenlőtlen versenyfeltételeket (*unlevel playing field*) teremtettek, és egyben a fogyasztóvédelem mértékének csökkenéséhez vezettek. A jelenlegi „konvergencia” kifejezéssel fémjelzett időszakban azt figyelhetjük meg, hogy a korábban a televíziókészülék dominanciáján alapuló modell eltolódott az internet dominanciájára épülő modell felé. Az internet egy olyan hálózat, amely összekapcsolja egymással a tartalom fogyasztására szánt eszközöket (legyenek azok okostelefonok vagy televíziókészülékek) a tartalom szolgáltatójával vagy akár közvetlenül annak gyártójával (videomegosztási platformok), mindezt gyakran úgynevezett közvetítő szolgáltatások beiktatásával. A hagyományos televíziózásra épülő értéklánc még viszonylag egyszerű felépítésű, vertikálisan tagolható rendszer, amelynek a két végpontja a *tartalom gyártója*, valamint a *tartalom fogyasztója*.

Mind a hagyományos televíziós értéklánc, mind az új audiovizuális értéklánc gazdagodott olyan új szereplőkkel, amelyek nem illeszkednek a jelenlegi európai szabályozási környezetbe, mégis szolgáltatnak audiovizuális tartalmakat vagy valamilyen módon részt vesznek az audiovizuális tartalmak közvetítésében. Az értéklánc egyes pontjait eltérő uniós jogszabályok szabályozzák, így az AVMS-irányelv nem vonatkozik az értéklánc minden szereplőjére.

A hagyományos televíziós értékláncot és annak öt szereplőjét lásd az 1. ábrán:

8 Stephen Lawson: Italian media company sues YouTube, *The New York Times*, 30 July 2008 http://www.nytimes.com/idg/IDG_852573C400693880002574960063ABD7.html (letöltés: 2017. I. 19.).

9 Impact assessment accompanying the Proposal for an updated Audiovisual Media Services Directive, http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15955 (letöltés: 2017. I. 19.).

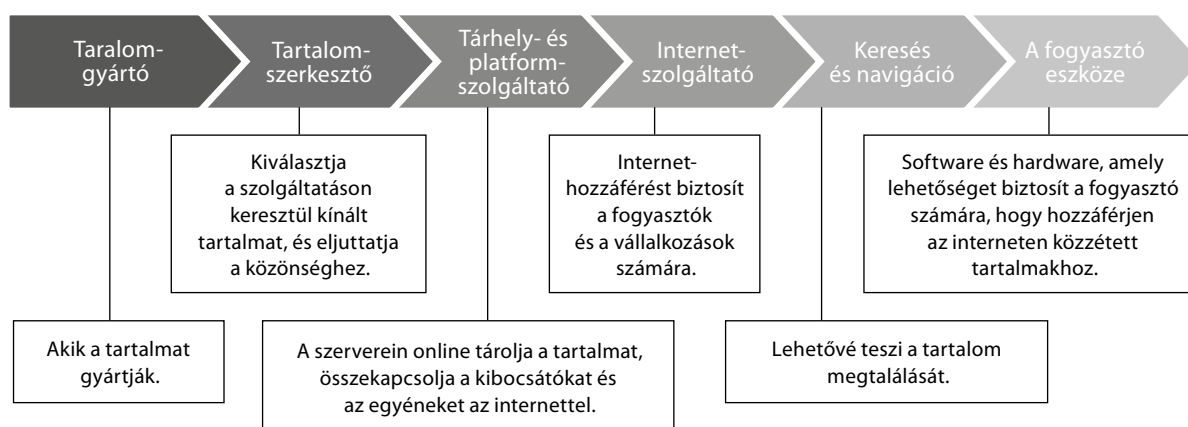
1. ábra.

A hagyományos televíziós értéklánc (Forrás: Saját szerkesztés¹⁰)

A *tartalom gyártói* azok a szereplők, amelyek elkészítik a kérdéses tartalmakat; ilyenek lehetnek a filmproducerek, a független műsorkészítők vagy akár maguk a médiaszolgáltatók is. A *tartalom rendszerezői* olyan szereplők, amelyek megszerzik, aggregálják a tartalmakat (műsorszámokat), és beillesztik őket a szolgáltatásuk műsorrendjébe, vagyis azok a műsorszolgáltatók, amelyek csatornákat hoznak létre. A tartalomra, valamint a műsorszolgáltatókra az AVMS-irányelv szabályai vonatkoznak. *Műsor-terjesztők*nek nevezzük a tartalom, pontosabban a csatornák terjesztéséért felelős szereplőket. Ezek olyan hírközlési szolgáltatást nyújtanak, amelynek keretében csomagokba rendezik az egyes csatornákat, és az általuk létrehozott infrastruktúrát használva valamilyen műszaki megoldás révén (digitális földfelszíni műsorszórás, kábel, IPTV, műhold) eljuttatják azt a felhasználó eszközére. A *navigációs eszközök szolgáltatói* lehetővé teszik, hogy a felhasználó hatékonyan kereshessen rá a tartalmakra, illetve megtalálja az őt leginkább érdeklő műsorokat. Lineáris környezetben a fogyasztók számára elérhető elsődleges navigációs eszközök az egyes csatornákhöz rendelt sorszámok, valamint a teletext, illetve az elektronikus műsorújságok (*electronic programme guide – EPG*). Ez utóbbiak a médiatörvény¹¹ 41. cikke által nevesített úgynevezett kiegészítő médiaszolgáltatások. A médiafogyasztási lánc végpontja a fogyasztó eszköze, így az értéklánc végpontján azon *eszközök* (televíziókészülékek, set-top boxok) *gyártói* helyezkednek el, amelyek ténylegesen összekapcsolják a fogyasztót a tartalmakkal. A fogyasztók védelmének szempontjából ezeket az eszközöket sem szabad lebecsülni, hiszen a készülékek gyártói számtalan olyan műszaki megoldást építhetnek be a készülékekbe, amelyek biztosítják az érzékenyebb felhasználók, így többek között a kiskorúak védelmét (ilyen például a PIN-kód).

Az internet tömeges elterjedésével átstrukturálódott a médiafogyasztás. Bővült azoknak az eszközöknek a köre, amelyek alkalmasak audiovizuális tartalmak fogyasztására. Ehhez viszont arra is szükség volt, hogy megjelenjenek azok az újfajta szolgáltatások, amelyeket elsősorban az interneten keresztül juttatnak el a fogyasztókhöz (*over-the-top* módon nyújtott lekérhető szolgáltatások).

2. ábra.

Az audiovizuális értéklánc (Forrás: Saját szerkesztés¹²)

10 A jelentésben szereplő ábra alapján: Az Audiovizuális Médiaszolgáltatásokat Szabályozó Hatóságok Európai Csoportjának jelentése az AVMS-irányelv tárgyi hatályáról. (ERGA report on material jurisdiction in a converged environment), 2015. december 18., 23. o., http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=13287 (letöltés: 2017. I. 19.).

11 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról.

12 A jelentésben szereplő ábra alapján: Az Audiovizuális Médiaszolgáltatásokat Szabályozó Hatóságok Európai Csoportjának jelentése az AVMS-irányelv tárgyi hatályáról. (ERGA report on material jurisdiction in a converged environment), 2015. december 18., 5. o., http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?action=display&doc_id=13287 (letöltés: 2017. I. 19.).

A lekérhető médiaszolgáltatások népszerűségének növekedése mellett megfigyelhető az is, hogy olyan újfajta közvetítő szereplők lépnek be az értékláncba, amelyek korábban a hagyományos televíziós szolgáltatások esetében nem voltak jelen. Az online audiovizuális értéklánc a 2. ábrán látható módon ábrázolható.

Az újfajta szolgáltatások megjelenésével párhuzamosan bővült azoknak a szereplőknek a köre, amelyek audiovizuális tartalmakat készítenek. A korábbi „hagyományos” *tartalomelőállítók* mellett megjelentek az új médiakörnyezetre jellemző gyártók: a lekérhető szolgáltatásokat nyújtók gyakran gyártanak, illetve rendelnek eredeti tartalmat (ilyenek például a Netflix saját gyártású tartalmai), valamint nagy népszerűségnek örvendenek a felhasználók (magánszemélyek) által gyártott generált tartalmak (*user generated content – UGC*) is. A *tartalom kibocsátói* azok a szereplők, amelyek döntést hoznak arról, hogy mely tartalmak legyenek elérhetőek a szolgáltatásaikon keresztül (például azok a lekérhető-média-szolgáltatók, amelyek katalógusba rendezik az általuk kínált tartalmakat).¹³ Többé nem állítható egyértelműen, hogy a tartalom gyártójára és a kibocsátójára az AVMS-irányelv rendelkezései vonatkoznak. A felhasználók által gyártott tartalmak jelenleg kívül esnek az irányelv hatályán, mivel a magánszemélyek által gyártott audiovizuális tartalmak nem minősülnek műsorszámoknak, szolgáltatásuk pedig nem minősül az irányelv szerinti audiovizuális médiaszolgáltatásnak.

A *tárhelyszolgáltatók* azok a szereplők, amelyek szervereiken helyet biztosítanak a tartalmaknak, hiszen minden online elérhetővé tett tartalmat internethez kapcsolt szerveren kell tárolni, ami erőforrás-igényes tevékenység. Vannak olyan szereplők, amelyek a saját szervereiket használják a tartalmak tárolására, de jellemző a tárhelyszolgáltatók által nyújtott szolgáltatás igénybevétele is. A tárhelyszolgáltatók nyújthatnak a felhasználók számára ingyenesen helyet. Ez esetben a saját működésüket tipikusan reklámértékesítésből származó bevételekből finanszírozzák, mint a videomegosztóplatform-szolgáltatók (YouTube, Dailymotion, Vimeo, Vine). Ezen kívül kínálhatják szolgáltatásaikat díjfizetés ellenében is.

A tárhelyszolgáltatókétól némiképp különbözik a *platformszolgáltatók* tevékenysége, hiszen ezek úgy kapcsolják össze a tartalomkibocsátókat az internettel, hogy nemcsak tárhelyet, hanem interfészt is kínálnak. Itt is ki kell emelni, hogy az értéklánc egyes szereplőinek tevékenységei összemosódhatnak, így platformszolgáltatást sem kizárólag a független szereplők nyújthatnak:

„A platformüzemeltető tehát lehet maga a készülékgyártó (pl. Samsung, LG, Sony), egy független szolgáltató (pl. Apple, Google, Roku) vagy akár a műsorterjesztő maga (pl. a UPC horizon gateway szolgáltatása)” (Bartóki-Gönczy 2012: 184).

Ezekben az esetekben a platformszolgáltató szerepe igencsak hasonlít a televíziós műsorterjesztők szerepére, azzal a különbséggel, hogy nem csatornákat rendez csomagba, hanem szolgáltatásokhoz (applikációkhoz) nyújt hozzáférést.

Az *internetszolgáltatók* szerepe az, hogy lehetővé tegyék az egyének, a vállalkozások és az egyéb intézmények számára, hogy csatlakozzanak az internethez. Nem gyakorolnak semmilyen ellenőrzést a hálózatukon keresztül terjesztett/továbbított tartalmak felett; kizárólag adatsomagokat továbbítanak a végfelhasználó felé. Az internetszolgáltatók az e-kereskedelmi irányelv szerinti „egyszerű közvetítőknek” (*mere conduit*) minősülnek, s ezáltal mentesülnek a tartalmakért való felelősség viselésé alól, amennyiben bizonyos feltételek teljesülnek.

A *navigációs és keresőeszközök* jóval fejlettebbek az online környezetben, mint a televíziós értéklánc esetében. Az elérhető szolgáltatások rendkívül változatos képet mutatnak. A keresőmotorok az internetes tartalmak megtalálásában nyújtanak segítséget, algoritmusok segítségével szűrve a tartalmakat. A keresőmotorokon túl az értéklánc szereplői egyre nagyobb mértékben támaszkodnak az olyan eszközökre, amelyek a tartalmak metaadatait, valamint a felhasználókról gyűjtött adatokat használják fel, hogy célzottan tehessenek tartalomajánlatokat a fogyasztónak. Szót kell ejteni ezek mellett a közösségi oldalakról is, vagyis az olyan felületekről, amelyeket a fogyasztók rendszeresen használnak tartalmak felfedezésére, illetve tájékozódásra.

Az audiovizuális tartalmak fogyasztására szolgáló *eszközök* köre is bővült az elmúlt években: a számítógépek, okostelefonok, táblagépek és konzolok ugyanúgy alkalmasak audiovizuális tartalmak fogyasztására, mint a televízió-

¹³ Ezek a szereplők nem korlátozzák a tevékenységüket egyfajta szolgáltatás nyújtására. Nem ritka eset, amikor a tartalom gyártója és kibocsátója ugyanaz a szereplő, ugyanakkor az internetszolgáltatók többsége nyújt tárhely-szolgáltatást is.

készülék, a fogyasztók pedig szívesen használják is ezeket az eszközöket ilyen célra. Megfigyelhető az a trend is, hogy egyre több csatlakoztatott televíziókészülék van a piacon:

„Csatlakoztatott tv alatt értünk minden olyan televíziókészüléket, amely vagy egy közvetlen internet elérést lehetővé tévő beépített Ethernet hálózati csatlakozással rendelkezik, vagy egy külön beltéri egységen keresztül csatlakozik az internethez” (Bartóki-Gönczy 2012: 184).

A csatlakoztatott készülékek így kettős funkciót töltenek be: egyrészt továbbra is alkalmasak a hagyományosan sugárzott műsorok vételére, másrészt alkalmassá váltak az interneten keresztül továbbított lekérhető tartalmak fogyasztására, nehéz helyzetbe hozva mind a fogyasztókat, mind a szabályozókat.

Egy brit kutatás arra a következtetésre jutott, hogy az új televíziós környezetben egyre nagyobb kihívást jelent, főleg az idősebb korosztályok számára, hogy elhatárolják egymástól az egyes szolgáltatásfajtákat (például a *catch-up* szolgáltatást és az egyéb lekérhető szolgáltatásokat), annak ellenére, hogy a szabályozási különbségek miatt a védelem szintje nem feltétlenül azonos.¹⁴ Az AVMS-irányelv felülvizsgálatának éppen ezért az egyik célja, hogy kiterjessze és egységesítse a jogszabályi védelem szintjét. Ezzel kívánja megszüntetni a jelenlegi helyzetet, amelyben a lineáris szolgáltatásokra szigorúbb szabályok vonatkoznak, mint a lekérhető szolgáltatásokra, illetve az egyes lekérhető szolgáltatások között is markáns szabályozásbeli különbségek lehetnek.

Az európai szabályozás várható iránya az AVMS irányelv módosítására irányuló jogalkotási tervezet alapján

Az AVMS irányelv hatályának kiterjesztése jelentős mérföldkőnek számítana az európai audiovizuális szabályozásban. Az irányelv 2016. május 25-én nyilvánosságra hozott tervezete emellett, hogy világosan definiálná a videomegosztó-platform-szolgáltatás fogalmát, az e-kereskedelmi irányelvhez viszonyítva többletkötelezettségeket vezetne be az ilyen típusú szolgáltatók számára.¹⁵ A videomegosztóplatform-szolgáltatókra telepített kötelezettségek célja elsősorban az átlagnál sérülékenyebb fogyasztók, a kiskorúak védelme a káros audiovizuális tartalmaktól, valamint az Unió minden polgárának védelme az erőszakra, illetve a gyűlöletre uszító tartalmaktól. Az irányelv tervezett szövege úgy szól, hogy a jövőben a videomegosztó platformoknak meg kell tenniük bizonyos intézkedéseket az előbbi célok megvalósítása érdekében. Az irányelvtervezet az intézkedéseket nem határozza meg taxatívén. Kizárólag egy példákat tartalmazó listát állít fel, amelyből a szolgáltatók kiválaszthatják a számukra optimálisat. A tervezet szerint megfelelő intézkedések lehetnek az alábbiak:

- Az erőszakra és a gyűlöletre uszítás, illetve a kiskorúak fizikai, szellemi vagy erkölcsi fejlődésére káros tartalom fogalmának meghatározása az általános szerződési feltételekben.
- Olyan mechanizmusok kialakítása és működtetése, amelyek segítségével a felhasználók bejelenthetik (*reporting*) vagy megjelölhetik (*flagging*) a kiskorúak számára káros, illetve a gyűlöletkeltő tartalmakat.
- Életkor-ellenőrző rendszerek kialakítása és működtetése.
- Olyan rendszerek kialakítása és működtetése, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára a tartalmak minősítését (klasszifikáció).
- Szülői felügyeleti rendszer biztosítása.
- Olyan rendszerek kialakítása és működtetése, amelyek segítségével a szolgáltatók tájékoztathatják a felhasználókat a felhasználói bejelentések nyomán meghozott intézkedéseikről.

14 Kantar Media: Linear vs non-linear viewing: A qualitative investigation exploring viewers' behaviour and attitudes towards using different TV platforms and services providers. Qualitative research report Prepared for Ofcom, [ofcom.org.uk](https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0029/68816/km_report.pdf), https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0029/68816/km_report.pdf (letöltés: 2017. X. 18.).

15 Javaslat: Az Európai Parlament és a Tanács irányelve a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról.

A megfelelő intézkedés megválasztásához az irányelv egy szempontrendszer biztosításával nyújtana segítséget. A tervezet szövege szerint az intézkedés kiválasztásakor az alábbi szempontok mérlegelésére lehet szükség:

- a kérdéses tartalom természete;
- a tartalom károsságának szintje;
- a védendő személyek tulajdonságai;
- a jogok és az érdekek, beleértve a platformszolgáltatók és a tartalmat készítő/megosztó felhasználók érdekeit, valamint a közérdeket.

Az előbbieken bemutatott szabályokkal kapcsolatban fel kell hívni a figyelmet arra, hogy az irányelv többi részével szemben ezek a szabályok maximális harmonizációt jelentenének. Az AVMS-irányelv ugyanis egy úgynevezett minimumharmonizációs irányelv. Ez azt jelenti, hogy az általa szabályozott kérdésekben a tagállamok hozhatnak eltérő vagy szigorúbb szabályokat, amennyiben nemzeti sajátosságai alapján indokoltnak tartják. A videomegosztóplatform-szolgáltatók esetében azonban a tervezet kizárná az erősebb tagállami szabályozás lehetőségét, azzal az indokkal, hogy minden olyan szabály, amely szigorúbb vagy részletesebb lenne a javaslatban szereplő rendelkezéseknél, már ellentétes lenne az e-kereskedelmi irányelv korlátozott felelősségi rendszerével. Némileg ellentmondásos, hogy a tervezet még ugyanezen a cikkben belül előírja azt is, hogy noha a tagállamok a videomegosztóplatform-szolgáltatókat nem kötelezhetik szigorúbb intézkedések megtételére, a jogellenes tartalom terén már nem akadályozhatók meg abban, hogy ilyen intézkedéseket irjanak elő.¹⁶ Véleményem szerint ennek a meglehetősen furcsa jogtechnikai megoldásnak az az oka, hogy a tartalmakért a médiaszolgáltató a joghatósága szerinti tagállam szabályai alapján felelősségre vonható, míg a videomegosztóplatform-szolgáltatók esetében éppen a felelősség alóli mentesítés a cél. Az egyes országokban megjelenő tartalomkorlátozások gyakran visszavezethetőek az egyes országok kulturális sajátosságaira is, ezért ezen a területen indokolt, hogy a tagállamok a helyi viszonyoknak megfelelően alakíthassák ki a szabályokat (*tailor-made rules*).

Az Európai Bizottság az irányelvtervezethez fűzött előzetes hatásvizsgálati jelentésében kifejtette, hogy alaposan megvizsgálta az e-kereskedelmi irányelv szabályait, és úgy alakította ki az AVMS-tervezet rendelkezéseit, hogy a két uniós jogszabály kompatibilitása biztosított legyen. Az e-kereskedelmi irányelv 14. és 15. cikkelye a tárhelyszolgáltatók számára bizonyos feltételek teljesülése mellett biztosítja a szolgáltatáson keresztül közzétett jogellenes, illetve káros tartalmakért viselt felelősség alóli mentesülést. A tartalom tárolását biztosító szolgáltató az irányelvi rendelkezések szerint akkor mentesülhet a tárolt jogellenes tartalmakért viselt felelősség alól, ha nincsen tényleges tudomása a jogellenes tevékenységről vagy információról; továbbá amennyiben a szolgáltató, amint ilyenről tudomást szerzett, haladéktalanul intézkedik az információ eltávolításáról vagy az ahhoz való hozzáférés megszüntetéséről. A korlátozott felelősség egyik alapfeltétele tehát az, hogy a szolgáltató pusztán adattárolási lehetőséget kínáljon a felhasználóinak, és ne legyen tudomása a feltöltött tartalmak természetéről. Az AVMS irányelv által meghatározott követelményeket is erre a feltételre tekintettel kell megalkotni, hisz minden olyan rendelkezés, amely arra kötelezné a videomegosztóplatform-szolgáltatót, hogy kontrollt gyakoroljon a tartalmak felett (például a feltöltések előzetes jóváhagyásával, esetleg a feltöltött tartalmak folyamatos szűrésével), ellentétes lenne az e-kereskedelmi irányelv által kialakított felelősségi rendszerrel. Az irányelv tehát főleg az olyan intézkedések megtételére helyezi a hangsúlyt, amelyekkel a videomegosztóplatform-szolgáltatók a felhasználók számára eszközöket biztosítanak a káros tartalmakkal való találkozás megelőzésére, illetve arra, hogy ha mégis ilyen tartalmakat észlelnek, kérhessék azok vizsgálatát, eltávolítását. Ezek az eszközök lehetnek preventív jellegűek, amelyekkel a felhasználók elkerülhetik a káros tartalmakkal való találkozást (szülői felügyeleti rendszerek, életkor-hitelesítő rendszerek), valamint utólagos eszközök a szolgáltatásba esetleg bekerülő káros tartalmak jelentésére (megjelölés, bejelentés).

A tervezet a tagállamokra is telepítene kötelezettségeket. Egyrészt ezeknek kell kialakítaniuk azokat a mechanizmusokat, amelyek segítségével értékelhető, hogy a fentiekben felsorolt intézkedések a gyakorlatban mennyire megfelelőek. A tervezet külön rendelkezik arról, hogy ezt a feladatot az irányelv 30. cikke szerint felállított független

16 28a. cikk 5. bekezdés: „Member States shall not impose on video-sharing platform providers measures that are stricter than the measures referred to in paragraph 1 and 2. Member States shall not be precluded from imposing stricter measures with respect to illegal content.”

szabályozó hatóságnak kell ellátnia. Másrészt a tagállamoknak biztosítaniuk kell azokat a panasztételi és jogorvoslati mechanizmusokat, amelyekkel rendezhetők a felhasználó és a platformszolgáltató közötti jogviták.¹⁷

A videomegosztóplatform-szolgáltatók esetében mindenképpen szót érdemelnek az AVMS irányelv 3. cikkét kiegészítő, a joghatóság megállapítására szolgáló különös szempontok. A rendelkezéssel a jogalkotó célja az, hogy az olyan szolgáltatásokra is kiterjessze az uniós szabályozás hatályát, amelyek az irányelv általános letelepedési szabályai alapján nem tartoznának egyetlen tagállam joghatósága alá sem. Azért bír különösen nagy jelentőséggel ez a rendelkezés, mert egyébként a videomegosztó platformok piacán a legnagyobb szereplők egyike sem tartozna uniós joghatóság alá (YouTube, Vimeo). Kérdés persze, hogy a szóban forgó szolgáltatók miként fognak reagálni erre a szabályra. A kisebb európai szolgáltatók számára annyiból kedvező a változás, hogy nem kerülnek versenyhátrányba tengerentúli társaikkal szemben a jóval szigorúbb európai követelmények miatt.

Az irányelv azt mondaná ki, hogy azok a videomegosztóplatform-szolgáltatók, amelyek nem annak a tagállamnak a területén telepedtek le, ahol szolgáltatást nyújtanak, letelepedettnek minősülnek abban az esetben, ha az anyavállalatuk vagy a leányvállalatuk, illetve – amennyiben egy vállalatcsoport tagjai – a csoportjuk más tagja letelepedett az adott tagállamban. Annak ellenére, hogy a Bizottság az audiovizuális médiaszolgáltatások esetében elvetette a célszág elvének alkalmazását, a videomegosztóplatform-szolgáltatókra vonatkozóan mégis ezt az elvet alkalmazza. A joghatósági viták elkerülése végett a tervezet úgy rendelkezik, hogy amennyiben mind az anyavállalat, mind a leányvállalatok, illetve a csoporttagok az Európai Unióban telepedtek le, a letelepedés helyét, s így azt, hogy melyik tagállamnak van joghatósága, az anyavállalat helyzete határozza meg. Rendezné az irányelv azt a helyzetet is, amely akkor következik be, ha az anyavállalat nem az Unió területén található, de több tagállamban is működnek leányvállalatai. Ilyenkor a szolgáltatónak magának kell kijelölnie, hogy melyik tagállamban számít letelepedettnek.

Jövőbeli kihívások

A tervezet számtalan gyakorlati kérdést vet fel, amelyre a jövőben a tagállamoknak kell majd megoldást találniuk. Az egyik ilyen probléma az, hogy miként biztosítható a videomegosztóplatform-szolgáltatók által bevezetett intézkedések hatékonysága. A felhasználói panaszok kivizsgálása ugyanis olyan feladat, amely szakértelmet igényel, ráadásul nagy munkaterhet jelent a szolgáltató számára. A nemzetközi felhasználó körrel rendelkező videomegosztóknál az egyes tartalmak felhasználók általi értékelése nagyon különböző lehet, hiszen az eltérő kulturális, vallási közegből érkező, különböző életkorú és nemű felhasználók ugyanazt a tartalmat gyökeresen eltérően értékelhetik. A meztelenséget, az erőszakot ábrázoló tartalmak sérthetnek egyes felhasználói csoportokat, míg másokat teljesen hidegen hagyhatnak. A videomegosztóplatform-szolgáltatóknak ki kell majd alakítaniuk azokat a szempontokat, amelyek alapján a lehető legobjektívebben tudják értékelni a beérkezett panaszokat, ezek az értékelési szempontok pedig már némiképp túlmutatnak az irányelv által előírt fogalomalkotási kötelezettségen.

A védelem szintje ugyanakkor nem feltétlenül válik egységessé, hiszen elvben nem kizárt, hogy az egyes szolgáltatók különböző fogalmakkal operálnak majd. Így a felhasználók azt a tartalmat, amelyet az egyik szolgáltatáson keresztül nem érnek el, elérhetik egy másikon. Vannak azonban olyan jó példák, amelyek a szolgáltatóknál önszabályozás formájában jelennek meg. Ilyen a YouTube közösségi iránymutatása, amely részletesen tájékoztatja a felhasználókat arról, hogy a bejelentések vizsgálata milyen szempontok szerint történik. A közösségi iránymutatás így meghatározza azt, hogy például az olyan explicit tartalmak feltöltése, mint a pornográfia, nem megengedett, illetve az erőszakos, naturális, megalázó fétiseket bemutató videók is nagy valószínűséggel törölése kerülnek. A meztelenséget és a szexuális tartalmat tartalmazó videók abban az esetben megengedettek, ha elsődleges céljuk az oktatás, illetve ha dokumentarista, tudományos vagy művészi jellegűek. Például egy mellrákról szóló dokumentumfilm nagy valószínűséggel fent maradhat.¹⁸

17 28a. cikk 6. bekezdés: „Member States shall ensure that complaint and redress mechanisms are available for the settlement of disputes between users and video-sharing platform providers relating to the application of the appropriate measures referred to in paragraphs 1 and 2.”

18 YouTube: Meztelenség és szexuális tartalom, *YouTube súgó*, <https://support.google.com/youtube/answer/2802002> (letöltés: 2017. X. 18.).

A magyar videomegosztók felhasználási feltételei már nem ennyire kiforrottak. Pozitívum ugyanakkor, hogy a Médiatanács kiskorúak védelmét szolgáló hatékony műszaki megoldásokról szóló ajánlásában¹⁹ foglalt minimumkövetelményeknek annak ellenére eleget tesznek, hogy a videomegosztóplatform-szolgáltatások nem minősülnek médiaszolgáltatásnak. A Vide.hu felhasználási feltételei például csak annyi információt tartalmaznak, hogy mely tartalmi kategóriák esetében tehet bejelentést a felhasználó az oldal üzemeltetőinek. A károsnak ítélt tartalmi kategóriák köre meglehetősen szűkre szabott, nem tilos például a pornográf és az erőszakos tartalmak feltöltése, amennyiben a felhasználók a megfelelő kategóriába töltik fel azokat. Nem határozták meg azokat a szempontokat sem, amelyek alapján mérleget, hogy mely tartalom eltávolítására van szükség.²⁰

Az irányelvtervezet 28a. cikkének 6. bekezdése szerint a tagállami jogalkotóknak ki kell dolgozniuk azokat az eljárásokat, amelyekkel hatékonyan kezelhetőek lesznek a szolgáltatók és a felhasználók közti jogviták.²¹ Itt nem csak azokat az eseteket kell érteni, amikor a szolgáltató elutasítja a felhasználó panaszát, hanem azokat is, amikor a tartalomszolgáltató (feltöltő) nem ért egyet azzal, ha a szolgáltató törli az általa feltöltött videót. Érdemes azonban megfontolni, hogy szükséges-e ezeket az eljárásokat jogszabályi keretek között, felülről szabályozni, a szektorban ugyanis erőteljes igény van a társszabályozás bevezetésére, amely rugalmasan, ugyanakkor hatékonyan tudja kezelni az esetleg felmerülő problémákat.

A joggyakorlat kialakulásáig és a tudományos jellegű értekezések elkészültéig problémát fog jelenteni a videomegosztóplatform-szolgáltatók, valamint a tartalomszolgáltatók, illetve a tartalomszolgáltatók egyes típusainak elhatárolása, hiszen amennyiben az AVMS-irányelv módosításait elfogadják, meglehetősen összetett és nehezen átlátható felelősségi rendszer keletkezik.

Az előbbieken már tisztáztuk, hogy a videomegosztóplatform-szolgáltatók által nyújtott szolgáltatás miért nem minősülhet audiovizuális médiaszolgáltatásnak. Más a helyzet a platform igénybe vevői által a tárhely használatával biztosított szolgáltatás esetében. Amennyiben az irányelvben megfogalmazott követelményeknek eleget tesznek, minden további nélkül audiovizuális médiaszolgáltatásnak minősülhetnek. Az irányelv tervezete alapján a tartalomszolgáltatóknak két típusát lehet elkülöníteni, ezek: a professzionális tartalmakat nyújtó *műsorszolgáltatók*, valamint a felhasználók által előállított tartalmakat kínáló *magánszemélyek*. Ahhoz, hogy a tartalomszolgáltatók közötti különbséget megértsük, először a *műsorszám*, valamint a *felhasználó által előállított videó* fogalmát kell meghatározunk.

A műsorszám fogalma mind a hatályos európai, mind a hatályos magyar szabályok szerint a hagyományos televíziós környezet sajátosságaihoz igazodik, így mára meglehetősen elavult tartalommal rendezi, hogy mikor minősülnek az egyes audiovizuális tartalmak műsorszámnak. Az AVMS-irányelv meghatározása szerint a műsorszám

„...hangos vagy néma mozgóképek sorozata, amely egy médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot, és amelynek formája és tartalma a televíziós műsorszolgáltatáshoz hasonlítható.”²²

A fogalom felülvizsgálata aktuális, hiszen a tartalmak hossza és szerkezete a hagyományos televíziózásban is átalakult az utóbbi években. A lineáris környezetben is megjelentek az úgynevezett rövid formátumú tartalmak (*short form content*). Ezek tipikus példái a főzőműsorok és az egyes magazinműsorok. A műsorszám fogalma várhatóan úgy módosul, hogy eltűnik belőle a televíziószerűség követelménye, illetve az irányelv kifejezetten rendelkezik arról, hogy a rövid tartalmak is műsorszámnak minősüljenek. A műsorszámfogalom változásának hátterében az áll, hogy

19 A Médiatanács ajánlása a kiskorúak védelmében a lineáris és lekérhető médiaszolgáltatók által alkalmazandó hatékony műszaki megoldásokra, http://nmhh.hu/dokumentum/162607/hatekony_muszeki_megoldasok_kiskoruk_vedelmeben.pdf (letöltés: 2017. IX. 28.).

20 Videakid: Felhasználási feltételek, [Videakid.hu](http://videakid.hu/felhasznalasi_feltetelek), http://videakid.hu/felhasznalasi_feltetelek (letöltés: 2017. IX. 28.).

21 28a. cikk 6. bekezdés: „Member States shall ensure that complaint and redress mechanisms are available for the settlement of disputes between users and video-sharing platform providers relating to the application of the appropriate measures referred to in paragraphs 1 and 2.”

22 Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról 1. cikk b).

néhány tagállamban vitás kérdésként merült fel, hogy a videomegosztó platformokon professzionális tartalmakkal (úgynevezett *branded channels*) jelenlévő médiaszolgáltatások e platformon keresztül nyújtott szolgáltatása audiovizuális médiaszolgáltatásnak minősül-e. A videomegosztó portálok elsődlegesen olyan, felhasználó által generált tartalmak tárolására jöttek létre, amelyeket magánszemélyek készítettek, alapvetően nem gazdasági tevékenység végzésének céljából.

A hatályos irányelv 21. preambulumbekkezdése szerint az audiovizuális médiaszolgáltatás fogalma azon tömegkommunikációs audiovizuális médiaszolgáltatásokat foglalja magában, amelyeket a közvélemény széles rétegeinek szánnak, és amelyek azt egyértelműen befolyásolhatják. Nem terjed ki azonban a fogalom az olyan tevékenységekre, amelyek alapvetően nem gazdasági jellegűek, és nem állnak versenyben a televíziós műsorszolgáltatással. Az ilyen tevékenységekre konkrét példaként a felhasználó által generált tartalmakat (az olyan tartalmakat, amelyeket magánszemélyek készítenek és tesznek hozzáférhetővé vagy terjesztenek azonos érdeklődési körű közösségeken belül megosztás és csere céljából) hozza. A videomegosztóplatform-szolgáltatások népszerűségének növekedésével azonban megjelentek a professzionális, valamint az egyes márkákat népszerűsítő tartalmak. Az ilyen professzionális tartalmak közéleti pedig az esetek többségében olyan piaci szereplők, amelyek egyébként médiaszolgáltatók (lásd a Street Kitchent az Indavideón, amely lekérhető médiaszolgáltatásként van bejegyezve), vagy olyan felhasználók, akik jövedelemszerzési céllal gyártanak kifejezetten erre a platformra optimalizált tartalmat. A videomegosztóplatform-szolgáltatásokban megjelenő professzionális tartalmak tehát tulajdonságaik alapján elméletben audiovizuális médiaszolgáltatásnak minősülhetnek.

A probléma összetettségét mutatja, hogy az egyes tagállamokban sincs egyetértés a tekintetben, hogy a videomegosztókon tárolt professzionális tartalmak audiovizuális médiaszolgáltatásnak számítanak-e, így az Egyesült Királyságban a BBC „Food” elnevezésű YouTube csatornájának ügyében az ATVOD²³ és az Ofcom²⁴ ellentétes álláspontot fogalmazott meg.²⁵ Az ATVOD a BBC Food csatornájával kapcsolatban azt állapította meg, hogy a szolgáltatás formáját és tartalmát tekintve összehasonlítható a televíziós műsorszolgáltatással, döntését pedig – egyebek közt – az alábbi szempontokra alapozta:

- a tartalom hossza;
- főcímet tartalmaz;
- a narratíva jellege a televíziós műsorokéhoz hasonló;
- a videóban megjelenik a tartalomgyártó, valamint a médiaszolgáltató logója;
- a videókat korábban a televízióban is műsorra tűzték.

A brit szabályozó hatóság, az Ofcom ezzel szemben azzal érvelt, hogy a csatorna formáját és tartalmát tekintve nem hasonlítható össze a lineáris, azaz televíziós műsorszolgáltatással, mivel a különbségek alapján a felhasználók megkülönböztetik a webalapú tartalmat a BBC által kínált lineáris *catch-up* szolgáltatástól, amelyen a felhasználók meg tudnak tekinteni teljes BBC Food műsorszámokat. Az Ofcom véleménye szerint a nézők számára a videomegosztón nyújtott szolgáltatás nem versenyez a televíziós műsorszámokkal (Cappello 2016).

Az irányelvtervezet 3. preambulumbekkezdése feloldja ezt az ellentétet, hiszen kifejezetten rendelkezik arról, hogy azok a szolgáltatások, amelyeket szerkesztői felelősséggel rendelkező szolgáltatók nyújtanak, audiovizuális médiaszolgáltatásoknak minősülnek akkor is, ha közzétételükre videomegosztóplatform-szolgáltatás keretében kerül sor.

23 Authority for Television on Demand: a brit lekérhető szolgáltatásokat szabályozó társszabályozó szervezet.

24 The Office of Communications: a brit médiahatóság.

25 Ingrid Silver & Alex Henderson: Ofcom “flips” ATVOD’s rulings on what is “TV-like”, *Lexology*, 13 February 2013, <http://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=3bcefed3-44fe-4e2e-bb9b-840c4a85507b> (letöltés: 2017. I. 19.).

Összegzés

Nagy változások előtt áll az európai audiovizuális szabályozás. Az internetes tartalomfogyasztás elterjedése, illetve az internetes és a televíziós tartalmak versenyének kialakulása és folyamatos éleződése miatt ez igencsak időszzerű. Ha az AVMS-irányelvtervezetet elfogadják, és rendelkezései bekerülnek az európai joganyagba, a tagállami jogalkotók és az audiovizuális médiával foglalkozó hatóságok érdekes új szabályozási és jogalkalmazási kihívásokkal kerülnek majd szembe. Az irányelv rendelkezéseit a magyar jogrendszerbe is át kell majd ültetni, ezért nagyon fontosnak tartom, hogy a magyar jogalkotó is tisztában legyen az audiovizuális értéklánc egyes szereplőinek helyzetével, valamint az általuk nyújtott szolgáltatások szerkezetével, hiszen így születhet csak az európai jogrenddel koherens, időt álló magyar szabályozás.

Irodalom

Cappello, M., ed. (2016): *On-demand services and the material scope of the AVMSD*. Strasbourg: IRIS Plus 2016-1, European Audiovisual Observatory.

Bartóki-Gönczy Balázs (2012): Connected TV – Átalakuló piaci értéklánc és új szabályozói kihívások a horizonton. *Infokommunikáció és Jog*, 9. évf., 52–53. sz., 184–191. o.

Kulcsszavak

új média, videomegosztó-platform, over-the-top, audiovizuális médiaszolgáltatás, műsorszám, médiajog, AVMS-irányelv, lekérhető médiaszolgáltatás

Abstract

Current issues of the European regulation of video-sharing platforms

New media services constitute an ever growing part of users' content consumption and of the media market. In parallel with the increasing popularity of video-sharing platforms, services that are not audiovisual media services and yet facilitate the establishment of a link between the audiovisual content and the user need to be defined and placed within the system of European audiovisual regulation. On 25 May 2016, the European Commission published its proposal for the modification of the Audiovisual Media Services Directive which defines video-sharing platform services as a new type of services. This form of service is unknown in both the European and the Hungarian media regulations, therefore the notion raises several questions and challenges for both legislators and professionals. This study aims at clarifying how the term video-sharing platform can be defined, where its place in the audiovisual media value chain is, and describes what rules are anticipated to be enforced as part of the revision of the European regulation.

Sorbán Kinga 2013-ban szerezte jogászdiplomáját az Eötvös Loránd Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Karán, jelenleg a Pécsi Tudományegyetem infokommunikációs szakjogász képzésének hallgatója. 2017-ben az ELTE Állam- és Jogtudományi Doktori Iskolájának hallgatójaként abszolutóriumot szerzett. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság audiovizuális médiaszabályozással foglalkozó munkatársa.

Cyber-viktimizáció és cyber-agresszió

A közösségioldal-használat összefüggései az online bántalmazással

A cyberbullying (online bántalmazás) meghatározás szerint elektronikus eszközök közvetítésével történő ismételt, szándékos, agresszív tett, amely negatív pszichológiai következményei miatt került a tudományos érdeklődés fókuszába. Mégis viszonylag kevés kutatás irányult a cyberbullying-tapasztalatok és a közösségioldal-használat kapcsolatának feltárására. E tanulmánynak két célkitűzése volt: azonosítani a leggyakoribb cyberbullying-formákat, valamint feltárni az internethasználat, a közösségioldal-használat és a cyberbullying-tapasztalatok összefüggéseit serdülő és felnőtt közösségioldal-használók mintáján (N = 1500; 57,9% férfi; átlagéletkor = 28,9 év, szórás = 8,7). Az eredmények szerint az elkövetők többnyire a bántalmazás nyílt formáit – például a lángháborút és a kiközösítést – részesítették előnyben. Az áldozatok gyakran nyílt és privát formákat – például zaklatást – is tapasztaltak. Az áldozattá válást a legerősebben az elkövetőként szerzett tapasztalatok jósolták be, míg az elkövetővé válást az áldozati szerepben szerzett tapasztalat. Az áldozatok között több volt a nő, idősebbek, több közösségi oldalon is aktívak voltak, óvatosabb adatvédelmi stratégiákat alkalmaztak, és több pszichiátriai tünetről számoltak be azoknál, akik nem tapasztaltak cyberbullyingot. Az elkövetők között ellenben több volt a férfi, fiatalabbak voltak, több időt töltöttek az interneten, és a közösségi oldalakon visszaigazolt ismerőseik közül kevesebbet ismertek személyesen. Ezek az eredmények hozzájárulhatnak a prevenció és az intervenció programok hatékonyabbá tételéhez.

1. Bevezetés

A modern technikai eszközök megjelenésével és fejlődésével párhuzamosan nemcsak a rendelkezésünkre álló kommunikációs és információszerzési lehetőségek tárháza gazdagodott, hanem a potenciális veszélyforrások köre is. Így a hagyományos bántalmazás, idegen szóval *bullying* is új színteret kapott az iskolaudvar és a munkakörnyezet mellett, életre hívva a *cyberbullying*nek nevezett jelenséget (Zsila et al. 2015). A cyberbullying olyan ismétlődő, szándékosan véghezvitt agresszív cselekedet, amely elektronikus eszközök közvetítésével valósul meg azzal a céllal, hogy kárt, sérelmet, fájdalmat okozzon másoknak (Tokunaga 2010). Noha a 2000-es évek elején gyakran találkozhattunk a szakirodalomban olyan spekulációkkal, amelyek szerint a cyberbullying gyakorisága rövideSEN meghaladja a bullying előfordulását, az újabb kutatások cáfolják ezt a feltételezést (Olweus 2013, Kowalski et al. 2014). Az előfordulási gyakoriságok összehasonlítását megnehezíti, hogy különböző tanulmányok más és más definíciót alkalmaznak (például az ismétlődés nem mindegyikben szerepel kritériumként, mert egyes kutatók úgy vélik, hogy már egy eset is súlyos pszichológiai következményekkel járhat). Hasonló módon a tapasztalatokat más-más időtáv vonatkozásában mérik fel (például az elmúlt egy év, három hónap), valamint a vizsgált populáció összetétele is befolyásolhatja a prevalenciát (például fiatalabb tanulók között gyakoribb) (Kowalski et al. 2014). Ennek megfelelően a bullying és a cyberbullying előfordulási gyakoriságában is meglehetősen nagy különbségek figyelhetők meg az egyes tanulmányok között: bullying esetén 9,7 százaléktól 89,7 százalékig terjed az elkövetők aránya, és 9,0 százaléktól 97,9 százalékig az áldozatok aránya; cyberbullying esetén 5,3 százaléktól 35,1 százalékig terjed az elkövetők aránya, és 2,2 százaléktól 56,2 százalékig az áldozatok aránya (Modecki et al. 2014). Kathryn L. Modecki és munkatársai (2014) becslése szerint a bullying áldozatainak és elkövetőinek aránya 35 százalékra, míg a cyberbullying áldozatainak és elkövetőinek aránya megközelítőleg 15 százalékra tehető.

A tanulmányok egy részében nem találtak nemi különbséget a cyberbullying-áldozatok között (például Patchin & Hinduja 2006, Li 2007), míg másokban a lányok gyakrabban váltak bántalmazás áldozatává ilyen módon, mint a fiúk (például Kowalski & Limber 2007, DeHue et al. 2008). Az elkövetők körében azonban a legtöbb tanulmányban magasabb arányban jelentek meg a fiúk (Hokoda et al. 2006, Huang & Chou 2010).

Az elkövetők és az áldozatok csoportja mellett egyes tanulmányok a szemlélők szerepének fontosságát is hangsúlyozzák, hiszen a cyberbullyingban személyesen nem érintett szemtanúk reakciója a bántalmazás kimenetelét és következményeit is befolyásolhatja (Salmivalli & Peets 2009). Ennek ellenére mindeddig kevés kutatás irányult a szemlélői csoportok reakciójának vizsgálatára.

A cyberbullying jelenségköre elsősorban a negatív pszichológiai következmények által ragadta meg a tudományos körök érdeklődését. Az áldozatok és az elkövetők is gyakran számolnak be depresszív, szorongásos tünetekről (Hinduja & Patchin 2008, Gámez-Guadix et al. 2013), a legveszélyeztetettebb csoportot mégis azok képezik, akik mindkét szerepkörben tapasztalatot szereztek (Nixon 2014). Ehhez hozzájárul, hogy az áldozatokból gyakran válik elkövető, és fordítva (Patchin & Hinduja 2006).

A cyberbullying leggyakoribb megnyilvánulási formái között tartják számon a bántó üzenetek küldését, azaz a *zaklatást* (Patchin & Hinduja 2010, Slonje & Smith 2008). A zaklatás mellett Domonkos Katalin (2014) további hét megnyilvánulási formát nevez meg, amelyet alább felsorolunk a szerző definícióival. Gyakran megfigyelhető nyilvános fórumokon, csoportokban a (1) *lángháború*, amikor dühös, trágár nyelvezet használatával veszekedést szítanak egy felhasználó ellen. A felhasználót (2) *befeketíthetik*, vagyis igaztalan, hírnévrontásra alkalmas pletykákat terjeszthetnek róla, vagy szándékosan kizárhatják, (3) *kiközösíthetik* egy online csoportból. (4) *Kibeszélés* esetén titkokat és más személyes információkat szolgáltatnak ki egy felhasználóról az engedélye nélkül. (5) *Személyiséglopásról* akkor beszélünk, ha valaki egy másik személy profiljába férkőzve kellemetlen vagy agresszív üzeneteket küld a nevében más felhasználóknak. Aki (6) *„trükközést”, becsapást* követ el, az mások megtévesztésével személyes adatokat, információkat csal ki egy felhasználótól, majd nyilvánosan megosztja azokat. A (7) *sexting* elkövetője szexuális tartalmú képeket, szöveges üzeneteket küld más felhasználóknak provokáció céljából.

A közösségi oldalak (például a Facebook, a Twitter és az Instagram) felhasználói ma már nyilvánosan közzétehetnek személyes élményeket, információkat önmagukról, családjukról vagy barátaikról, ezáltal olyan személyek is láthatják azokat, akik esetleg visszaélhetnek velük. Így nem meglepő, hogy a közösségi oldalak rövid időn belül a cyberbullying színtereivé váltak (Kwan & Skoric 2013). Egy flamand gyerekekkel és serdülőkkel végzett felmérés szerint a fiatalok 67,4 százaléka találkozott már a cyberbullying jelenségével közösségi oldalon szemtanúként (Van Cleemput et al. 2014). Újabb vizsgálatok arra is fényt derítettek, hogy nagyobb valószínűséggel válnak cyberbullying áldozatává azok, akik több személyes adatot osztanak meg magukról nyilvános profiljukon (Peluchette et al. 2015). Minél több visszaigazolt ismerőse van a felhasználónak, annál többen láthatják a bejegyzéseit, kommentjeit, ami csakugyan növelheti az áldozattá válás kockázatát annak ellenére is, hogy az egyéni beállítások már lehetővé teszik a közzétett tartalom szelektív láthatóságát bizonyos felhasználói csoportok számára (Dredge et al. 2014), de önmagában a közösségi oldalon eltöltött idő is kapcsolatot mutat a viktimizáció valószínűségével (Whittaker & Kowalski 2015). Hasonló összefüggést tártak fel az interneten eltöltött idővel is. Az internetezéssel töltött idő hossza egyenes arányosságot mutatott az elkövetővé válás esélyével (Sticca et al. 2013). Az áldozattá válás tekintetében kiemelt rizikótényezőként azonosították továbbá a válogatás nélküli barátszerzést, amikor a felhasználó ismeretlen személyeket barátoknak jelöl, illetve visszaigazol olyan baráti jelöléseket, amelyeket ismeretlen felhasználók kezdeményeztek (Vitak 2017). Védőfaktornak bizonyult, ha a személy gondot fordított személyes adatainak védelmére (például korlátozta azok hozzáférhetőségét más felhasználók előtt), továbbá biztonsági beállításokat alkalmazott üzenetküldő programok használatánál (Juvonen & Gross 2008, Vitak 2017).

A cyberbullying szakirodalmában a vizsgálatok többségét serdülőkből álló mintán végezték (Kowalski et al. 2014, Nixon 2014), noha az újabb kutatások felhívják a figyelmet arra, hogy a jelenség a felnőttek körében is számottevő méreteket öltött az elmúlt évtized során (Balakrishnan 2015, X. Wang et al. 2017). A jelen tanulmány széles életkori spektrumban vizsgálja a cyberbullying-tapasztalatok és a közösségioldal-használat összefüggéseit. Kutatásunk elsődleges célja az volt, hogy részletes képet alkossunk a cyberbullying különböző megnyilvánulási formáinak előfordulási gyakoriságáról a közösségioldal-használók egy viszonylagosan nagy mintáján, továbbá feltárjuk a cyberbullying-szerepkörök összefüggéseit az internethasználat és a közösségioldal-használat mutatóival.

Másodlagos célunk az volt, hogy becslést adjunk arról, mely tényezők képesek a legerősebben bejósolni az áldozattá és az elkövetővé válást a demográfiai sajátosságok, az internet- és a közösségioldal-használat, valamint a korábbi kutatások által kulcsfontosságúnak tekintett pszichológiai ártalmak körében.

2. Módszerek

2.1. Résztvevők és eljárás

A kutatás online adatfelvétellel történt. A kérdőívet két népszerű internetes oldalon (a 444.hu-n és a GameStar online-on) reklámoztuk 14 éven felüli válaszadók számára. Kiskorú válaszadók esetén szülői beleegyezést is kértünk online nyilatkozat formájában. A válaszadókat tájékoztattuk a kérdőív kitöltése előtt a vizsgálat céljáról, vagyis arról, hogy kérdőívünk kitöltésével az ELTE Pszichológiai Intézetének kutatásához nyújthatnak segítséget, amelyben a cyberbullying avagy az online zaklatás vizsgálata a célunk. Kiemeltük továbbá, hogy a vizsgálatban való részvétel önkéntes és névtelen. A válaszadók között hat darab 20 000 forintos vásárlási utalványt sorsoltunk ki. A kutatás az Eötvös Loránd Tudományegyetem etikai bizottságának jóváhagyása mellett történt. Az adatfelvételre 2017 tavaszán került sor.

A mintát 1500 fő alkotta (57,9 % férfi; átlagéletkor = 28,9 év, szórás = 8,7). A legfiatalabb válaszadó 14, a legidősebb 50 éves volt. A mintát alkotók közel fele, 49,3 százaléka egyetemi vagy főiskolai diplomával rendelkezett, 38,4 százalékanak volt a legmagasabb végzettsége az érettségi, és 12,2 százalék nyolc általános iskolai osztályt vagy kevesebbet végzett. Ugyancsak a válaszadók fele (46,1 százaléka) dolgozott teljes munkaidőben az adatfelvétel idején, míg közel negyedük tanult (24,0 %), s negyedük dolgozott és tanult is egy időben (25,1 %). Lakóhely szerint a válaszadók 52,9 százaléka a fővárosban élt, 37,3 százalékuk más városban, míg mindössze 9,8 százalékuk lakott falun. A mintavétel módjából eredően a válaszadók nem reprezentálják a teljes populációt.

2.2. Mérőeszközök

Cyberbullying-tapasztalatok. A válaszadók a kérdőív elején tájékoztatást kaptak a cyberbullying jelenségköréről Robert S. Tokunaga (2010) definíciója alapján. A jelenséghez kapcsolódó tapasztalatok feltérképezése céljából megkérdeztük tőlük, hogy érintetté váltak-e a jelenségben bármely szerepkörben (elkövető, áldozat, elkövető-áldozat, szemlélő) az elmúlt egy évben, s ha igen, milyen gyakran. Továbbá megkérdeztük, mely cyberbullying-formákban szereztek tapasztalatot (lángháború, zaklatás, befektetés, kiközösítés, személyiséglopás, kibeszélés, „trükközés”, becsapás, sexting). A válaszadók minden megnyilvánulási formáról definíciót olvashattak Domonkos (2014) leírása alapján. Áldozatoknak, illetve elkövetőknek tekintettük azokat a személyeket, akik önbevallás alapján legalább egy cyberbullying megnyilvánulási formában érintetté váltak az elmúlt egy évben. Az áldozatoktól megkérdeztük, hogy az esetek hány százalékában fordultak segítségért, és kitől kérték azt.

Közösségioldal-használat. Először az általános internethasználatra vonatkozó kérdéseket tettünk fel (internet-használat átlagos ideje hétköznap és hétvégén). Ezután tájékoztunk arról, hogy a válaszadók mely közösségi oldalak (Facebook, Twitter, Instagram stb.) aktív tagjai. Aktív tagságon azt értettük, ha legalább havi rendszerességgel bejelentkeznek. Emellett megkérdeztük, hány ismerősük van az általuk leggyakrabban látogatott közösségi oldalon, és a visszaigazolt ismerőseiknek körülbelül hány százalékát ismerik személyesen.

Adatvédelem. A személyes adatok védelme érdekében alkalmazott stratégiákat az öttételes Adatvédelmi Stratégiák Skálán (Vitak 2017) mértük fel. A skála öt olyan viselkedést ír le, amely a személyes információk korlátozását, felülbírálását célozza, például: „Átfogalmazol egy posztot, nehogy magadra haragítsd vele néhány Facebook-ismerősödet.” A válaszadók egy ötfokú Likert-skálán jelölték, mennyire gyakran viselkednek a felsorolt öt állításnak megfelelően (1 = soha, 5 = nagyon gyakran). A skála belső konzisztenciája elfogadhatónak bizonyult a jelen tanulmányban ($\alpha = 0,64$).

Pszichológiai korrelátumok. A válaszadók pszichés jóllétének feltérképezésére a Derogatis-féle rövid tünetlista magyar adaptációját alkalmaztuk (BSI, Derogatis 1975, Urbán et al. 2014). A jelen tanulmányban összesen 16 tétel felhasználásával három releváns alskálán mértük fel a pszichiátriai tünetek előfordulását: (1) interperszonális érzékenység, például: „Alárendeltnek érzed magad másokkal szemben” ($\alpha = 0,69$); (2) depresszió, például: „Reménytelenség a jövőre nézve” ($\alpha = 0,81$); (3) szorongás, például: „Feszültség, felhangoltság érzése” ($\alpha = 0,84$). A válaszadók ötfokú Likert-skálán értékelték, mennyire zavarták őket a felsorolt tünetek az elmúlt egy évben (0 = egyáltalán nem, 4 = nagyon). A három alskála között magas (0,66 és 0,75 közötti) korrelációkat figyelhettünk meg, ezért az elemzésben az alskálák összevont átlagával számoltunk ($\alpha = 0,88$).

3. Statisztikai elemzés

Az adatelemzést az SPSS program 22.0-ás verziójával végeztük. A csoport-összehasonlítások esetén egyszempontos varianciaanalízist végeztünk; az *F*- és *Welch*-értékeket az előzetesen elvégzett szóráshomogenitás-vizsgálat eredményei alapján közöljük, s a *post hoc* tesztek is ennek megfelelően választottuk ki. Azon változók esetén, amelyeknél a szóráshomogenitás feltétele nem teljesült, Scheffe *post hoc* tesztet alkalmaztunk, míg ellenkező esetben Tukey-tesztet végeztünk. A közösségioldal-használat és a cyberbullying-tapasztalatok összefüggéseit bináris logisztikus regresszióelemzéssel vizsgáltuk, amelyben az áldozattá és az elkövetővé válást külön elemzésben dichotóm változóként kezeltük (1 = áldozatként/elkövetőként érintetté vált cyberbullyingban az elmúlt egy évben, 0 = nem vált érintetté cyberbullyingban az elmúlt egy évben), és kimeneti változóként alkalmaztuk a modellben. A nem és az életkor a regressziós modellben kontrollváltozóként szerepelt, így hatásuk nem jelent meg a vizsgált változók bejósoló erejében a kimeneti változóra. Az áldozattá válás bejósoló tényezőinek vizsgálata során az elkövetővé válást ugyancsak kontrollváltozóként alkalmaztuk, s az elkövetővé válás bejósolásában is kontrolláltuk az áldozattá válást. A pszichiátriai tüneteket és a közösségioldal-használattal kapcsolatos változókat folytonos változóként, az áldozattá és az elkövetővé válás prediktoraiként alkalmaztuk a modellben. A kontrollváltozókat és a prediktorváltozókat két lépésben, *enter* módszerrel adtuk a modellhez azért, hogy a magyarázott varianciában bekövetkező változásokat is szemléltethessük.

4. Eredmények

4.1. A cyberbullying megnyilvánulási formái és szerepkörei

A jelen mintában a válaszadók 16,7 százaléka kizárólag áldozatként, 3,4 százaléka kizárólag elkövetőként, míg 12,0 százaléka áldozatként és elkövetőként is szerzett tapasztalatot cyberbullyingban az elmúlt év során. Továbbá 28,1 százalékuk csupán szemlélője volt online bántalmazásnak, és nem szerzett személyes tapasztalatokat; 39,8 százalékuk szemtanúként sem volt érintett cyberbullyingban. Az elmúlt év során online bántalmazást elszenvedett személyek (áldozatok, valamint áldozatok és elkövetők) kétharmadát (65,8 százalékát) ritkábban, mint havonta bántalmazták elektronikus úton; 17,8 százalékát havonta egy-két alkalommal, 5,1 százalékát hetente-kéthetente, míg 11,3 százalékát hetente több alkalommal zaklatták az elmúlt év során. Hasonló módon az elmúlt évben elkövetőként tapasztalatot szerző személyek (elkövetők, valamint áldozatok és elkövetők) többsége ritkábban, mint havonta zaklatta áldozatát/áldozatait (60,8%), míg 17,6 százalékuk havonta egy-két alkalommal, 7,9 százalékuk hetente-kéthetente, és 13,7 százalékuk heti több alkalommal bántalmazott másokat elektronikus eszközök segítségével.

A cyberbullying megnyilvánulási formáiban érintetté vált személyek arányát a különböző szerepkörökben az 1. táblázat szemlélteti. Az elkövetők kétharmada közösisített már ki másokat online csoportból (66,0%), és több mint fele szított lángháborút (58,5%). Ezzel szemben a sextinget (17,0%) és a „trükközést”, becsapást kevesen (9,4%) alkalmazták. Az áldozatok háromnegyedét zaklatták (75,8%), és csaknem felét befeketítették mások (47,3%). Ugyancsak sokan tapasztaltak lángháborút (45,0%) és sextinget (40,0%). Az elkövetőknél megfigyelt

mintázathoz hasonlóan az áldozatoknak csupán töredéke vált érintetté személyiséglopásban (16,2%), valamint „trükközésben”, becsapásban (11,9%). Az elkövetők és az áldozatok körében a leggyakoribb megnyilvánulási formának a lángháború (50,8%) mutatkozott.

1. táblázat
A cyberbullying különböző típusaiban érintetté vált személyek száma
és százalékos aránya szerepkörök szerint

Cyberbullying típusa	Elkövető (n = 53)	Áldozat (n = 260)	Elkövető és áldozat (n = 187)
lángháború	31 (58,5%)	117 (45,0%)	95 (50,8%)
zaklatás	17 (32,1%)	197 (75,8%)	53 (28,3%)
befektetés	19 (35,8%)	123 (47,3%)	22 (11,8%)
kiközösítés	35 (66,0%)	66 (25,4%)	32 (17,1%)
személyiséglopás	15 (28,3%)	42 (16,2%)	8 (4,3%)
kibeszelés	16 (30,2%)	84 (32,3%)	37 (19,8%)
„trükközés”, becsapás	5 (9,4%)	31 (11,9%)	4 (2,1%)
sexting	9 (17,0%)	104 (40,0%)	18 (9,6%)

Az áldozatok az esetek kevesebb mint negyedében (20,4%) fordultak segítségért, miután érintetté váltak cyberbullyingban. Azok, akik segítséget kértek, az esetek többségében offline (az áldozatok 38,5 százaléka) és online megismert barátaikhoz (36,9%) fordultak. Sokan párjuk (20,1%), valamint szüleik, rokonaik (15,2%) segítségét kérték. Kevesebben fordultak iskolatársaikhoz, munkatársaikhoz (12,1%), illetve szakemberhez, például pszichológushoz (6,9%). A legritkábban tanáraikat vagy feletteseiket értesítették a problémáról (3,8%), továbbá ritkán vették igénybe a rendőrség segítségét is (3,6%).

4.2. Közösségioldal-használat a cyberbullyingban érintett csoportokban

Pearson-korrelációk elvégzésével feltártuk a közösségioldal-használat specifikumait a teljes mintában ($N = 1500$). Megállapítottuk, hogy az internethasználat ideje nem mutat kapcsolatot az adatvédelmi stratégiák alkalmazásával ($r = 0,45$; $p = 0,11$). Ezzel szemben szignifikáns összefüggés mutatkozott a közösségioldal-tagság, az ismerősök száma és összetétele, valamint az adatvédelmi stratégiák alkalmazása között. Minél több közösségi oldalt használt az adott személy, annál több visszaigazolt ismerőse volt ($r = 0,19$; $p < 0,001$), ezzel párhuzamosan kevesebb személyes ismerős volt közöttük ($r = -0,07$; $p = 0,018$). Hasonló módon a közösségi oldalakon visszaigazolt ismerősök számával egyenes arányban csökkent a személyesen ismert barátok száma ($r = -0,17$; $p < 0,001$). Továbbá minél több közösségi oldalnak voltak aktív tagjai, annál alaposabb adatvédelmi stratégiákat alkalmaztak ($r = 0,17$; $p < 0,001$), az adatvédelem azonban nem állt kapcsolatban az ismerősök számával (ismerősök száma: $r = 0,01$; $p = 0,61$; személyes ismerősök száma: $r = -0,03$; $p = 0,26$).

A közösségioldal-használat jellemzőit az egyes cyberbullying-szerepkörök mentén egyszempontos varianciaanalízissel vizsgáltuk. Az eredményeket a 2. táblázat szemlélteti. A válaszadók 3,74 órát interneteztek egy átlagos hétköznapon, míg 4,02 órát egy átlagos hétvégi napon. Az elkövetők szignifikánsan több időt töltöttek internetezéssel az áldozatoknál és azoknál, akik személyesen nem váltak érintetté cyberbullyingban (szemlélők és nem érintettek) az elmúlt évben ($F(1545) = 6,64$; $p < 0,001$).

2. táblázat
Közösségi oldal-használat különböző, cyberbullyingban érintetté vált csoportokban

	Teljes minta (N = 1500)	Személyesen nem érintett (n = 1000)	Áldozat (n = 260)	Elkövető (n = 53)	Elkövető és áldozat (n = 187)	F/Welch
Internetezési idő (óra/nap)	3,74 (1,61)	3,68 (1,60)a	3,63 (1,64)a	4,21 (1,70)ab	4,15 (1,51)b	6,64***
Közösségi oldal- tagság (n)	1,92 (1,38)	1,83 (1,36)a	2,20 (1,44)b	1,87 (1,37)ab	1,99 (1,33)ab	5,17**
Közösségi oldal- ismerősök száma (n)	472,81 (513,74)	446,27 (484,33)a	516,14 (479,63)a	499,88 (464,23)a	543,24 (688,61)a	2,11
Közösségi oldal- személyes ismerősök (%)	82,22 (23,16)	84,48 (21,16)a	80,42 (23,34)ab	70,41 (34,55)b	76,26 (26,74)b	7,97***
Adatvédelmi Stratégiák (átlag)	2,33 (0,80)	2,23 (0,78)a	2,51 (0,81)b	2,41 (0,78)ab	2,54 (0,81)b	12,58***

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$

Zárójelben a szórásokat jelöltük. A különböző kisbetűk egyazon sorban a csoportok közötti szignifikáns különbségeket jelzik, míg az azonos kisbetűk ugyanazon sorban a nem szignifikáns különbségeket jelölik a *post hoc* tesztek alapján.

A válaszadók számottevő többsége (86,9 százaléka) a Facebook aktív tagja volt, míg további 39,9 százalékuk az Instagramot is rendszeresen használta. Emellett a válaszadók kis hányada a Tumblr-t (15,1%), a LinkedIn-t (15,0%) és a Twitter-t (14,1%) is használta. Csupán kevesen voltak aktív felhasználói a Pinterest (11,7%), a Snapchat (11,5%) vagy más (4,3%) közösségi oldalaknak. A válaszadók átlagosan egy-két közösségi oldalt látogattak rendszeresen. Azok, akik cyberbullyingban áldozattá váltak az elmúlt évben, több közösségi oldalnak voltak aktív tagjai, mint azok, akik nem váltak érintetté személyesen ($F(1549) = 5,17; p = 0,001$).

A válaszadóknak átlagosan 473 visszaigazolt ismerősük volt az általuk leggyakrabban látogatott közösségi oldalon. A legalacsonyabb ismeretségi szám 0, míg a legmagasabb 9807 volt a mintában. Nem találtunk szignifikáns különbséget az ismerősök számában a cyberbullying-szerepkörök alapján ($Welch(166) = 2,11; p = 0,10$). Ezzel szemben szignifikáns különbség mutatkozott a személyes ismerősök arányában az egyes cyberbullying-szerepkörök alapján. Az elkövetők, valamint az elkövetők-áldozatok kisebb arányban ismerték személyesen azokat, akikkel ismerősi kapcsolatban álltak az általuk rendszeresen látogatott közösségi oldalakon, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban ($Welch(170) = 7,97; p < 0,001$).

Az Adatvédelmi Stratégiák Skálán elért pontszámokban szignifikáns különbséget találtunk cyberbullying-szerepkörök szerint. Az áldozatok, valamint az elkövetők-áldozatok magasabb pontszámot értek el azoknál, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban ($F(1283) = 12,58; p < 0,001$). Ez azt jelzi, hogy a cyberbullyingban áldozattá vált személyek magasabb fokú adatvédelmi stratégiákat alkalmaznak a közösségi oldalon történő kommunikáció során azoknál, akiket az elmúlt évben nem bántalmaztak elektronikus eszközök közvetítésével.

A pszichiátriai tünetek megjelenését illetően az áldozatok (átlag = 2,79; szórás = 0,91) és az elkövetők-áldozatok (átlag = 2,67; szórás = 0,84) több tünetről számoltak be azoknál, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban az elmúlt évben (átlag = 2,43; szórás = 0,79) ($Welch(190) = 13,62; p < 0,001$). Az elkövetők ezzel szemben nem számoltak be több tünetről azoknál, akik nem szereztek tapasztalatot cyberbullyingban (átlag = 2,51; szórás = 0,91).

4.3. Az elkövetővé és az áldozattá válást bejósoló tényezők

Annak feltárására, hogy a jelen tanulmányban vizsgált változók közül melyek állnak kapcsolatban az elkövetővé és az áldozattá válással, s melyek a legerősebb bejósoló tényezői az érintettségnek, bináris logisztikus regresszióelemzést végeztünk.

Először azt vizsgáltuk, mely tényezők hozhatók összefüggésbe az áldozattá válással. Az eredményt a 3. táblázat szemlélteti. Az első ($\chi^2(3) = 295,16; p < 0,001$) és a második modell is szignifikánsnak mutatkozott ($\chi^2(9) = 332,00; p < 0,001$), habár a regressziós modellben egy szignifikáns prediktor jelenléte is vezethet erre az eredményre. Az első modell a teljes variancia 30 százalékát magyarázta, míg a második a közösségioldal-használatra és a pszichiátriai tünetekre vonatkozó változók hozzáadásával csekély mértékben, három százalékkal növelte a magyarázott varianciát. Ez azt jelzi, hogy a kontrollváltozók bejósoló ereje számottevő a cyberbullyingban való áldozattá válásban a többi vizsgált változóhoz viszonyítva. Az áldozattá válás legerősebb prediktora az elkövetővé válás volt ($B = 3,04; O.R. = 20,83 [13,58-31,94]; p < 0,001$), ami azt jelenti, hogy az elkövetők huszonegyszer nagyobb eséllyel váltak áldozattá egy éven belül, mint azok, akik nem követtek el cyberbullyingot ez idő alatt. A széles konfidencia-intervallumból eredően azonban ez az esélyhányados kevésbé bizonyult pontos becslésnek más változók bejósoló erejéhez viszonyítva. Továbbá nagyobb eséllyel váltak áldozattá a nők és az idősebbek, noha az életkor és az áldozattá válás közötti kapcsolat rendkívül gyengének mutatkozott ($B = 0,02; O.R. = 1,02 [1,00-1,03]; p = 0,007$). Emellett az áldozattá válás összefüggést mutatott a magas fokú adatvédelmi stratégiákkal és a pszichiátriai tünetekkel.

3. táblázat
Az áldozattá és elkövetővé válás bejósoló tényezői
a bináris logisztikus regresszióelemzés alapján

Cyberbullying – áldozattá válás					
Modell	Nagelkerle-féle R2		B	S.E.	O.R. (95% C.I.)
1 (p < 0,001)	0,30	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	0,92	0,15	2,51*** (1,88–3,37)
		Életkor (év)	0,02	0,01	1,02 (1,00–1,03)
		Cyberbullying-elkövető (0 = nem, 2 = igen)	3,07	0,21	21,60*** (14,22–32,81)
2 (p < 0,001)	0,33	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	0,75	0,16	2,12*** (1,55–2,89)
		Életkor (év)	0,02	0,01	1,03** (1,01–1,04)
		Cyberbullying-elkövető (0 = nem, 2 = igen)	3,04	0,22	20,83*** (13,58–31,94)
		Internetelési idő (óra/nap)	-0,03	0,05	0,97 (0,88–1,06)
		Közösségioldal-tagság (n)	0,00	0,06	1,00 (0,88–1,12)
		Közösségioldal-ismerősök száma (n)	0,00	0,00	1,00 (1,00–1,00)
		Közösségioldal-személyes ismerősök (%)	0,00	0,00	1,00 (0,99–1,00)
		Adatvédelmi Stratégiák (átlag)	0,28	0,09	1,32** (1,10–1,59)
		Pszichiátriai tünetek (átlag)	0,38	0,09	1,47*** (1,23–1,76)

Cyberbullying – elkövetővé válás					
Modell	Nagelkerle-féle R2		B	S.E.	O.R. (95% C.I.)
1 ($p < 0,001$)	0,39	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	-1,42	0,20	0,24*** (0,16–0,36)
		Életkor (év)	-0,03	0,01	0,97** (0,95–0,99)
		Cyberbullying-áldozat (0 = nem, 2 = igen)	3,07	0,21	21,48*** (14,14–32,63)
2 ($p < 0,001$)	0,41	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	-1,40	0,22	0,25*** (0,16–0,38)
		Életkor (év)	-0,03	0,01	0,97* (0,95–0,99)
		Cyberbullying-áldozat (0 = nem, 2 = igen)	3,04	0,22	20,93*** (13,62–32,17)
		Internetelési idő (óra/nap)	0,16	0,06	1,17* (1,03–1,32)
		Közösségioldal-tagság (n)	-0,04	0,08	0,96 (0,82–1,12)
		Közösségioldal-ismerősök száma (n)	0,00	0,00	1,00 (1,00–1,00)
		Közösségioldal-személyes ismerősök (%)	-0,01	0,00	0,99* (0,99–1,00)
		Adatvédelmi Stratégiák (átlag)	0,23	0,12	1,26 (0,99–1,60)
		Pszichiátriai tünetek (átlag)	-0,16	0,12	0,85 (0,68–1,08)

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$

A következő lépésben azt vizsgáltuk, mely tényezők állnak kapcsolatban az elkövetővé válással (lásd a 3. táblázatot). Az első ($\chi^2(3) = 313,38$; $p < 0,001$) és a második modell is szignifikánsnak bizonyult ($\chi^2(9) = 330,71$; $p < 0,001$). Az első modell a teljes variancia 39 százalékát magyarázta, míg a második modellben a további változók hozzáadásával nem emelkedett jelentősen ez az érték (41%), akárcsak az áldozattá válást bejósoló modellek esetén. A vizsgált változók az elkövetővé válást jobban magyarázták az áldozattá válásnál (41 vs. 33%). Az elkövetővé válást az áldozattá válás jósolta be legerősebben ($B = 3,04$; O.R. = 20,93 [13,62–32,17]; $p < 0,001$), ami azt jelenti, hogy áldozatokból huszonegyszer nagyobb eséllyel válik elkövető egy éven belül, mint azokból, akik nem váltak cyberbullying áldozatává ez idő alatt. A széles konfidencia-intervallumból eredően azonban a valós érték a skála kontinuumán belül bárhol elhelyezkedhet. Ezenkívül nagyobb eséllyel váltak elkövetővé a férfiak és a fiatalabb életkorúak, bár az életkor és az elkövetővé válás közötti kapcsolat ezúttal is meglehetősen gyengének mutatkozott ($B = -0,03$; O.R. = 0,97 [0,95–0,99]; $p = 0,01$). Végül összefüggés mutatkozott az elkövetővé válás, az internetelési idő és a közösségi oldalon szerzett ismerősökkel való személyes kapcsolat között is. Az elkövetők több időt töltöttek internetezéssel, és kevesebb személyt ismertek személyesen a közösségi oldalakon visszaigazolt ismerőseik közül azoknál, akik nem követtek el cyberbullyingot az elmúlt egy évben.

5. Összegzés

A jelen tanulmány a cyberbullying-tapasztalatok és a közösségioldal-használat kapcsolatát vizsgálta magyar serdülők és felnőttek mintáján. Kutatásunk rámutatott arra, hogy a cyberbullying elkövetői a leggyakrabban a bántalmazás nyilvános módjait preferálják, például a lángháborút és a kiközösítést, míg az áldozatok többsége nyilvános és privát úton is szembesül sértő üzenetekkel, fenyegetésekkel. A személyes adatokkal való visszaélés az elkövetők és az áldozatok beszámolóit szerint viszonylag ritkán fordult elő. Az áldozatok között magasabb volt a nők aránya, idősebbek voltak, továbbá jellemzően több közösségi oldalon is aktív tevékenységet folytattak, ugyanakkor óvatosabb adatvédelmi stratégiákat alkalmaztak a Facebookon, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban az elmúlt évben. Az áldozatok csoportja emellett több pszichiátriai tünetről (depresszió, szorongás, interperszonális érzékenység) számolt be azoknál, akik nem tapasztaltak személyesen online bántalmazást. Az elkövetők között magasabb volt a férfiak aránya, fiatalabbak voltak, több időt töltöttek az interneten, és visszaigazolt ismerőseik közül kevesebbet ismertek személyesen a közösségi oldalakon, mint azok, akik nem bántalmaztak másokat elektronikus eszközök útján az elmúlt egy évben. Az áldozattá válást a legerősebben az elkövetőként szerzett tapasztalat, míg az elkövetővé válást az áldozatként elszenvedett esetek előfordulása jósolta be.

A válaszadók 16,7 százaléka kizárólag áldozatként, míg 3,4 százaléka kizárólag elkövetőként szerzett tapasztalatot cyberbullyingban az elmúlt egy év során. Az áldozatok és az elkövetők aránya 12,0 százalék volt. Mivel e vizsgálatunkat nem reprezentatív mintán végeztük, a prevalenciaértékek nem tekinthetők általánosnak a magyar serdülők és felnőttek körében. Az áldozatok aránya magasabb volt a nemzetközi prevalenciáknál, amelyek megközelítőleg 15 százalékra becsülték az áldozatok és elkövetők arányát is (Modecki et al. 2014). Ugyanakkor a Robin M. Kowalski és munkatársai (2014) által becsült 10–40 százalék közé esik, így nem tekinthető kiugróan magas értéknek, bár kis mértékben meghaladja az átlagos arányt. Ennek valószínű oka a mintavétel módjában rejlik, hiszen feltehetően nagyobb hajlandóságot mutattak kérdőívünk kitöltésére azok, akik személyesen is érintetté váltak cyberbullyingban, mint azok, akik nem hallottak korábban a jelenségről, s így talán nem érezték önmagukra vonatkozóan felhívásunkat.

Az elkövetők a leggyakrabban a bántalmazás nyilvános módjait alkalmazták áldozataikkal szemben, például a lángháborút és a kiközösítést. Mivel céljuk az, hogy minél nagyobb kárt okozzanak áldozataiknak (Beran & Li 2008), vélhetően úgy gondolják, a nyilvánosság előtt elszenvedett sértések súlyosabb kárt okoznak, mint a privát úton elküldött, kizárólag a címzett számára látható üzenetek. Ezzel szemben az áldozatok a leggyakrabban a zaklatással, vagyis a privát módon érkező, agresszív üzenetekkel találkoztak a lángháború és a befektetés mellett. Más, nemzetközi tanulmányok is a sértő üzenetek küldését találták a cyberbullying leggyakoribb megnyilvánulási formájának (Patchin & Hinduja 2010, Slonje & Smith 2008). A legkevésbé elterjedt formák közé tartozott a „trükközés”, becsapás és a személyiséglopás, amelynek bizonyos esetei a hazai törvények értelmében bűncselekménynek számítanak, ezért is lehet ritka az előfordulásuk.

Az áldozatok az esetek kevesebb mint negyedében fordultak segítségért, miután online bántalmazták őket. Korábbi tanulmányok ugyancsak azt találták, hogy az áldozatok ritkán kértek segítséget (Hoff & Mitchell 2009, Smith et al. 2008), s akkor is főképp barátaiktól (Slonje & Smith 2008). Ennek feltételezhető oka egyrészt az, hogy reménytelennek látják helyzetüket, ezért szégyellik bevallani az esetet (Wang et al. 2011), másrészt a fiatalabb áldozatok félnek attól, hogy szüleik eltiltják őket az internethasználatától (Agatston et al. 2007).

A mintában a legnépszerűbb közösségi oldal a Facebook volt, amelyet a válaszadók 86,9 százaléka rendszeresen látogatott. Az áldozatok átlagosan több közösségi oldal aktív tagjai voltak, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban. Ez az eredmény visszavezethető arra, hogy a közösségioldal-használat önmagában is növeli az áldozattá válás kockázatát (Kwan & Skoric 2013). Ebből arra következtethetünk, hogy azok, akik számos közösségi oldalon aktív felhasználók, nagyobb valószínűséggel válnak cyberbullying áldozatává, mint azok, akik csupán egy-két közösségi oldalt látogatnak, hiszen a platformok változatossága az ismerősök és a belső csoporttagságok változatosságát is növeli.

Bár az ismerősök számában nem találtunk különbséget a cyberbullying-szerepkörök tekintetében, az elkövetők kisebb arányban ismerték személyesen visszaigazolt barátaikat az általuk látogatott közösségi oldalakon, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban. Ez az eredmény azt sugallja, hogy az ismerősök mennyisége helyett inkább a kapcsolatok minősége állhat szorosabb összefüggésben a cyberbullying-tapasztalatokkal. Az elkövetők

jellemzően magas agresszióval (Kowalski et al. 2014) és alacsony empátiás készségekkel rendelkeznek (Steffgen et al. 2011), ezért vélhetően hajlamosabbak agresszív viselkedést mutatni konfliktus esetén olyan felhasználókkal szemben, akikkel nem állnak személyes ismeretségben. Számos nemzetközi kutatáshoz hasonlóan (például Ybarra & Mitchell 2004, Navarro et al. 2013, Sticca et al. 2013) vizsgálatunkban is pozitív kapcsolat mutatkozott az elkövetővé válás és az interneten eltöltött idő között.

Az eredmények alapján az áldozatok – különösen az elkövetők-áldozatok – magasabb fokú adatvédelmi stratégiákat alkalmaznak azoknál, akik nem tapasztaltak cyberbullyingot. A legtöbb kutatás ezzel ellentétes eredményre jutott (Juvonen & Gross 2008, Vitak 2017). Ennek egy lehetséges oka az, hogy az áldozatok a bántalmazás hatására különösen óvatossá váltak, figyelmet fordítva arra, hogy ne osszanak meg magukról olyan információkat, amelyekkel mások esetleg visszaélhetnek. Így gyakrabban fogalmazzák át Facebookon posztjaikat, nehogy újabb sértések, fenyegetések érjék őket, vagy gyakrabban törlik állapotfrissítéseiket, mielőtt nyilvánosan megosztanák azokat ismerőseikkel, hogy elkerüljék a negatív kommenteket. Ezt a feltételezést erősíti a közösségioldal-tagság és az adatvédelmi stratégiák közötti pozitív kapcsolat is tanulmányunkban, amely rámutat arra, hogy a felhasználók a közösségi színterek skálájának bővülésével nagyobb figyelmet fordítanak személyes adataik megóvására.

Az áldozatok több pszichiátriai tünetről számoltak be azoknál, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban. A legtöbb tünetet az elkövetők-áldozatok mutatták, akárcsak más kutatásokban (Hinduja & Patchin 2010, Nixon 2014). Ezek a vizsgálatok rávilágítottak arra, hogy azok a személyek képezik a legveszélyeztetettebb csoportot a pszichológiai ártalmak hatására, akik mindkét szerepkörben szereztek tapasztalatot. Vizsgálatunkban ez a csoport nagyobb gondot fordított személyes adatainak megóvására, amely a mindkét oldalról származó tapasztalatokból eredő védelmi stratégiaként is értelmezhető az újbóli viktimizáció elkerülésének céljából.

Az áldozattá válást a legerősebben az elkövetőként szerzett tapasztalat jósolta be, míg az elkövetővé válást az áldozatként elszenvedett esetek előfordulása. Ez az eredmény megegyezik a korábbi tanulmányokéval (Hinduja & Patchin 2008, Zsila et al. in press), amelyekben az elkövetővé és az áldozattá válás legerősebb prediktorainak a másik szerepben szerzett tapasztalat bizonyult. Az áldozatok között több volt a nő, míg az elkövetők esetében a férfiak aránya volt magasabb. Ez az eredmény hasonlóságot mutat azokkal az elemzésekkel, amelyekben az online bántalmazás áldozatai között magasabb volt a nők, míg elkövetői között a férfiak aránya (Hokoda et al. 2006, Kowalski & Limber 2007, DeHue et al. 2008, Huang & Chou 2010), ugyanakkor ellentmond azoknak, amelyekben nem találtak különbséget a nemek szempontjából (Patchin & Hinduja 2006, Li 2007). Az életkor bejósoló ereje az elkövetővé és az áldozattá válásban is relevánsnak mutatkozott, hatása azonban meglehetősen csekély maradt. Jelen vizsgálatunkban a nem és az ellenkező szerepben szerzett cyberbullying-tapasztalatok magyarázó ereje lényegesen nagyobb volt az elkövetővé és áldozattá válás modelljében, mint az internethasználat és a közösségioldal-használat sajátosságai.

A jelen tanulmány egyik korlátjaként említhetjük, hogy a mintavétel módjából eredően válaszadóink nem reprezentálták a közösségioldal-használók teljes populációját. Eredményeink így arra nem általánosíthatóak. A keresztmetszeti dizájn pedig nem alkalmas ok-okozati összefüggések megállapítására, például nem vonhatunk le következtetéseket arra vonatkozóan, hogy a közösségioldal-használat jellegzetességei valószínűsítik-e a cyberbullying előfordulását, vagy az áldozatként/elkövetőként szerzett tapasztalatok vezetnek bizonyos viselkedésekhez (például fokozott adatvédelmi óvintézkedésekhez) az online térben.

A korlátok ellenére a jelen tanulmány részletes képet alkotott a cyberbullying különböző megnyilvánulási formáiról, szerepköreiről és azok összefüggéseiről a közösségioldal-használat, az általános internethasználat, valamint a pszichológiai ártalmak tekintetében. Az eredmények hozzájárulhatnak a prevenciós és az intervenciós törekvések hatékonyságának növeléséhez azáltal, hogy a figyelmet azokra az egyéni sajátosságokra és online viselkedésekre irányítják, amelyek felismerése kulcsszerepet játszhat az áldozattá és az elkövetővé válás megelőzésében és az újbóli viktimizáció és/vagy online agresszió visszaszorításában. Ezáltal kiemelt figyelem irányulhat az áldozatok s különösen az áldozatok-elkövetők pszichés egészségének megőrzésére, az online bántalmazás ártalmainak csökkentésére, valamint az adatvédelmi stratégiák oktatására, ami kulcsszerepet játszhat a viktimizáció megelőzésében.

Irodalom

- Agatston, Patricia W., Robin M. Kowalski & Susan P. Limber (2007): Students' perspectives on cyber bullying. *Journal of Adolescent Health*, vol. 41, no. 6, pp. S59–S60.
- Balakrishnan, Vimala (2015): Cyberbullying among young adults in Malaysia: The roles of gender, age and Internet frequency. *Computers in Human Behavior*, vol. 46, pp. 149–157.
- Beran, Tanya & Quing Li (2008): The relationship between cyberbullying and school bullying. *The Journal of Student Wellbeing*, vol. 1, no. 2, pp. 16–33.
- Van Cleemput, Katrien, Heidi Vandebosch & Sara Pabian (2014): Personal characteristics and contextual factors that determine "helping," "joining in," and "doing nothing" when witnessing cyberbullying. *Aggressive Behavior*, vol. 40, no. 5, pp. 383–396.
- DeHue, Francine, Catherine Bolman & Trijntje Völlink (2008): Cyberbullying: Youngsters' experiences and parental perception. *CyberPsychology & Behavior*, vol. 11, no. 2, pp. 217–223.
- Derogatis, Leonard R. (1975): *Brief Symptom Inventory*. Baltimore, Maryland: Clinical Psychometric Research.
- Domonkos Katalin (2014): Cyberbullying: zaklatás elektronikus eszközök használatával. *Alkalmazott Pszichológia*, 14. évf., 1. sz., 59–70. o.
- Dredge, Rebecca, John Gleeson & Xochitl de la Piedad Garcia (2014): Cyberbullying in social networking sites: An adolescent victim's perspective. *Computers in human behavior*, vol. 36, pp. 13–20.
- Gámez-Guadix, Manuel, Izaskun Orue & Peter K. Smith & Esther Calvete (2013): Longitudinal and reciprocal relations of cyberbullying with depression, substance use, and problematic internet use among adolescents. *Journal of Adolescent Health*, vol. 53, no. 4, pp. 446–452.
- Hinduja, Sameer & Justin W. Patchin (2008): Cyberbullying: An exploratory analysis of factors related to offending and victimization. *Deviant Behavior*, vol. 29, no. 2, pp. 129–156.
- Hinduja, Sameer & Justin W. Patchin (2010): Bullying, cyberbullying, and suicide. *Archives of Suicide Research*, vol. 14, no. 3, pp. 206–221.
- Hoff, Dianne L. & Sidney N. Mitchell (2009): Cyberbullying: Causes, effects, and remedies. *Journal of Educational Administration*, vol. 47, no. 5, pp. 652–665.
- Hokoda, Audrey & Hsueh-Huei A. Lu & Manuel Angeles (2006): School bullying in Taiwanese adolescents. *Journal of Emotional Abuse*, vol. 6, no. 4, pp. 69–90.
- Huang, Yun-yin & Chien Chou (2010): An analysis of multiple factors of cyberbullying among junior high school students in Taiwan. *Computers in Human Behavior*, vol. 26, no. 6, pp. 1581–1590.
- Juvonen, Jaana & Elisheva F. Gross (2008): Extending the school grounds? Bullying experiences in cyberspace. *The Journal of School Health*, vol. 78, no. 9, pp. 496–505.
- Kowalski, Robin M., Gary W. Giumetti, Amber N. Schroeder & Micah R. Lattanner (2014): Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, vol. 140, no. 4, pp. 1073–1137.
- Kowalski, Robin M. & Susan P. Limber (2007): Electronic bullying among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, vol. 41, no. 6, pp. S22–S30.
- Kwan, Grace Chi E. & Marko M. Skoric (2013): Facebook bullying: An extension of battles in school. *Computers in Human Behavior*, vol. 29, no. 1, pp. 16–25.
- Li, Quing (2007): New bottle but old wine: A research of cyberbullying in schools. *Computers in Human Behavior*, vol. 23, no. 4, pp. 1777–1791.
- Modecki, Kathryn L., Jeannie Minchin & Allen G. Harbaugh & Nancy G. Guerra & Kevin C. Runions (2014): Bullying prevalence across contexts: A meta-analysis measuring cyber and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health*, vol. 55, no. 5, pp. 602–611.
- Navarro, Raúl, Cristina Serna, Verónica Martínez & Roberto Ruiz-Oliva (2013): The role of Internet use and parental mediation on cyberbullying victimization among Spanish children from rural public schools. *European Journal of Psychology of Education*, vol. 28, no. 3, pp. 725–745.
- Nixon, Charisse L. (2014): Current perspectives: the impact of cyberbullying on adolescent health. *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*, vol. 5, pp. 143–158.

- Olweus, Dan (2013): School Bullying: Development and Some Important Challenges. *Annual Review of Clinical Psychology*, vol. 9, pp. 751–780.
- Patchin, Justin W. & Sameer Hinduja (2006): Bullies move beyond the schoolyard a preliminary look at cyberbullying. *Youth Violence and Juvenile Justice*, vol. 4, no. 2, pp. 148–169.
- Patchin, Justin W. & Sameer Hinduja (2010): Cyberbullying and Self-Esteem. *Journal of School Health*, vol. 80, no. 12, pp. 614–621.
- Peluchette, Joy V., Katherine Karl & Christa Wood & Jennifer Williams (2015): Cyberbullying victimization: Do victims' personality and risky social network behaviors contribute to the problem? *Computers in Human Behavior*, vol. 52, pp. 424–435.
- Salmivalli, Christina & Kätlin Peets (2009): Bullies, victims, and bully-victim relationships in middle childhood and early adolescence. In: Kenneth H. Rubin, William M. Bukowski & Brett Laursen (eds.): *Handbook of peer interactions, relationships, and groups*, pp. 322–340. New York: Guilford Press.
- Slonje, Robert & Peter K. Smith (2008): Cyberbullying: Another main type of bullying? *Scandinavian Journal of Psychology*, vol. 49, no. 2, pp. 147–154.
- Smith, Peter K., Jess Mahdavi, Manuel Carvalho, Sonja Fisher, Shanette Russell & Neil Tippett (2008): Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, vol. 49, no. 4, pp. 376–385.
- Steffgen, Georges, Andreas König, Jan Pfetsch & André Melzer (2011): Are cyberbullies less empathic? Adolescents' cyberbullying behavior and empathic responsiveness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, vol. 14, no. 11, pp. 643–648.
- Sticca, Fabio, Sabrina Ruggieri, Françoise Alsaker & Sonja Perren (2013): Longitudinal risk factors for cyberbullying in adolescence. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, vol. 23, no. 1, pp. 52–67.
- Tokunaga, Robert S. (2010): Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, vol. 26, no. 3, pp. 277–287.
- Urbán, Róbert, Bernadette Kun, Judit Farkas, Borbála Paksi, Gyöngyi Kökönyei, Zsolt Unoka, Katalin Felvinczi, Attila Oláh & Zsolt Demetrovics (2014): Bifactor structural model of symptom checklists: SCL-90-R and Brief Symptom Inventory (BSI) in a non-clinical community sample. *Psychiatry Research*, vol. 216, no. 1, pp. 146–154.
- Vitak, Jessica (2017): A Digital Path to Happiness? Applying Communication Privacy Management Theory to Mediated Interactions. In: Leonard Reinecke & Mary B. Oliver (eds.): *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being. International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects*, pp. 274–288. New York: Routledge.
- Wang, Jing, Tonja R. Nansel & Ronald J. Iannotti (2011): Cyber and traditional bullying: Differential association with depression. *Journal of Adolescent Health*, vol. 48, no. 4, pp. 415–417.
- Wang, Xingchao, Li Yang, Jiping Yang & Pengcheng Wang & Li Lei (2017): Trait anger and cyberbullying among young adults: A moderated mediation model of moral disengagement and moral identity. *Computers in Human Behavior*, vol. 73, pp. 519–526.
- Whittaker, Elizabeth & Robin M. Kowalski (2015): Cyberbullying via social media. *Journal of School Violence*, vol. 14, no. 1, pp. 11–29.
- Ybarra, Michele L. & Kimberly J. Mitchell (2004): Youth engaging in online harassment: associations with caregiver-child relationships, Internet use, and personal characteristics. *Journal of Adolescence*, vol. 27, no. 3, pp. 319–336.
- Zsila, Ágnes, Gábor Orosz, Orsolya Király, Róbert Urbán, Adrienn Ujhelyi, Éva Jármí, Mark D. Griffiths, Zsuzsanna Elekes & Zsolt Demetrovics (in press): Psychoactive Substance Use and Problematic Internet Use as Predictors of Bullying and Cyberbullying Victimization. *International Journal of Mental Health and Addiction*, doi: 10.1007/s11469-017-9809-0.
- Zsila Ágnes, Ujhelyi Adrienn & Demetrovics Zsolt (2015): Online zaklatás a legújabb kutatások tükrében. *Imágó Budapest Online*, 4. évf., 4. sz., 50–64. o.

Kulcsszavak

adatvédelem, bántalmazás, cyberbullying, interaktív média, internethasználat, közösségi oldalak, Facebook, online bántalmazás, viktimizáció

Abstract

Cyber-victimisation and cyber-aggression

Cyberbullying (online bullying), defined as a repeated, intended act of aggression via electronic devices, has been an area of emerging research interest due to its negative psychological consequences. However, relatively little research has focused on the association between cyberbullying experiences and social networking sites use. The aim of this study was to identify the most prevalent forms of cyberbullying, and to explore the associations of internet use and social networking sites use with cyberbullying experiences on a sample of adolescent and adult social networking sites users ($N = 1500$; 57.9% male; $M_{age} = 28.9$ years, $SD = 8.7$). It found that perpetrators preferred mostly public forms of bullying (e.g., flaming and exclusion), whereas victims often experienced both public and private forms (e.g., harassment). Victimisation was best predicted by perpetrator experiences, whereas perpetration was best predicted by victimisation. Victims were more likely to be female, older, active users of several social networking sites, pursued more cautious privacy protection strategies, and reported having more psychiatric symptoms than those who did not report of any cyberbullying experiences. In contrast, perpetrators were more likely to be male, younger, spent more time on the internet, and knew fewer friends personally of their confirmed contacts on social networking sites. These findings may contribute to the efficacy of prevention and intervention programmes.

Zsila Ágnes pszichológus, író, az ELTE Pszichológiai Doktori Iskolájának hallgatója. Fő érdeklődési területe a médiapszichológia és a populáris kultúra találkozása. Több hazai és nemzetközi publikációja jelent meg a cyberbullying és a népszerű japán médiatartalmak pszichológiai vonatkozásairól. Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Yaoi-jelenség a magyar anime-szubkultúrában” (Bernáth Ágnessel és Inántszy-Pap Judittal, 2015. tél).

Demetrovics Zsolt klinikai szakpszichológus, addiktológus, kulturális antropológus. Az MTA doktora, egyetemi tanár. Az ELTE Pszichológiai Intézetének igazgatója, a Klinikai Pszichológia és Addiktológia Tanszék tanszékvezetője. Főbb kutatási területe a szenvedélybetegségek epidemiológiája, a kémiai (alkohol, kannabisz, opiátok, új szintetikus szerek) és viselkedési addikciók (szerencsejáték, problémás videojáték-használat, kényszeres vásárlás, testedzésfüggőség, munkafüggőség) személyiségpszichológiai, motivációs és családi háttere és prediktorai.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány elkészítését a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal (K111938) és az Emberi Erőforrások Minisztériuma Új Nemzeti Kiválóság Programja támogatta.

Cyber-viktimizáció és cyber-agresszió

A közösségioldal-használat összefüggései az online bántalmazással

A cyberbullying (online bántalmazás) meghatározás szerint elektronikus eszközök közvetítésével történő ismételt, szándékos, agresszív tett, amely negatív pszichológiai következményei miatt került a tudományos érdeklődés fókuszába. Mégis viszonylag kevés kutatás irányult a cyberbullying-tapasztalatok és a közösségioldal-használat kapcsolatának feltárására. E tanulmánynak két célkitűzése volt: azonosítani a leggyakoribb cyberbullying-formákat, valamint feltárni az internethasználat, a közösségioldal-használat és a cyberbullying-tapasztalatok összefüggéseit serdülő és felnőtt közösségioldal-használók mintáján (N = 1500; 57,9% férfi; átlagéletkor = 28,9 év, szórás = 8,7). Az eredmények szerint az elkövetők többnyire a bántalmazás nyílt formáit – például a lángháborút és a kiközösítést – részesítették előnyben. Az áldozatok gyakran nyílt és privát formákat – például zaklatást – is tapasztaltak. Az áldozattá válást a legerősebben az elkövetőként szerzett tapasztalatok jósolták be, míg az elkövetővé válást az áldozati szerepben szerzett tapasztalat. Az áldozatok között több volt a nő, idősebbek, több közösségi oldalon is aktívak voltak, óvatosabb adatvédelmi stratégiákat alkalmaztak, és több pszichiátriai tünetről számoltak be azoknál, akik nem tapasztaltak cyberbullyingot. Az elkövetők között ellenben több volt a férfi, fiatalabbak voltak, több időt töltöttek az interneten, és a közösségi oldalakon visszaigazolt ismerőseik közül kevesebbet ismertek személyesen. Ezek az eredmények hozzájárulhatnak a prevenció és az intervenció programok hatékonyabbá tételéhez.

1. Bevezetés

A modern technikai eszközök megjelenésével és fejlődésével párhuzamosan nemcsak a rendelkezésünkre álló kommunikációs és információszerzési lehetőségek tárháza gazdagodott, hanem a potenciális veszélyforrások köre is. Így a hagyományos bántalmazás, idegen szóval *bullying* is új színteret kapott az iskolaudvar és a munkakörnyezet mellett, életre hívva a *cyberbullying*nek nevezett jelenséget (Zsila et al. 2015). A cyberbullying olyan ismétlődő, szándékosan véghezvitt agresszív cselekedet, amely elektronikus eszközök közvetítésével valósul meg azzal a céllal, hogy kárt, sérelmet, fájdalmat okozzon másoknak (Tokunaga 2010). Noha a 2000-es évek elején gyakran találkozhattunk a szakirodalomban olyan spekulációkkal, amelyek szerint a cyberbullying gyakorisága rövideSEN meghaladja a bullying előfordulását, az újabb kutatások cáfolják ezt a feltételezést (Olweus 2013, Kowalski et al. 2014). Az előfordulási gyakoriságok összehasonlítását megnehezíti, hogy különböző tanulmányok más és más definíciót alkalmaznak (például az ismétlődés nem mindegyikben szerepel kritériumként, mert egyes kutatók úgy vélik, hogy már egy eset is súlyos pszichológiai következményekkel járhat). Hasonló módon a tapasztalatokat más-más időtáv vonatkozásában mérik fel (például az elmúlt egy év, három hónap), valamint a vizsgált populáció összetétele is befolyásolhatja a prevalenciát (például fiatalabb tanulók között gyakoribb) (Kowalski et al. 2014). Ennek megfelelően a bullying és a cyberbullying előfordulási gyakoriságában is meglehetősen nagy különbségek figyelhetők meg az egyes tanulmányok között: bullying esetén 9,7 százaléktól 89,7 százalékig terjed az elkövetők aránya, és 9,0 százaléktól 97,9 százalékig az áldozatok aránya; cyberbullying esetén 5,3 százaléktól 35,1 százalékig terjed az elkövetők aránya, és 2,2 százaléktól 56,2 százalékig az áldozatok aránya (Modecki et al. 2014). Kathryn L. Modecki és munkatársai (2014) becslése szerint a bullying áldozatainak és elkövetőinek aránya 35 százalékra, míg a cyberbullying áldozatainak és elkövetőinek aránya megközelítőleg 15 százalékra tehető.

A tanulmányok egy részében nem találtak nemi különbséget a cyberbullying-áldozatok között (például Patchin & Hinduja 2006, Li 2007), míg másokban a lányok gyakrabban váltak bántalmazás áldozatává ilyen módon, mint a fiúk (például Kowalski & Limber 2007, DeHue et al. 2008). Az elkövetők körében azonban a legtöbb tanulmányban magasabb arányban jelentek meg a fiúk (Hokoda et al. 2006, Huang & Chou 2010).

Az elkövetők és az áldozatok csoportja mellett egyes tanulmányok a szemlélők szerepének fontosságát is hangsúlyozzák, hiszen a cyberbullyingban személyesen nem érintett szemtanúk reakciója a bántalmazás kimenetelét és következményeit is befolyásolhatja (Salmivalli & Peets 2009). Ennek ellenére mindeddig kevés kutatás irányult a szemlélői csoportok reakciójának vizsgálatára.

A cyberbullying jelenségköre elsősorban a negatív pszichológiai következmények által ragadta meg a tudományos körök érdeklődését. Az áldozatok és az elkövetők is gyakran számolnak be depresszív, szorongásos tünetekről (Hinduja & Patchin 2008, Gámez-Guadix et al. 2013), a legveszélyeztetettebb csoportot mégis azok képezik, akik mindkét szerepkörben tapasztalatot szereztek (Nixon 2014). Ehhez hozzájárul, hogy az áldozatokból gyakran válik elkövető, és fordítva (Patchin & Hinduja 2006).

A cyberbullying leggyakoribb megnyilvánulási formái között tartják számon a bántó üzenetek küldését, azaz a *zaklatást* (Patchin & Hinduja 2010, Slonje & Smith 2008). A zaklatás mellett Domonkos Katalin (2014) további hét megnyilvánulási formát nevez meg, amelyet alább felsorolunk a szerző definícióival. Gyakran megfigyelhető nyilvános fórumokon, csoportokban a (1) *lángháború*, amikor dühös, trágár nyelvezet használatával veszekedést szítanak egy felhasználó ellen. A felhasználót (2) *befeketíthetik*, vagyis igaztalan, hírnévrontásra alkalmas pletykákat terjeszthetnek róla, vagy szándékosan kizárhatják, (3) *kiközösíthetik* egy online csoportból. (4) *Kibeszélés* esetén titkokat és más személyes információkat szolgáltatnak ki egy felhasználóról az engedélye nélkül. (5) *Személyiséglopásról* akkor beszélünk, ha valaki egy másik személy profiljába férkőzve kellemetlen vagy agresszív üzeneteket küld a nevében más felhasználóknak. Aki (6) *„trükközést”, becsapást* követ el, az mások megtévesztésével személyes adatokat, információkat csal ki egy felhasználótól, majd nyilvánosan megosztja azokat. A (7) *sexting* elkövetője szexuális tartalmú képeket, szöveges üzeneteket küld más felhasználóknak provokáció céljából.

A közösségi oldalak (például a Facebook, a Twitter és az Instagram) felhasználói ma már nyilvánosan közzétehetnek személyes élményeket, információkat önmagukról, családjukról vagy barátaikról, ezáltal olyan személyek is láthatják azokat, akik esetleg visszaélhetnek velük. Így nem meglepő, hogy a közösségi oldalak rövid időn belül a cyberbullying színtereivé váltak (Kwan & Skoric 2013). Egy flamand gyerekekkel és serdülőkkel végzett felmérés szerint a fiatalok 67,4 százaléka találkozott már a cyberbullying jelenségével közösségi oldalon szemtanúként (Van Cleemput et al. 2014). Újabb vizsgálatok arra is fényt derítettek, hogy nagyobb valószínűséggel válnak cyberbullying áldozatává azok, akik több személyes adatot osztanak meg magukról nyilvános profiljukon (Peluchette et al. 2015). Minél több visszaigazolt ismerőse van a felhasználónak, annál többen láthatják a bejegyzéseit, kommentjeit, ami csakugyan növelheti az áldozattá válás kockázatát annak ellenére is, hogy az egyéni beállítások már lehetővé teszik a közzétett tartalom szelektív láthatóságát bizonyos felhasználói csoportok számára (Dredge et al. 2014), de önmagában a közösségi oldalon eltöltött idő is kapcsolatot mutat a viktimizáció valószínűségével (Whittaker & Kowalski 2015). Hasonló összefüggést tártak fel az interneten eltöltött idővel is. Az internetezéssel töltött idő hossza egyenes arányosságot mutatott az elkövetővé válás esélyével (Sticca et al. 2013). Az áldozattá válás tekintetében kiemelt rizikótényezőként azonosították továbbá a válogatás nélküli barátszerzést, amikor a felhasználó ismeretlen személyeket barátoknak jelöl, illetve visszaigazol olyan baráti jelöléseket, amelyeket ismeretlen felhasználók kezdeményeztek (Vitak 2017). Védőfaktornak bizonyult, ha a személy gondot fordított személyes adatainak védelmére (például korlátozta azok hozzáférhetőségét más felhasználók előtt), továbbá biztonsági beállításokat alkalmazott üzenetküldő programok használatánál (Juvonen & Gross 2008, Vitak 2017).

A cyberbullying szakirodalmában a vizsgálatok többségét serdülőkből álló mintán végezték (Kowalski et al. 2014, Nixon 2014), noha az újabb kutatások felhívják a figyelmet arra, hogy a jelenség a felnőttek körében is számottevő méreteket öltött az elmúlt évtized során (Balakrishnan 2015, X. Wang et al. 2017). A jelen tanulmány széles életkori spektrumban vizsgálja a cyberbullying-tapasztalatok és a közösségioldal-használat összefüggéseit. Kutatásunk elsődleges célja az volt, hogy részletes képet alkossunk a cyberbullying különböző megnyilvánulási formáinak előfordulási gyakoriságáról a közösségioldal-használók egy viszonylagosan nagy mintáján, továbbá feltárjuk a cyberbullying-szerepkörök összefüggéseit az internethasználat és a közösségioldal-használat mutatóival.

Másodlagos célunk az volt, hogy becslést adjunk arról, mely tényezők képesek a legerősebben bejósolni az áldozattá és az elkövetővé válást a demográfiai sajátosságok, az internet- és a közösségioldal-használat, valamint a korábbi kutatások által kulcsfontosságúnak tekintett pszichológiai ártalmak körében.

2. Módszerek

2.1. Résztvevők és eljárás

A kutatás online adatfelvétellel történt. A kérdőívet két népszerű internetes oldalon (a 444.hu-n és a GameStar online-on) reklámoztuk 14 éven felüli válaszadók számára. Kiskorú válaszadók esetén szülői beleegyezést is kértünk online nyilatkozat formájában. A válaszadókat tájékoztattuk a kérdőív kitöltése előtt a vizsgálat céljáról, vagyis arról, hogy kérdőívünk kitöltésével az ELTE Pszichológiai Intézetének kutatásához nyújthatnak segítséget, amelyben a cyberbullying avagy az online zaklatás vizsgálata a célunk. Kiemeltük továbbá, hogy a vizsgálatban való részvétel önkéntes és névtelen. A válaszadók között hat darab 20 000 forintos vásárlási utalványt sorsoltunk ki. A kutatás az Eötvös Loránd Tudományegyetem etikai bizottságának jóváhagyása mellett történt. Az adatfelvételre 2017 tavaszán került sor.

A mintát 1500 fő alkotta (57,9 % férfi; átlagéletkor = 28,9 év, szórás = 8,7). A legfiatalabb válaszadó 14, a legidősebb 50 éves volt. A mintát alkotók közel fele, 49,3 százaléka egyetemi vagy főiskolai diplomával rendelkezett, 38,4 százalékanak volt a legmagasabb végzettsége az érettségi, és 12,2 százalék nyolc általános iskolai osztályt vagy kevesebbet végzett. Ugyancsak a válaszadók fele (46,1 százaléka) dolgozott teljes munkaidőben az adatfelvétel idején, míg közel negyedük tanult (24,0 %), s negyedük dolgozott és tanult is egy időben (25,1 %). Lakóhely szerint a válaszadók 52,9 százaléka a fővárosban élt, 37,3 százalékuk más városban, míg mindössze 9,8 százalékuk lakott falun. A mintavétel módjából eredően a válaszadók nem reprezentálják a teljes populációt.

2.2. Mérőeszközök

Cyberbullying-tapasztalatok. A válaszadók a kérdőív elején tájékoztatást kaptak a cyberbullying jelenségköréről Robert S. Tokunaga (2010) definíciója alapján. A jelenséghez kapcsolódó tapasztalatok feltérképezése céljából megkérdeztük tőlük, hogy érintetté váltak-e a jelenségben bármely szerepkörben (elkövető, áldozat, elkövető-áldozat, szemlélő) az elmúlt egy évben, s ha igen, milyen gyakran. Továbbá megkérdeztük, mely cyberbullying-formákban szereztek tapasztalatot (lángháború, zaklatás, befektetés, kiközösítés, személyiséglopás, kibeszélés, „trükközés”, becsapás, sexting). A válaszadók minden megnyilvánulási formáról definíciót olvashattak Domonkos (2014) leírása alapján. Áldozatoknak, illetve elkövetőknek tekintettük azokat a személyeket, akik önbevallás alapján legalább egy cyberbullying megnyilvánulási formában érintetté váltak az elmúlt egy évben. Az áldozatoktól megkérdeztük, hogy az esetek hány százalékában fordultak segítségért, és kitől kérték azt.

Közösségioldal-használat. Először az általános internethasználatra vonatkozó kérdéseket tettünk fel (internet-használat átlagos ideje hétköznap és hétvégén). Ezután tájékoztunk arról, hogy a válaszadók mely közösségi oldalak (Facebook, Twitter, Instagram stb.) aktív tagjai. Aktív tagságon azt értettük, ha legalább havi rendszerességgel bejelentkeznek. Emellett megkérdeztük, hány ismerősük van az általuk leggyakrabban látogatott közösségi oldalon, és a visszaigazolt ismerőseiknek körülbelül hány százalékát ismerik személyesen.

Adatvédelem. A személyes adatok védelme érdekében alkalmazott stratégiákat az öttételes Adatvédelmi Stratégiák Skálán (Vitak 2017) mértük fel. A skála öt olyan viselkedést ír le, amely a személyes információk korlátozását, felülbírálását célozza, például: „Átfogalmazol egy posztot, nehogy magadra haragítsd vele néhány Facebook-ismerősödet.” A válaszadók egy ötfokú Likert-skálán jelölték, mennyire gyakran viselkednek a felsorolt öt állításnak megfelelően (1 = soha, 5 = nagyon gyakran). A skála belső konzisztenciája elfogadhatónak bizonyult a jelen tanulmányban ($\alpha = 0,64$).

Pszichológiai korrelátumok. A válaszadók pszichés jóllétének feltérképezésére a Derogatis-féle rövid tünetlista magyar adaptációját alkalmaztuk (BSI, Derogatis 1975, Urbán et al. 2014). A jelen tanulmányban összesen 16 tétel felhasználásával három releváns alskálán mértük fel a pszichiátriai tünetek előfordulását: (1) interperszonális érzékenység, például: „Alárendeltnek érzed magad másokkal szemben” ($\alpha = 0,69$); (2) depresszió, például: „Reménytelenség a jövőre nézve” ($\alpha = 0,81$); (3) szorongás, például: „Feszültség, felhangoltság érzése” ($\alpha = 0,84$). A válaszadók ötfokú Likert-skálán értékelték, mennyire zavarták őket a felsorolt tünetek az elmúlt egy évben (0 = egyáltalán nem, 4 = nagyon). A három alskála között magas (0,66 és 0,75 közötti) korrelációkat figyelhettünk meg, ezért az elemzésben az alskálák összevont átlagával számoltunk ($\alpha = 0,88$).

3. Statisztikai elemzés

Az adatelemzést az SPSS program 22.0-ás verziójával végeztük. A csoport-összehasonlítások esetén egyszempontos varianciaanalízist végeztünk; az *F*- és *Welch*-értékeket az előzetesen elvégzett szóráshomogenitás-vizsgálat eredményei alapján közöljük, s a *post hoc* tesztek is ennek megfelelően választottuk ki. Azon változók esetén, amelyeknél a szóráshomogenitás feltétele nem teljesült, Scheffe *post hoc* tesztet alkalmaztunk, míg ellenkező esetben Tukey-tesztet végeztünk. A közösségioldal-használat és a cyberbullying-tapasztalatok összefüggéseit bináris logisztikus regresszióelemzéssel vizsgáltuk, amelyben az áldozattá és az elkövetővé válást külön elemzésben dichotóm változóként kezeltük (1 = áldozatként/elkövetőként érintetté vált cyberbullyingban az elmúlt egy évben, 0 = nem vált érintetté cyberbullyingban az elmúlt egy évben), és kimeneti változóként alkalmaztuk a modellben. A nem és az életkor a regressziós modellben kontrollváltozóként szerepelt, így hatásuk nem jelent meg a vizsgált változók bejósoló erejében a kimeneti változóra. Az áldozattá válás bejósoló tényezőinek vizsgálata során az elkövetővé válást ugyancsak kontrollváltozóként alkalmaztuk, s az elkövetővé válás bejósolásában is kontrolláltuk az áldozattá válást. A pszichiátriai tüneteket és a közösségioldal-használattal kapcsolatos változókat folytonos változóként, az áldozattá és az elkövetővé válás prediktoraiként alkalmaztuk a modellben. A kontrollváltozókat és a prediktorváltozókat két lépésben, *enter* módszerrel adtuk a modellhez azért, hogy a magyarázott varianciában bekövetkező változásokat is szemléltethessük.

4. Eredmények

4.1. A cyberbullying megnyilvánulási formái és szerepkörei

A jelen mintában a válaszadók 16,7 százaléka kizárólag áldozatként, 3,4 százaléka kizárólag elkövetőként, míg 12,0 százaléka áldozatként és elkövetőként is szerzett tapasztalatot cyberbullyingban az elmúlt év során. Továbbá 28,1 százalékuk csupán szemlélője volt online bántalmazásnak, és nem szerzett személyes tapasztalatokat; 39,8 százalékuk szemtanúként sem volt érintett cyberbullyingban. Az elmúlt év során online bántalmazást elszenvedett személyek (áldozatok, valamint áldozatok és elkövetők) kétharmadát (65,8 százalékát) ritkábban, mint havonta bántalmazták elektronikus úton; 17,8 százalékát havonta egy-két alkalommal, 5,1 százalékát hetente-kéthetente, míg 11,3 százalékát hetente több alkalommal zaklatták az elmúlt év során. Hasonló módon az elmúlt évben elkövetőként tapasztalatot szerző személyek (elkövetők, valamint áldozatok és elkövetők) többsége ritkábban, mint havonta zaklatta áldozatát/áldozatait (60,8%), míg 17,6 százalékuk havonta egy-két alkalommal, 7,9 százalékuk hetente-kéthetente, és 13,7 százalékuk heti több alkalommal bántalmazott másokat elektronikus eszközök segítségével.

A cyberbullying megnyilvánulási formáiban érintetté vált személyek arányát a különböző szerepkörökben az 1. táblázat szemlélteti. Az elkövetők kétharmada közösített már ki másokat online csoportból (66,0%), és több mint fele szított lángháborút (58,5%). Ezzel szemben a sextinget (17,0%) és a „trükközést”, becsapást kevesen (9,4%) alkalmazták. Az áldozatok háromnegyedét zaklatták (75,8%), és csaknem felét befeketítették mások (47,3%). Ugyancsak sokan tapasztaltak lángháborút (45,0%) és sextinget (40,0%). Az elkövetőknél megfigyelt

mintázathoz hasonlóan az áldozatoknak csupán töredéke vált érintetté személyiséglopásban (16,2%), valamint „trükközésben”, becsapásban (11,9%). Az elkövetők és az áldozatok körében a leggyakoribb megnyilvánulási formának a lángháború (50,8%) mutatkozott.

1. táblázat
A cyberbullying különböző típusaiban érintetté vált személyek száma és százalékos aránya szerepkörök szerint

Cyberbullying típusa	Elkövető (n = 53)	Áldozat (n = 260)	Elkövető és áldozat (n = 187)
lángháború	31 (58,5%)	117 (45,0%)	95 (50,8%)
zaklatás	17 (32,1%)	197 (75,8%)	53 (28,3%)
befektetés	19 (35,8%)	123 (47,3%)	22 (11,8%)
kiközösítés	35 (66,0%)	66 (25,4%)	32 (17,1%)
személyiséglopás	15 (28,3%)	42 (16,2%)	8 (4,3%)
kibeszelés	16 (30,2%)	84 (32,3%)	37 (19,8%)
„trükközés”, becsapás	5 (9,4%)	31 (11,9%)	4 (2,1%)
sexting	9 (17,0%)	104 (40,0%)	18 (9,6%)

Az áldozatok az esetek kevesebb mint negyedében (20,4%) fordultak segítségért, miután érintetté váltak cyberbullyingban. Azok, akik segítséget kértek, az esetek többségében offline (az áldozatok 38,5 százaléka) és online megismert barátaikhoz (36,9%) fordultak. Sokan párjuk (20,1%), valamint szüleik, rokonaik (15,2%) segítségét kérték. Kevesebben fordultak iskolatársaikhoz, munkatársaikhoz (12,1%), illetve szakemberhez, például pszichológushoz (6,9%). A legritkábban tanáraikat vagy feletteseiket értesítették a problémáról (3,8%), továbbá ritkán vették igénybe a rendőrség segítségét is (3,6%).

4.2. Közösségioldal-használat a cyberbullyingban érintett csoportokban

Pearson-korrelációk elvégzésével feltártuk a közösségioldal-használat specifikumait a teljes mintában ($N = 1500$). Megállapítottuk, hogy az internethasználat ideje nem mutat kapcsolatot az adatvédelmi stratégiák alkalmazásával ($r = 0,45$; $p = 0,11$). Ezzel szemben szignifikáns összefüggés mutatkozott a közösségioldal-tagság, az ismerősök száma és összetétele, valamint az adatvédelmi stratégiák alkalmazása között. Minél több közösségi oldalt használt az adott személy, annál több visszaigazolt ismerőse volt ($r = 0,19$; $p < 0,001$), ezzel párhuzamosan kevesebb személyes ismerős volt közöttük ($r = -0,07$; $p = 0,018$). Hasonló módon a közösségi oldalakon visszaigazolt ismerősök számával egyenes arányban csökkent a személyesen ismert barátok száma ($r = -0,17$; $p < 0,001$). Továbbá minél több közösségi oldalnak voltak aktív tagjai, annál alaposabb adatvédelmi stratégiákat alkalmaztak ($r = 0,17$; $p < 0,001$), az adatvédelem azonban nem állt kapcsolatban az ismerősök számával (ismerősök száma: $r = 0,01$; $p = 0,61$; személyes ismerősök száma: $r = -0,03$; $p = 0,26$).

A közösségioldal-használat jellemzőit az egyes cyberbullying-szerepkörök mentén egyszempontos varianciaanalízissel vizsgáltuk. Az eredményeket a 2. táblázat szemlélteti. A válaszadók 3,74 órát interneteztek egy átlagos hétköznapon, míg 4,02 órát egy átlagos hétvégi napon. Az elkövetők szignifikánsan több időt töltöttek internetezéssel az áldozatoknál és azoknál, akik személyesen nem váltak érintetté cyberbullyingban (szemlélők és nem érintettek) az elmúlt évben ($F(1545) = 6,64$; $p < 0,001$).

2. táblázat
Közösségioldal-használat különböző, cyberbullyingban érintetté vált csoportokban

	Teljes minta (N = 1500)	Személyesen nem érintett (n = 1000)	Áldozat (n = 260)	Elkövető (n = 53)	Elkövető és áldozat (n = 187)	F/Welch
Internetezési idő (óra/nap)	3,74 (1,61)	3,68 (1,60)a	3,63 (1,64)a	4,21 (1,70)ab	4,15 (1,51)b	6,64***
Közösségi oldal- tagság (n)	1,92 (1,38)	1,83 (1,36)a	2,20 (1,44)b	1,87 (1,37)ab	1,99 (1,33)ab	5,17**
Közösségi oldal- ismerősök száma (n)	472,81 (513,74)	446,27 (484,33)a	516,14 (479,63)a	499,88 (464,23)a	543,24 (688,61)a	2,11
Közösségi oldal- személyes ismerősök (%)	82,22 (23,16)	84,48 (21,16)a	80,42 (23,34)ab	70,41 (34,55)b	76,26 (26,74)b	7,97***
Adatvédelmi Stratégiák (átlag)	2,33 (0,80)	2,23 (0,78)a	2,51 (0,81)b	2,41 (0,78)ab	2,54 (0,81)b	12,58***

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$

Zárójelben a szórásokat jelöltük. A különböző kisbetűk egyazon sorban a csoportok közötti szignifikáns különbségeket jelzik, míg az azonos kisbetűk ugyanazon sorban a nem szignifikáns különbségeket jelölik a *post hoc* tesztek alapján.

A válaszadók számottevő többsége (86,9 százaléka) a Facebook aktív tagja volt, míg további 39,9 százalékuk az Instagramot is rendszeresen használta. Emellett a válaszadók kis hányada a Tumblr-t (15,1%), a LinkedIn-t (15,0%) és a Twitter-t (14,1%) is használta. Csupán kevesen voltak aktív felhasználói a Pinterest (11,7%), a Snapchat (11,5%) vagy más (4,3%) közösségi oldalaknak. A válaszadók átlagosan egy-két közösségi oldalt látogattak rendszeresen. Azok, akik cyberbullyingban áldozattá váltak az elmúlt évben, több közösségi oldalnak voltak aktív tagjai, mint azok, akik nem váltak érintetté személyesen ($F(1549) = 5,17$; $p = 0,001$).

A válaszadóknak átlagosan 473 visszaigazolt ismerősük volt az általuk leggyakrabban látogatott közösségi oldalon. A legalacsonyabb ismeretségi szám 0, míg a legmagasabb 9807 volt a mintában. Nem találtunk szignifikáns különbséget az ismerősök számában a cyberbullying-szerepkörök alapján ($Welch(166) = 2,11$; $p = 0,10$). Ezzel szemben szignifikáns különbség mutatkozott a személyes ismerősök arányában az egyes cyberbullying-szerepkörök alapján. Az elkövetők, valamint az elkövetők-áldozatok kisebb arányban ismerték személyesen azokat, akikkel ismerősi kapcsolatban álltak az általuk rendszeresen látogatott közösségi oldalakon, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban ($Welch(170) = 7,97$; $p < 0,001$).

Az Adatvédelmi Stratégiák Skálán elért pontszámokban szignifikáns különbséget találtunk cyberbullying-szerepkörök szerint. Az áldozatok, valamint az elkövetők-áldozatok magasabb pontszámot értek el azoknál, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban ($F(1283) = 12,58$; $p < 0,001$). Ez azt jelzi, hogy a cyberbullyingban áldozattá vált személyek magasabb fokú adatvédelmi stratégiákat alkalmaznak a közösségi oldalon történő kommunikáció során azoknál, akiket az elmúlt évben nem bántalmaztak elektronikus eszközök közvetítésével.

A pszichiátriai tünetek megjelenését illetően az áldozatok (átlag = 2,79; szórás = 0,91) és az elkövetők-áldozatok (átlag = 2,67; szórás = 0,84) több tünetről számoltak be azoknál, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban az elmúlt évben (átlag = 2,43; szórás = 0,79) ($Welch(190) = 13,62$; $p < 0,001$). Az elkövetők ezzel szemben nem számoltak be több tünetről azoknál, akik nem szereztek tapasztalatot cyberbullyingban (átlag = 2,51; szórás = 0,91).

4.3. Az elkövetővé és az áldozattá válást bejósoló tényezők

Annak feltárására, hogy a jelen tanulmányban vizsgált változók közül melyek állnak kapcsolatban az elkövetővé és az áldozattá válással, s melyek a legerősebb bejósoló tényezői az érintettségnek, bináris logisztikus regresszioelemzést végeztünk.

Először azt vizsgáltuk, mely tényezők hozhatók összefüggésbe az áldozattá válással. Az eredményt a 3. táblázat szemlélteti. Az első ($\chi^2(3) = 295,16; p < 0,001$) és a második modell is szignifikánsnak mutatkozott ($\chi^2(9) = 332,00; p < 0,001$), habár a regressziós modellben egy szignifikáns prediktor jelenléte is vezethet erre az eredményre. Az első modell a teljes variancia 30 százalékát magyarázta, míg a második a közösségioldal-használatra és a pszichiátriai tünetekre vonatkozó változók hozzáadásával csekély mértékben, három százalékkal növelte a magyarázott varianciát. Ez azt jelzi, hogy a kontrollváltozók bejósoló ereje számottevő a cyberbullyingban való áldozattá válásban a többi vizsgált változóhoz viszonyítva. Az áldozattá válás legerősebb prediktora az elkövetővé válás volt ($B = 3,04; O.R. = 20,83 [13,58-31,94]; p < 0,001$), ami azt jelenti, hogy az elkövetők huszonegyszer nagyobb eséllyel váltak áldozattá egy éven belül, mint azok, akik nem követtek el cyberbullyingot ez idő alatt. A széles konfidencia-intervallumból eredően azonban ez az esélyhányados kevésbé bizonyult pontos becslésnek más változók bejósoló erejéhez viszonyítva. Továbbá nagyobb eséllyel váltak áldozattá a nők és az idősebbek, noha az életkor és az áldozattá válás közötti kapcsolat rendkívül gyengének mutatkozott ($B = 0,02; O.R. = 1,02 [1,00-1,03]; p = 0,007$). Emellett az áldozattá válás összefüggést mutatott a magas fokú adatvédelmi stratégiákkal és a pszichiátriai tünetekkel.

3. táblázat
Az áldozattá és elkövetővé válás bejósoló tényezői
a bináris logisztikus regresszióelemzés alapján

Cyberbullying – áldozattá válás					
Modell	Nagelkerle-féle R2		B	S.E.	O.R. (95% C.I.)
1 (p < 0,001)	0,30	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	0,92	0,15	2,51*** (1,88–3,37)
		Életkor (év)	0,02	0,01	1,02 (1,00–1,03)
		Cyberbullying-elkövető (0 = nem, 2 = igen)	3,07	0,21	21,60*** (14,22–32,81)
2 (p < 0,001)	0,33	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	0,75	0,16	2,12*** (1,55–2,89)
		Életkor (év)	0,02	0,01	1,03** (1,01–1,04)
		Cyberbullying-elkövető (0 = nem, 2 = igen)	3,04	0,22	20,83*** (13,58–31,94)
		Internetelési idő (óra/nap)	-0,03	0,05	0,97 (0,88–1,06)
		Közösségioldal-tagság (n)	0,00	0,06	1,00 (0,88–1,12)
		Közösségioldal-ismerősök száma (n)	0,00	0,00	1,00 (1,00–1,00)
		Közösségioldal-személyes ismerősök (%)	0,00	0,00	1,00 (0,99–1,00)
		Adatvédelmi Stratégiák (átlag)	0,28	0,09	1,32** (1,10–1,59)
		Pszichiátriai tünetek (átlag)	0,38	0,09	1,47*** (1,23–1,76)

Cyberbullying – elkövetővé válás					
Modell	Nagelkerle-féle R2		B	S.E.	O.R. (95% C.I.)
1 ($p < 0,001$)	0,39	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	-1,42	0,20	0,24*** (0,16–0,36)
		Életkor (év)	-0,03	0,01	0,97** (0,95–0,99)
		Cyberbullying-áldozat (0 = nem, 2 = igen)	3,07	0,21	21,48*** (14,14–32,63)
2 ($p < 0,001$)	0,41	Nem (1 = férfi, 2 = nő)	-1,40	0,22	0,25*** (0,16–0,38)
		Életkor (év)	-0,03	0,01	0,97* (0,95–0,99)
		Cyberbullying-áldozat (0 = nem, 2 = igen)	3,04	0,22	20,93*** (13,62–32,17)
		Internetelési idő (óra/nap)	0,16	0,06	1,17* (1,03–1,32)
		Közösségioldaltagság (n)	-0,04	0,08	0,96 (0,82–1,12)
		Közösségioldal-ismerősök száma (n)	0,00	0,00	1,00 (1,00–1,00)
		Közösségioldal-személyes ismerősök (%)	-0,01	0,00	0,99* (0,99–1,00)
		Adatvédelmi Stratégiák (átlag)	0,23	0,12	1,26 (0,99–1,60)
		Pszichiátriai tünetek (átlag)	-0,16	0,12	0,85 (0,68–1,08)

*** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$

A következő lépésben azt vizsgáltuk, mely tényezők állnak kapcsolatban az elkövetővé válással (lásd a 3. táblázatot). Az első ($\chi^2(3) = 313,38$; $p < 0,001$) és a második modell is szignifikánsnak bizonyult ($\chi^2(9) = 330,71$; $p < 0,001$). Az első modell a teljes variancia 39 százalékát magyarázta, míg a második modellben a további változók hozzáadásával nem emelkedett jelentősen ez az érték (41 %), akárcsak az áldozattá válást bejósoló modellek esetén. A vizsgált változók az elkövetővé válást jobban magyarázták az áldozattá válásnál (41 vs. 33 %). Az elkövetővé válást az áldozattá válás jóslta be legerősebben ($B = 3,04$; O.R. = 20,93 [13,62–32,17]; $p < 0,001$), ami azt jelenti, hogy áldozatokból huszonegyszer nagyobb eséllyel válik elkövető egy éven belül, mint azokból, akik nem váltak cyberbullying áldozatává ez idő alatt. A széles konfidencia-intervallumból eredően azonban a valós érték a skála kontinuumán belül bárhol elhelyezkedhet. Ezenkívül nagyobb eséllyel váltak elkövetővé a férfiak és a fiatalabb életkorúak, bár az életkor és az elkövetővé válás közötti kapcsolat ezúttal is meglehetősen gyengének mutatkozott ($B = -0,03$; O.R. = 0,97 [0,95–0,99]; $p = 0,01$). Végül összefüggés mutatkozott az elkövetővé válás, az internetelési idő és a közösségi oldalon szerzett ismerősökkel való személyes kapcsolat között is. Az elkövetők több időt töltöttek internetezéssel, és kevesebb személyt ismertek személyesen a közösségi oldalakon visszaigazolt ismerőseik közül azoknál, akik nem követtek el cyberbullyingot az elmúlt egy évben.

5. Összegzés

A jelen tanulmány a cyberbullying-tapasztalatok és a közösségioldal-használat kapcsolatát vizsgálta magyar serdülők és felnőttek mintáján. Kutatásunk rámutatott arra, hogy a cyberbullying elkövetői a leggyakrabban a bántalmazás nyilvános módjait preferálják, például a lángháborút és a kiközösítést, míg az áldozatok többsége nyilvános és privát úton is szembesül sértő üzenetekkel, fenyegetésekkel. A személyes adatokkal való visszaélés az elkövetők és az áldozatok beszámolóit szerint viszonylag ritkán fordult elő. Az áldozatok között magasabb volt a nők aránya, idősebbek voltak, továbbá jellemzően több közösségi oldalon is aktív tevékenységet folytattak, ugyanakkor óvatosabb adatvédelmi stratégiákat alkalmaztak a Facebookon, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban az elmúlt évben. Az áldozatok csoportja emellett több pszichiátriai tünetről (depresszió, szorongás, interperszonális érzékenység) számolt be azoknál, akik nem tapasztaltak személyesen online bántalmazást. Az elkövetők között magasabb volt a férfiak aránya, fiatalabbak voltak, több időt töltöttek az interneten, és visszaigazolt ismerőseik közül kevesebbet ismertek személyesen a közösségi oldalakon, mint azok, akik nem bántalmaztak másokat elektronikus eszközök útján az elmúlt egy évben. Az áldozattá válást a legerősebben az elkövetőként szerzett tapasztalat, míg az elkövetővé válást az áldozatként elszenvedett esetek előfordulása jósolta be.

A válaszadók 16,7 százaléka kizárólag áldozatként, míg 3,4 százaléka kizárólag elkövetőként szerzett tapasztalatot cyberbullyingban az elmúlt egy év során. Az áldozatok és az elkövetők aránya 12,0 százalék volt. Mivel e vizsgálatunkat nem reprezentatív mintán végeztük, a prevalenciaértékek nem tekinthetők általánosnak a magyar serdülők és felnőttek körében. Az áldozatok aránya magasabb volt a nemzetközi prevalenciáknál, amelyek megközelítőleg 15 százalékra becsülték az áldozatok és elkövetők arányát is (Modecki et al. 2014). Ugyanakkor a Robin M. Kowalski és munkatársai (2014) által becsült 10–40 százalék közé esik, így nem tekinthető kiugróan magas értéknek, bár kis mértékben meghaladja az átlagos arányt. Ennek valószínű oka a mintavétel módjában rejlik, hiszen feltehetően nagyobb hajlandóságot mutattak kérdőívünk kitöltésére azok, akik személyesen is érintetté váltak cyberbullyingban, mint azok, akik nem hallottak korábban a jelenségről, s így talán nem érezték önmagukra vonatkozóan felhívásunkat.

Az elkövetők a leggyakrabban a bántalmazás nyilvános módjait alkalmazták áldozataikkal szemben, például a lángháborút és a kiközösítést. Mivel céljuk az, hogy minél nagyobb kárt okozzanak áldozataiknak (Beran & Li 2008), vélhetően úgy gondolják, a nyilvánosság előtt elszenvedett sértések súlyosabb kárt okoznak, mint a privát úton elküldött, kizárólag a címzett számára látható üzenetek. Ezzel szemben az áldozatok a leggyakrabban a zaklatással, vagyis a privát módon érkező, agresszív üzenetekkel találkoztak a lángháború és a befekettetés mellett. Más, nemzetközi tanulmányok is a sértő üzenetek küldését találták a cyberbullying leggyakoribb megnyilvánulási formájának (Patchin & Hinduja 2010, Slonje & Smith 2008). A legkevésbé elterjedt formák közé tartozott a „trükközés”, becsapás és a személyiséglopás, amelynek bizonyos esetei a hazai törvények értelmében bűncselekménynek számítanak, ezért is lehet ritka az előfordulásuk.

Az áldozatok az esetek kevesebb mint negyedében fordultak segítségért, miután online bántalmazták őket. Korábbi tanulmányok ugyancsak azt találták, hogy az áldozatok ritkán kértek segítséget (Hoff & Mitchell 2009, Smith et al. 2008), s akkor is főképp barátaiktól (Slonje & Smith 2008). Ennek feltételezhető oka egyrészt az, hogy reménytelennek látják helyzetüket, ezért szégyellik bevallani az esetet (Wang et al. 2011), másrészt a fiatalabb áldozatok félnek attól, hogy szüleik eltiltják őket az internethasználatától (Agatston et al. 2007).

A mintában a legnépszerűbb közösségi oldal a Facebook volt, amelyet a válaszadók 86,9 százaléka rendszeresen látogatott. Az áldozatok átlagosan több közösségi oldal aktív tagjai voltak, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban. Ez az eredmény visszavezethető arra, hogy a közösségioldal-használat önmagában is növeli az áldozattá válás kockázatát (Kwan & Skoric 2013). Ebből arra következtethetünk, hogy azok, akik számos közösségi oldalon aktív felhasználók, nagyobb valószínűséggel válnak cyberbullying áldozatává, mint azok, akik csupán egy-két közösségi oldalt látogatnak, hiszen a platformok változatossága az ismerősök és a belső csoporttagságok változatosságát is növeli.

Bár az ismerősök számában nem találtunk különbséget a cyberbullying-szerepkörök tekintetében, az elkövetők kisebb arányban ismerték személyesen visszaigazolt barátaikat az általuk látogatott közösségi oldalakon, mint azok, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban. Ez az eredmény azt sugallja, hogy az ismerősök mennyisége helyett inkább a kapcsolatok minősége állhat szorosabb összefüggésben a cyberbullying-tapasztalatokkal. Az elkövetők

jellemzően magas agresszióval (Kowalski et al. 2014) és alacsony empátiás készségekkel rendelkeznek (Steffgen et al. 2011), ezért vélhetően hajlamosabbak agresszív viselkedést mutatni konfliktus esetén olyan felhasználókkal szemben, akikkel nem állnak személyes ismeretségben. Számos nemzetközi kutatáshoz hasonlóan (például Ybarra & Mitchell 2004, Navarro et al. 2013, Sticca et al. 2013) vizsgálatunkban is pozitív kapcsolat mutatkozott az elkövetővé válás és az interneten eltöltött idő között.

Az eredmények alapján az áldozatok – különösen az elkövetők-áldozatok – magasabb fokú adatvédelmi stratégiákat alkalmaznak azoknál, akik nem tapasztaltak cyberbullyingot. A legtöbb kutatás ezzel ellentétes eredményre jutott (Juvonen & Gross 2008, Vitak 2017). Ennek egy lehetséges oka az, hogy az áldozatok a bántalmazás hatására különösen óvatossá váltak, figyelmet fordítva arra, hogy ne osszanak meg magukról olyan információkat, amelyekkel mások esetleg visszaélhetnek. Így gyakrabban fogalmazzák át Facebookon posztjaikat, nehogy újabb sértések, fenyegetések érjék őket, vagy gyakrabban törlik állapotfrissítéseiket, mielőtt nyilvánosan megosztanák azokat ismerőseikkel, hogy elkerüljék a negatív kommenteket. Ezt a feltételezést erősíti a közösségioldal-tagság és az adatvédelmi stratégiák közötti pozitív kapcsolat is tanulmányunkban, amely rámutat arra, hogy a felhasználók a közösségi színterek skálájának bővülésével nagyobb figyelmet fordítanak személyes adataik megóvására.

Az áldozatok több pszichiátriai tünetről számoltak be azoknál, akik nem váltak érintetté cyberbullyingban. A legtöbb tünetet az elkövetők-áldozatok mutatták, akárcsak más kutatásokban (Hinduja & Patchin 2010, Nixon 2014). Ezek a vizsgálatok rávilágítottak arra, hogy azok a személyek képezik a legveszélyeztetettebb csoportot a pszichológiai ártalmak hatására, akik mindkét szerepkörben szereztek tapasztalatot. Vizsgálatunkban ez a csoport nagyobb gondot fordított személyes adatainak megóvására, amely a mindkét oldalról származó tapasztalatokból eredő védelmi stratégiaként is értelmezhető az újbóli viktimizáció elkerülésének céljából.

Az áldozattá válást a legerősebben az elkövetőként szerzett tapasztalat jósolta be, míg az elkövetővé válást az áldozatként elszenvedett esetek előfordulása. Ez az eredmény megegyezik a korábbi tanulmányokéval (Hinduja & Patchin 2008, Zsila et al. in press), amelyekben az elkövetővé és az áldozattá válás legerősebb prediktorainak a másik szerepben szerzett tapasztalat bizonyult. Az áldozatok között több volt a nő, míg az elkövetők esetében a férfiak aránya volt magasabb. Ez az eredmény hasonlóságot mutat azokkal az elemzésekkel, amelyekben az online bántalmazás áldozatai között magasabb volt a nők, míg elkövetői között a férfiak aránya (Hokoda et al. 2006, Kowalski & Limber 2007, DeHue et al. 2008, Huang & Chou 2010), ugyanakkor ellentmond azoknak, amelyekben nem találtak különbséget a nemek szempontjából (Patchin & Hinduja 2006, Li 2007). Az életkor bejósoló ereje az elkövetővé és az áldozattá válásban is relevánsnak mutatkozott, hatása azonban meglehetősen csekély maradt. Jelen vizsgálatunkban a nem és az ellenkező szerepben szerzett cyberbullying-tapasztalatok magyarázó ereje lényegesen nagyobb volt az elkövetővé és áldozattá válás modelljében, mint az internethasználat és a közösségioldal-használat sajátosságai.

A jelen tanulmány egyik korlátjaként említhetjük, hogy a mintavétel módjából eredően válaszadóink nem reprezentálták a közösségioldal-használók teljes populációját. Eredményeink így arra nem általánosíthatóak. A keresztmetszeti dizájn pedig nem alkalmas ok-okozati összefüggések megállapítására, például nem vonhatunk le következtetéseket arra vonatkozóan, hogy a közösségioldal-használat jellegzetességei valószínűsítik-e a cyberbullying előfordulását, vagy az áldozatként/elkövetőként szerzett tapasztalatok vezetnek bizonyos viselkedésekhez (például fokozott adatvédelmi óvintézkedésekhez) az online térben.

A korlátok ellenére a jelen tanulmány részletes képet alkotott a cyberbullying különböző megnyilvánulási formáiról, szerepköreiről és azok összefüggéseiről a közösségioldal-használat, az általános internethasználat, valamint a pszichológiai ártalmak tekintetében. Az eredmények hozzájárulhatnak a prevenciós és az intervenciós törekvések hatékonyságának növeléséhez azáltal, hogy a figyelmet azokra az egyéni sajátosságokra és online viselkedésekre irányítják, amelyek felismerése kulcsszerepet játszhat az áldozattá és az elkövetővé válás megelőzésében és az újbóli viktimizáció és/vagy online agresszió visszaszorításában. Ezáltal kiemelt figyelem irányulhat az áldozatok s különösen az áldozatok-elkövetők pszichés egészségének megőrzésére, az online bántalmazás ártalmainak csökkentésére, valamint az adatvédelmi stratégiák oktatására, ami kulcsszerepet játszhat a viktimizáció megelőzésében.

Irodalom

- Agatston, Patricia W., Robin M. Kowalski & Susan P. Limber (2007): Students' perspectives on cyber bullying. *Journal of Adolescent Health*, vol. 41, no. 6, pp. S59–S60.
- Balakrishnan, Vimala (2015): Cyberbullying among young adults in Malaysia: The roles of gender, age and Internet frequency. *Computers in Human Behavior*, vol. 46, pp. 149–157.
- Beran, Tanya & Quing Li (2008): The relationship between cyberbullying and school bullying. *The Journal of Student Wellbeing*, vol. 1, no. 2, pp. 16–33.
- Van Cleemput, Katrien, Heidi Vandebosch & Sara Pabian (2014): Personal characteristics and contextual factors that determine "helping," "joining in," and "doing nothing" when witnessing cyberbullying. *Aggressive Behavior*, vol. 40, no. 5, pp. 383–396.
- DeHue, Francine, Catherine Bolman & Trijntje Völlink (2008): Cyberbullying: Youngsters' experiences and parental perception. *CyberPsychology & Behavior*, vol. 11, no. 2, pp. 217–223.
- Derogatis, Leonard R. (1975): *Brief Symptom Inventory*. Baltimore, Maryland: Clinical Psychometric Research.
- Domonkos Katalin (2014): Cyberbullying: zaklatás elektronikus eszközök használatával. *Alkalmazott Pszichológia*, 14. évf., 1. sz., 59–70. o.
- Dredge, Rebecca, John Gleeson & Xochitl de la Piedad Garcia (2014): Cyberbullying in social networking sites: An adolescent victim's perspective. *Computers in human behavior*, vol. 36, pp. 13–20.
- Gámez-Guadix, Manuel, Izaskun Orue & Peter K. Smith & Esther Calvete (2013): Longitudinal and reciprocal relations of cyberbullying with depression, substance use, and problematic internet use among adolescents. *Journal of Adolescent Health*, vol. 53, no. 4, pp. 446–452.
- Hinduja, Sameer & Justin W. Patchin (2008): Cyberbullying: An exploratory analysis of factors related to offending and victimization. *Deviant Behavior*, vol. 29, no. 2, pp. 129–156.
- Hinduja, Sameer & Justin W. Patchin (2010): Bullying, cyberbullying, and suicide. *Archives of Suicide Research*, vol. 14, no. 3, pp. 206–221.
- Hoff, Dianne L. & Sidney N. Mitchell (2009): Cyberbullying: Causes, effects, and remedies. *Journal of Educational Administration*, vol. 47, no. 5, pp. 652–665.
- Hokoda, Audrey & Hsueh-Huei A. Lu & Manuel Angeles (2006): School bullying in Taiwanese adolescents. *Journal of Emotional Abuse*, vol. 6, no. 4, pp. 69–90.
- Huang, Yun-yin & Chien Chou (2010): An analysis of multiple factors of cyberbullying among junior high school students in Taiwan. *Computers in Human Behavior*, vol. 26, no. 6, pp. 1581–1590.
- Juvonen, Jaana & Elisheva F. Gross (2008): Extending the school grounds? Bullying experiences in cyberspace. *The Journal of School Health*, vol. 78, no. 9, pp. 496–505.
- Kowalski, Robin M., Gary W. Giumetti, Amber N. Schroeder & Micah R. Lattanner (2014): Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, vol. 140, no. 4, pp. 1073–1137.
- Kowalski, Robin M. & Susan P. Limber (2007): Electronic bullying among middle school students. *Journal of Adolescent Health*, vol. 41, no. 6, pp. S22–S30.
- Kwan, Grace Chi E. & Marko M. Skoric (2013): Facebook bullying: An extension of battles in school. *Computers in Human Behavior*, vol. 29, no. 1, pp. 16–25.
- Li, Quing (2007): New bottle but old wine: A research of cyberbullying in schools. *Computers in Human Behavior*, vol. 23, no. 4, pp. 1777–1791.
- Modecki, Kathryn L., Jeannie Minchin & Allen G. Harbaugh & Nancy G. Guerra & Kevin C. Runions (2014): Bullying prevalence across contexts: A meta-analysis measuring cyber and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health*, vol. 55, no. 5, pp. 602–611.
- Navarro, Raúl, Cristina Serna, Verónica Martínez & Roberto Ruiz-Oliva (2013): The role of Internet use and parental mediation on cyberbullying victimization among Spanish children from rural public schools. *European Journal of Psychology of Education*, vol. 28, no. 3, pp. 725–745.
- Nixon, Charisse L. (2014): Current perspectives: the impact of cyberbullying on adolescent health. *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*, vol. 5, pp. 143–158.

- Olweus, Dan (2013): School Bullying: Development and Some Important Challenges. *Annual Review of Clinical Psychology*, vol. 9, pp. 751–780.
- Patchin, Justin W. & Sameer Hinduja (2006): Bullies move beyond the schoolyard a preliminary look at cyberbullying. *Youth Violence and Juvenile Justice*, vol. 4, no. 2, pp. 148–169.
- Patchin, Justin W. & Sameer Hinduja (2010): Cyberbullying and Self-Esteem. *Journal of School Health*, vol. 80, no. 12, pp. 614–621.
- Peluchette, Joy V., Katherine Karl & Christa Wood & Jennifer Williams (2015): Cyberbullying victimization: Do victims' personality and risky social network behaviors contribute to the problem? *Computers in Human Behavior*, vol. 52, pp. 424–435.
- Salmivalli, Christina & Kätlin Peets (2009): Bullies, victims, and bully-victim relationships in middle childhood and early adolescence. In: Kenneth H. Rubin, William M. Bukowski & Brett Laursen (eds.): *Handbook of peer interactions, relationships, and groups*, pp. 322–340. New York: Guilford Press.
- Slonje, Robert & Peter K. Smith (2008): Cyberbullying: Another main type of bullying? *Scandinavian Journal of Psychology*, vol. 49, no. 2, pp. 147–154.
- Smith, Peter K., Jess Mahdavi, Manuel Carvalho, Sonja Fisher, Shanette Russell & Neil Tippett (2008): Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, vol. 49, no. 4, pp. 376–385.
- Steffgen, Georges, Andreas König, Jan Pfetsch & André Melzer (2011): Are cyberbullies less empathic? Adolescents' cyberbullying behavior and empathic responsiveness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, vol. 14, no. 11, pp. 643–648.
- Sticca, Fabio, Sabrina Ruggieri, Françoise Alsaker & Sonja Perren (2013): Longitudinal risk factors for cyberbullying in adolescence. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, vol. 23, no. 1, pp. 52–67.
- Tokunaga, Robert S. (2010): Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in Human Behavior*, vol. 26, no. 3, pp. 277–287.
- Urbán, Róbert, Bernadette Kun, Judit Farkas, Borbála Paksi, Gyöngyi Kökönyei, Zsolt Unoka, Katalin Felvinczi, Attila Oláh & Zsolt Demetrovics (2014): Bifactor structural model of symptom checklists: SCL-90-R and Brief Symptom Inventory (BSI) in a non-clinical community sample. *Psychiatry Research*, vol. 216, no. 1, pp. 146–154.
- Vitak, Jessica (2017): A Digital Path to Happiness? Applying Communication Privacy Management Theory to Mediated Interactions. In: Leonard Reinecke & Mary B. Oliver (eds.): *The Routledge Handbook of Media Use and Well-Being. International Perspectives on Theory and Research on Positive Media Effects*, pp. 274–288. New York: Routledge.
- Wang, Jing, Tonja R. Nansel & Ronald J. Iannotti (2011): Cyber and traditional bullying: Differential association with depression. *Journal of Adolescent Health*, vol. 48, no. 4, pp. 415–417.
- Wang, Xingchao, Li Yang, Jiping Yang & Pengcheng Wang & Li Lei (2017): Trait anger and cyberbullying among young adults: A moderated mediation model of moral disengagement and moral identity. *Computers in Human Behavior*, vol. 73, pp. 519–526.
- Whittaker, Elizabeth & Robin M. Kowalski (2015): Cyberbullying via social media. *Journal of School Violence*, vol. 14, no. 1, pp. 11–29.
- Ybarra, Michele L. & Kimberly J. Mitchell (2004): Youth engaging in online harassment: associations with caregiver-child relationships, Internet use, and personal characteristics. *Journal of Adolescence*, vol. 27, no. 3, pp. 319–336.
- Zsila, Ágnes, Gábor Orosz, Orsolya Király, Róbert Urbán, Adrienn Ujhelyi, Éva Jármí, Mark D. Griffiths, Zsuzsanna Elekes & Zsolt Demetrovics (in press): Psychoactive Substance Use and Problematic Internet Use as Predictors of Bullying and Cyberbullying Victimization. *International Journal of Mental Health and Addiction*, doi: 10.1007/s11469-017-9809-0.
- Zsila Ágnes, Ujhelyi Adrienn & Demetrovics Zsolt (2015): Online zaklatás a legújabb kutatások tükrében. *Imágó Budapest Online*, 4. évf., 4. sz., 50–64. o.

Kulcsszavak

adatvédelem, bántalmazás, cyberbullying, interaktív média, internethasználat, közösségi oldalak, Facebook, online bántalmazás, viktimizáció

Abstract

Cyber-victimisation and cyber-aggression

Cyberbullying (online bullying), defined as a repeated, intended act of aggression via electronic devices, has been an area of emerging research interest due to its negative psychological consequences. However, relatively little research has focused on the association between cyberbullying experiences and social networking sites use. The aim of this study was to identify the most prevalent forms of cyberbullying, and to explore the associations of internet use and social networking sites use with cyberbullying experiences on a sample of adolescent and adult social networking sites users ($N = 1500$; 57.9% male; $M_{age} = 28.9$ years, $SD = 8.7$). It found that perpetrators preferred mostly public forms of bullying (e.g., flaming and exclusion), whereas victims often experienced both public and private forms (e.g., harassment). Victimisation was best predicted by perpetrator experiences, whereas perpetration was best predicted by victimisation. Victims were more likely to be female, older, active users of several social networking sites, pursued more cautious privacy protection strategies, and reported having more psychiatric symptoms than those who did not report of any cyberbullying experiences. In contrast, perpetrators were more likely to be male, younger, spent more time on the internet, and knew fewer friends personally of their confirmed contacts on social networking sites. These findings may contribute to the efficacy of prevention and intervention programmes.

Zsila Ágnes pszichológus, író, az ELTE Pszichológiai Doktori Iskolájának hallgatója. Fő érdeklődési területe a médiapszichológia és a populáris kultúra találkozása. Több hazai és nemzetközi publikációja jelent meg a cyberbullying és a népszerű japán médiatartalmak pszichológiai vonatkozásairól. Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „Yaoi-jelenség a magyar anime-szubkultúrában” (Bernáth Ágnessel és Inántszy-Pap Judittal, 2015. tél).

Demetrovics Zsolt klinikai szakpszichológus, addiktológus, kulturális antropológus. Az MTA doktora, egyetemi tanár. Az ELTE Pszichológiai Intézetének igazgatója, a Klinikai Pszichológia és Addiktológia Tanszék tanszékvezetője. Főbb kutatási területe a szenvedélybetegségek epidemiológiája, a kémiai (alkohol, kannabisz, opiátok, új szintetikus szerek) és viselkedési addikciók (szerencsejáték, problémás videojáték-használat, kényszeres vásárlás, testedzésfüggőség, munkafüggőség) személyiségpszichológiai, motivációs és családi háttere és prediktorai.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány elkészítését a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal (K111938) és az Emberi Erőforrások Minisztériuma Új Nemzeti Kiválóság Programja támogatta.

Tófalvy Tamás

Minden egyben Tibi atyától Kasza Tiborig

Felhasználói szokások és fogyasztási mintázatok a Facebook által dominált magyar digitális tartalom-ökoszisztémában

Mára a Google mellett a Facebook vált a legnagyobb globális tartalommegosztó platformmá, ezzel a magyar digitális média-ökoszisztémában is meghatározóvá, elérve Európa legintenzívebb közösségi médiahasználó nemzetének gyakorlatilag összes internetezőjét. A magyar médiatartalmak Facebookon való fogyasztásáról, megosztásáról és értelmezéséről szóló adatokból két nagy trend rajzolódik ki. Az egyik szerint a mai magyar nyelvű interneten a legsikeresebb szereplők – mint például Tibi atya, Kasza Tibor és a Mindenegybenblog – eléérései sokszorosan meghaladják a hagyományos médiavállalatok elééréseit azáltal, hogy forgalmukat a Facebookra optimalizálják. A másik szerint a hagyományos médiavállalatok tartalmainak online disztribúciója is egyre jobban kötődik a platformhoz: a felhasználók túlnyomó része már nagyrészt vagy kizárólag a Facebookon keresztül olvas híreket és egyéb tartalmakat. E tanulmányban nemzetközi és eddig nem feldolgozott hazai adatok alapján ezeknek a trendeknek a tágabb kontextusát, fontosabb részleteit és lehetséges következményeit kísérel meg értelmezni. Melyek azok a médiatartalmak, amelyek a legtöbb interakciót produkálják a magyar Facebookon? Hogyan fogyasztanak a felhasználók médiatartalmakat a platformon, és milyen attitűdjeik vannak? Milyen hatással van a Facebook a tartalomszolgáltatók márkáira és tartalmainak megítélésére, és ebből milyen következtetéseket lehet levonni a hazai tartalomszolgáltatás jövőjére nézve?¹

1. Bevezetés: Közösségi hálóból tartalommegosztó platform és az internet elmédiásodása

A 2000-es évek közepén gyakorlatilag az összes magyar internetező fenn volt nemcsak az ország, hanem a világ egyik első közösségi hálóján, az iWiW-en. Ezzel meglehetősen különleges és egyedi helyzet jött létre Magyarországon. Egy helyi fejlesztésű, majd jó ideig piacvezető közösségi háló gyűjtötte össze az összes potenciális helyi internetfelhasználót, ráadásul valamivel korábban, mint ahogy ez globálisan általános trenddé vált volna. A magyar internetezők előtt tehát az iWiW korai elterjedtsége okán már ismerős volt a közösségi háló fogalma (vagyis – más kifejezéssel élve – a magyar felhasználók a platform *early adopterei* voltak), és ez jelentős mértékben meghatározta az internetről való hazai gondolkodást is. Amikor a Facebook megjelent a magyar felhasználók horizontján, először még „a másik” közösségi háló volt, ám az évek múlásával egyre inkább átvette az alapértelmezett platform helyét. A folyamat végét az jelentette, amikor 2014-ben az iWiW-et bezárta tulajdonosa, a Magyar Telekom (lásd Tófalvy 2017).

A leggyakoribb értelmezések szerint az iWiW halálát egyértelműen a Facebook okozta: az amerikai fejlesztésű, hatalmas kockázatitőke-befektetésekkel és gyorsan bővülő nemzetközi háttérrel és tapasztalattal bíró közösségi

¹ E tanulmány megírását a Magyar Tudományos Akadémia Médiatudományi Kutatócsoportja támogatta. A cikkben feldolgozott magyar adatok főként két, a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete (MTE) által megrendelt és a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság MédiaTanácsa által finanszírozott kutatásból származnak, amelyeket az NRC illetve a IyzR végzett el. Köszönettel tartozom Sági Ferencnek, az NRC, valamint Kovács Lőrinc Tamásnak, a IyzR kutatásvezetőjének. A szerző a tanulmány írása idején az MTE főtitkára volt.

háló kiszorította a kisebb magyar piaci szereplőt. Ez azonban a történetnek csak az egyik fele. A magyar piacon a Facebook–iWiW-küzdelemnek a Facebook javára való eldőlésében egy másik, globális tényező is szerepet játszott: az, hogy a 2000-es évek közepétől a közösségi hálózatok egyre inkább átalakultak tartalommegosztó médiavállalatokká, közülük pedig a Facebook vált az egyik legnagyobb, és egyben a trend fő előremozdítójává is. Az elmúlt évtized változásait jól dokumentálja két sokat idézett, a közösségi hálózatokról szóló írás tematikus eltérése is: a közösségi hálózatok akkori természetét leíró danah boyd és Nicole Ellison (2007) munkája, illetve a közösségi médiát már mint az újságírást átformáló erőként bemutató Emily Bell és Taylor Owen (2017) tanulmánya. Ez utóbbi minőségben az iWiW csak követni próbálta a Facebookot, de alapvetően megmaradt közösségi hálónak, ami a 2010-es évek közepén már csupán a web egy korábbi állapotának lenyomata volt.

Miért érdekes ma az iWiW és a Facebook egykori harcának háttere, az online világ akkori átalakulása? Azért, mert a folyamat, amely akkor elkezdődött, ma már fő meghatározója az online és digitális kulturális iparágaknak és tartalom-gazdaságnak. Ez pedig a platformok tartalommegosztás felé való mozgása, amit összefoglalóan az internet „elmédiásodásának” (*broadcastisation*) fogok nevezni, utalva ezzel a Leopoldina Fortunati (2005) által néhány évvel korábban bevezetett „elinternetesedés” (*internetisation*) fogalmára, amelynek központjában a párhuzamos mozgás áll. A megelőző – a virtualitás és a hálózat eszméje által dominált – online évtizedben az internet a hagyományos elektronikus médiumok (a rádió és a televízió), valamint a sajtó egyfajta antitéziseként jelent meg. Az internet volt a napirendet agresszíven tematizáló, a bejáratott csatornákon napi rendszerességgel tartalmat közvetítő, azaz „broadcast” média alternatívája. Ez kisebb részben az interneten elérhető tartalom jellegének, nagyobb részben az internetes tartalom közvetítési és fogyasztási módjainak köszönhetően alakulhatott így. Az utóbbi néhány évben azonban ez gyökeresen megváltozott. Ma már jellemzően nem utána megyünk az internetes tartalomnak, hanem inkább az jön hozzánk, napi rendszerességgel, bejáratott csatornákon, és jellemzően nagyon kevés forrásból és szűrőn keresztül – akárcsak a régi, sugárzott médiatartalmak világában. A megugró multimédiás, broadcast-jellegű tartalomfogyasztás központosító hatása pedig egyre inkább paragon hagyja a hálózat szerteágazó, statikus funkcióit, és a kapcsolatokon keresztül történő tartalomszűrést helyezi előtérbe. Azok a szereplők, amelyek nem vették át ezt az új modellt, gyorsan eltűntek, a fennmaradóknak pedig nem maradt más lehetőségük, mint csatlakozni az új trendhez, a tartalomfogyasztói platform-szolgáltatáshoz (e gondolatmenet egy korábbi változatához lásd Tófalvy 2014).

2. Platformok, szűrőbuborékok, visszhangkamrák és az algoritmusok

A legfontosabb szereplőkké ebben az ökoszisztémában egyértelműen a korábban aggregátornak, ma inkább platformnak nevezett szereplők, illetve az azok által működtetett algoritmusok léptek elő. Az algoritmusok ebben az értelemben olyan ágensek, amelyek automatikusan, részben előre meghatározott elvek, részben a bevitt információk alapján határozzák meg a felhasználóknak kínált tartalmat (Bodó et al. 2017). A platformok által szolgáltatott hírfolyamokban (Bell & Owen 2017, Kalogeropoulos & Newman 2017) a tartalmak megjelenését, láthatóságát, tálalását, szűrését, hatékonyságát és üzleti hasznosíthatóságát is algoritmus szabályozza. Kinek a preferenciái hogyan jelenjenek meg, ki láthassa kinek a posztjait, miből lássunk többet, és miből kevesebbet? Aki jobban teljesít ebben a versenyben, az válhat azzá a platformmá, ahonnan felhasználók milliói vagy éppen milliárdjai jutnak hozzá a tartalmakhoz. Milyen szűrési algoritmusok működnek a hagyományos média által az utóbbi néhány száz évben kikísérletezett szűrési, szerkesztési mechanizmusok helyett a közösségi médiában? Ironikus módon úgy tűnik, az egyik legfontosabb kérdésre nem lehet egyértelmű választ adni, mert egyszerűen kevés adat áll rendelkezésre. Sem a Facebook, sem a Google, és jellemzően a kisebb szereplők algoritmusai sem hozzáférhetők. Ezért leginkább az algoritmusok viselkedésének, az azok által létrehozott mintázatoknak a vizsgálata jelentheti a legfontosabb információforrást.

E megfigyelések alapján – az internet elmédiásodása mellett – az algoritmusok is visszahozni látszanak az internet előtti korszak médiafogyasztási mintázatait, a „szűrőbuborékokat” vagy „visszhangkamrákat” (Pariser 2011, Zuiderveen Borgesius et al. 2016), amelyek szerint a digitális szűrők és algoritmusok alapvetően elszigetelik az egyes

médiafogyasztókat a nem hozzájuk hasonlóaktól.² A szűrőbuborékok tehát olyan tartalomfogyasztási mintázatokat jelölnek, amelyekben a fogyasztók nem tudnak kiszakadni az algoritmusok által kínált alternatívákból.

A hírfogyasztási mintázatok kapcsán az egyik legfontosabb kérdés az, hogy valóban léteznek-e ezek a szűrőbuborékok, visszhangkamrák, vagy sem. Az eddig rendelkezésre álló adatok szerint azt a legbiztosabb kijelenteni, hogy még ha empirikusan nem is bizonyított az olyan szűrőbuborékok léte, amelyek teljes mértékben kizárják az alternatívákat a médiafogyasztók horizontjáról (Zuiderveen Borgesius et al. 2016), abban konszenzus van a kutatók körében, hogy egyfajta szimpátiaelvű, a médiafogyasztó csoportokat egymástól elkülönítő tendencia jelen van a digitális médiafogyasztásban, ahogy egyébként az offline hírfogyasztásban is mindig megfigyelhető volt (Flaxman 2016). Részben az ezt a dinamikát fenntartó természete, részben az algoritmusok átláthatatlansága miatt ma már egyre inkább előtérbe kerülnek az olyan kritikai álláspontok, amelyek szerint a platform-ökoszisztéma akár a sokoldalú és plurális médiarendszer ellen is hathat (Bell & Owen 2017, MTE 2013).

Mindezeknek a globális és a hazai piacon is meghatározó trendeknek a kontextusában alapvetően két problémakörben szeretnék elmélyedni a következőkben, nemzetközi példák mellett két úttörő, a hazai viszonyokat eltérő módszertannal elemző kutatás eredményeit hívva segítségül. Mielőtt rátérnék a hazai eredmények és a belőlük levonható következtetések tárgyalására, röviden bemutatom, honnan erednek a Facebook és a média kapcsolatának mai legfontosabb problémái és ellentmondásai.

3. A Facebook és a média: Ellenségbarátokból ellenségek?

A médiatörténet és a piac egészen különös fordulata, hogy a közösségi hálóból közösségi alapon működő tartalomfogyasztó szűrőt éppen egy olyan vállalat vitte sikerre, amely még a hálózati kor termékeként jött létre. A Facebook két olyan megoldást vezetett be, amely később sarkaiból forgatta ki az addigi elképzeléseket az online hálózat és a tartalomfogyasztás viszonyáról. Az egyik a *newsfeed* volt 2006-tól, amely az addig statikus kapcsolati háló használatát broadcast-média jellegű dinamikus hírfogyasztási térré alakította. A másik pedig a *like* gomb, 2009-től, amely gyakorlatilag az egész webet a Facebook és így természetesen a newsfeed potenciális tartalom- és reklámforrásává tette, elmosva a háló és a hálón kívüli világ határait.

A Facebook tehát ma már – amellet, hogy közösségi hálóként is funkcionál – elsősorban mediavállalként működik a piacon. Mégpedig igen sajátos mediavállalként, mert saját tartalmat nem állít elő, ám a mások által előállított tartalmat többféle módon szerkesztve teszi hozzáférhetővé, és ezzel egyre nagyobb hatást gyakorol a felhasznált tartalmakat előállító vállalatokra is. A helyzet sajátosságát tovább fokozza, hogy a Facebook (és több más digitális tartalomforgalmazó vállalat) következetesen technológiai céggként és nem mediavállalként vagy tartalomszolgáltatóként pozicionálja magát. Mint ahogy arra számos érvelés rámutatott, részben éppen azért, hogy a tartalomszolgáltatókra érvényes szabályok egy része ne lehessen alkalmazható rájuk (Napoli & Caplan 2017). Ennek az elkülönülésnek a legitimitása egyfelől a platformoknak a médiára gyakorolt hatása miatt, másfelől a tartalom disztribúciójának módszerei miatt kérdőjelezhető meg: mint az a 2016-os *trending topics*-botrány során kiderült, a Facebook nemcsak algoritmikus eszközökkel, hanem humán szerkesztőkkel is dolgozott a newsfeed alakításában (Helberger & Trilling 2016). A Facebook működése ma már ezer szálon fonódik össze a hagyományos médiával, kialakítva a hírmédia Facebook-függőségét. Ezt az ellentmondásos kapcsolatot, amelyben a Facebook rövid távon hatalmas elérést biztosít a mediavállalatoknak, hosszú távon viszont a saját platformján tartja őket, és ezzel egyre nagyobb szeletét hasítja ki a reklámbevételeknek, *frenemy*, azaz barát-ellenség kapcsolatnak nevezték sokáig szakmai körökben. Ma már a hagyományos mediavállalatok szempontjából azonban egyre inkább ellenség-viszonyként reprezentálódik (Bell 2016), és ezzel párhuzamosan tovább nő a hírmédia Facebook-függősége (Bell & Owen 2017, Kalogeropoulos & Newman 2017).

² A preferenciák szerint közvetített hírfolyam egyik első koncepciója, a „napi én” eredetileg nem negatív előjellel fogalmazódott meg, hanem a személyre szabható média víziója volt (lásd Negroponte 1995).

A média és a Facebook interakciójának vizsgálata során számos tematikus kérdés és módszertani probléma merül fel. Lehet vizsgálni például a gazdasági hatásokat, a közvéleményt, a hírfogyasztási szokásokat, valamint a szerzői és a személyiségi jogi kérdéseket, az adatbiztonságot és számos további témakört. A módszertani problémák pedig részben ezekkel a területekkel, választott fókuszokkal összefüggésben jelentkeznek. Hogyan vizsgálható, ami történik? Miként lehet kutatni az algoritmusok működését (Bodó et al. 2017) és a közösségi hálókön zajló tartalomfogyasztás mintázatait, vagy éppen a felhasználói attitűdöket? A következőkben bemutatandó hazai kutatások elsősorban a tartalomfogyasztás mintázataival és felhasználói attitűdökkel foglalkoznak. Amíg az előbbi forgalmi adatok jellemzően a Facebook nyilvánosan elérhető adatbázisából, elemző szoftverek segítségével nyerhetők ki, addig az utóbbiak jellemzően *survey*-módszerrel állíthatók elő – ennek megfelelően az összehasonlított nemzetközi, illetve hazai kutatások is ezeket a módszereket használják.

4. Homogenitás-elmélet és médiaágendák: Nemzetközi kutatások, adatok a facebookos tartalomfogyasztásról

Néhány nemzetközi kutatás mindezen módszerek és eszközök segítségével próbálta meg feltárni a facebookos médiafogyasztás mintázatait. Ezek közül a legfontosabbak főbb eredményeit, számait idézve kíséreltem meg felvázolni a főbb általános trendeket a facebookos tartalomfogyasztással kapcsolatban.

A Reuters Institute 2016-os jelentése szerint (Reuters 2016) a megkérdezettek több mint a fele (51 %) heti rendszerességgel a közösségi médiát használja hírforrásként, és 12 százalékuk számára a fő hírforrás a közösségi média. Ezen belül messze a Facebook a legfontosabb a hírek megtalálásában, fogyasztásában és megosztásában. A legnagyobb változás az elmúlt négy évben a jelentés szerint egyértelműen az, hogy a híreket egyre inkább a közösségi médiaplatformokon (így például a Facebookon, a Twitteren, az Instagramon és a Snapchaten) keresztül fogyasztják a felhasználók. Az Egyesült Államokban például azok száma, akik a közösségi médiát hírforrásként használják, megduplázódott 2013 óta, elérve a 46 százalékot. Abban viszont nincs jelentős változás, hogy a Facebook továbbra is a legjelentősebb hírmegosztó platform. A Reuters Institute mintája szerint a megkérdezettek 67 százaléka használja a Facebookot általánosságban, 44 százalékuk pedig a hírek fogyasztására és megosztására. E folyamatnak része az is, hogy a Facebook stratégiájában is fontosabbá váltak a hírtartalmak. Az algoritmusok előnyben részesítették a rendkívüli híreket, a hírvideókat, az élő közvetítéseket és az egyéb vizuális tartalmakat. 2015 óta elérhető a Facebook *instant articles*-szolgáltatása, amelyen keresztül lehetségessé vált a Facebook rendszerén belül hozzáférhetővé tenni a tartalmakat.

A Pew USA kutatása szerint (Pew 2016) az amerikai felnőttek többsége (62 %) a híreit a közösségi médiából szerzi be, és 18 százalékuk gyakran teszi ezt. A Pew adatai szerint is egyértelmű növekedés látható e tekintetben: 2012-ben – egy kismértékben különböző kérdésre válaszolva – az amerikai felnőttek 49 százaléka válaszolta azt, hogy a közösségi médiában követi a híreket. Az egyes platformokon a hírfogyasztók arányát tekintve a Reddit vezet, amelyen a felhasználók 70 százaléka követi a híreket, utána a Facebook következik 66 százalékkal. Ha azonban az abszolút számokat tekintjük, a sorrend megfordul, hiszen mivel messze a Facebook a legnagyobb közösségi háló, abszolút értékben onnan jut a legtöbb felhasználó hírekhez. A Pew adatai szerint a Facebook az amerikai felnőttek 67 százalékához ér el, így azoknak az aránya, akik ott a híreket fogyasztják, a teljes lakosság 44 százalékát teszi ki. Ugyanez az arány a Reddit esetében mindössze 2 százalék.

Igen kevés áll rendelkezésre az azt mutató tényadatokból, hogy ténylegesen melyek voltak azok a hírtartalmak, amelyeket a felhasználók megosztottak. A Buzzsumo szerint (Rayson 2016) a legtöbb interakciót olyan tartalmak váltják ki a Facebookon, amelyek valamilyen, a széles közönség számára érthetően megfogalmazott tudományos eredményre hivatkoznak, illetve adatalapú trendekre, erős véleményekre és politikai állásfoglalásokra, és ilyenek a „szívmelengető” történetek vagy az ételekről, az egészségről szóló írások is. Formátumokat tekintve a képek, a listák és a kvízek vezetnek.

Ezekkel az eredményekkel részben hasonló irányba mutat Mark Tremayne (2017) kutatása is. Tremayne három hírfogyasztási ágendát határozott meg. Az egyik az úgynevezett *Facebook-médiaágenda*, amelyben az összes (Tremayne kutatási mintájában) szereplő, a Facebookon megosztott médiatartalom szerepel. A másik a *Facebook-hírágenda*, amely a médiaágendán belül egy kisebb kategória: itt csak azok a tételek szerepelnek, amelyek hagyományos médiavállalatoktól származnak (tehát például YouTube-linkek nincsenek benne). A harmadik a *hagyományos*

médiaágenda, amelyben külön azt vizsgálta Tremayne tartalomelemzéssel, hogy mik azok a vezető hírek a kiválasztott oldalak címlapjain, amelyek a szerkesztők döntéseit tükrözik. Arra jutott, hogy a Facebook-médiaágenda nem mutatott szignifikáns korrelációt a hagyományos médiaágendával, amit azzal magyaráz, hogy a Facebooknak alapvetően szélesebb a funkciója, mint pusztán a hírfogyasztás, így természetesen a szórakozás, az időtöltés és az egyéb társas tevékenységek is fontos szerepet játszanak az ott eltöltött időben, csökkentve például a hírek arányát. Ugyanakkor szignifikáns együttállást tapasztalt a Facebook-médiaágenda és a hagyományos médiaágenda között, azaz a szerkesztők választásai sokszor hasonlóságokat mutattak a felhasználók döntéseivel. Mindkét esetben a politika volt a vezető kategória, és a bűnügyek, valamint a sport is kiemelten szerepeltek. Ez Tremayne szerint egyben érv is lehet a „homogenitáshipotézis” mellett: hiába van több „szerkesztő”, aki dönt, a mintázatok maradnak. Az egész mintát tekintve egyébként a szórakozás volt a domináns tartalomkategória, amelybe a megosztott tartalmak 40 százaléka tartozott. Médiatípus tekintetében pedig a szöveg dominált (65 %), a videós tartalmak pedig szintén népszerűeknek bizonyultak: a megosztott posztok 27 százaléka YouTube-videó volt.

5. A Facebook és a magyar média

5.1. Globális óriások és hazai nagyok: A magyar internetes média fő mutatói

Mekkora súlya van a Facebooknak a magyar internet (és a társadalom) egészét tekintve? A rövid válasz úgy hangzik, hogy nagyon nagy, a hosszadalmasabb kifejtésben pedig a magyar internet méretére vonatkozó adatok segíthetnek a platform jelentőségének felmérésében és elhelyezésében. Az adatok szerint (Eurostat 2015, KSH 2013) mintegy 80 százalékos az internetpenetráció Magyarországon. A felhasználók 86 százaléka napi rendszerességgel használja az internetet; a felhasználók mintegy negyede Budapesten lakik, másik felük városokban, a fennmaradó negyedük pedig falvakban. (Ez egyben azt is mutatja, hogy a magyar digitális szakadék milyen földrajzi vonalak, területek mentén húzódik az országban: a legbehálózottabb a főváros, a legkevésbé behálózott területek pedig a legszegényebb kelet-magyarországi és délnyugat-magyarországi kistelepülések, lásd MTE 2015). A Gemius adatai szerint a felhasználók 51,2 százaléka nő, 48,8 százaléka férfi. Az online közönség 52 százaléka 18 és 39 év közötti felnőtt. Mára a legtöbb magyar egyébként már mobilszközökön fér hozzá az internethez: 2015 végén az internet-előfizetések 67 százaléka mobil-előfizetés volt (KSH 2016).

A globális platformok – a Google és a Facebook – dominálnak a magyar interneten minden hozzáférhető statisztika szerint. Az Eurostat (2017) adatai szerint a magyar internetezők (83 százalékos használati aránnyal) a legintenzívebb közösségiplatform-felhasználók Európában. Más adatok szerint mintegy 90 százalékuk van fenn a Facebookon (Kutatócentrum 2016, Lévai 2016), és a magyarok legnagyobb része használ valamilyen, a Google által nyújtott szolgáltatást vagy látogatja rendszeresen a Google-hoz kötődő oldalakat. A Google kizárólagosan uralja Magyarországon a keresőpiacot, gyakorlatilag versenytársak nélkül, és szintén a legnagyobb az online térképek, a videó és az email területén. A top három leglátogatottabb oldal Magyarországon a Facebook.com, a Google.com (illetve Google.hu) és a Youtube.com – a magyar szolgáltatók vagy médiavállalatok *domain*jei utánuk következnek. A Twitter, az Instagram, a LinkedIn, a Tumblr, a Foursquare vagy a Snapchat is rendelkezik felhasználói bázissal, de népszerűségük nem közelíti meg a két vezető platformét (Alexa 2016, Similarweb 2016). 2016 áprilisában a leglátogatottabb négy magyar oldal a blog.hu (blogplatform), az origo.hu (hírek és szolgáltatások), a jofogas.hu (e-kereskedelem) és az index.hu (hírek és szolgáltatások) volt (lásd még Tófalvy 2017b).

Az egyetlen közösséginek nevezhető médiaplatform, amelyet nem dominálnak nemzetközi vállalatok Magyarországon, a blogolás. Az ország legnagyobb blogplatformját, a blog.hu-t a CEMP tulajdonolja, és a szintén a portfóliójába tartozó Index.hu-val összekötve működteti. A CEMP piacvezető pozíciójának kialakításában fontos szerepet játszott az a stratégia, hogy 2007-ben bevezették az Indexen az úgynevezett blogketrecet, amelyben a felhasználók által előállított posztok egy válogatása kapott helyet az Index címlapján, a szerkesztőségi tartalmak között elhelyezve. E megoldásnak köszönhetően a felhasználói tartalom sokkal nagyobb láthatóságot kapott, mint más platformokon, és a felhasználók túlnyomó többsége a blog.hu-hoz vándorolt.

5.2. Ami hiteles és ami szórakoztató: A magyar Facebook-felhasználók szokásai és attitűdjei

A Facebook szerepe a magyar média-ökoszisztémában már 2011-ben „megkerülhetetlen” (Bodoky & Urbán 2011) volt: ekkorra a vezető tartalomszolgáltatók (mint például a nol.hu, lásd Ferencz & Rétfalvi 2011) már jelen voltak a platformon, az azóta eltelt években pedig szerepe tovább erősödött. Részben ez is indokolta annak a két kutatásnak az elkészítését, amely az MTE megbízásából a felhasználói szokásokat és a tartalom-megosztási mintázatokat vizsgálta: mit fogyasztanak a magyar felhasználók, és hogyan vélekednek a befogadott, megosztott tartalomról?

Az NRC által elvégzett kutatás (MTE 2016) arról nyújtott átfogó képet, hogy milyen trendek rajzolódnak ki jelenleg a Facebook által jelentősen meghatározott online tartalomfogyasztásban, főként a hírek és más internetes tartalmak olvasásában, megosztásában. A felhasználói attitűdöket és szokásokat vizsgáló survey-kutatás 500 fős, online paneles mintán készült 2015 novemberében, és három alapvető felhasználói kategóriát különített el a Facebook-használat intenzitása szerint: a *light*, a *medium* és a *heavy user*-csoportokat. Ezek – mint az látható lesz – demográfiai különbözőségük okán nemcsak a felhasználói intenzitásban különböznek, hanem az egyes funkciók kihasználásának volumenét és a fogyasztott tartalmak típus- és témakörbeli megoszlását tekintve is. A *heavy*, tehát intenzív felhasználók körében felülreprezentáltak a nők, az alacsonyabb iskolai végzettségűek és a 30 év alattiak, míg a *light*, tehát kevésbé intenzív felhasználók körében a férfiak, a felsőfokú végzettségűek, illetve a harmincasok vannak többségben. (Ez a pont összecseng a Reuters [2016] kutatásának vonatkozó eredményével, amely szerint a nők nagyobb valószínűséggel használják a közösségi médiát a hírek között való tájékozódásban.) A következő bekezdésekben egy korábbi összefoglaló (MTE 2016) alapján tekintem át a kutatás főbb eredményeit.

Az adatok első csoportjában az oldalon eltöltött idő és az azzal kapcsolatban álló egyéb szokások szerepeltek. Mint kiderült, a legtöbben minden nap használják a Facebookot. Az aktív felhasználók négyötöde egy napot sem hagy ki a platform meglátogatása nélkül, további 8 százalékuk maximum heti egy napot tölt el az oldal használatával nélkül. Az aktív böngészéssel töltött idő naponta átlagosan 86 perc – hétköznap néhány perccel kevesebb, hétvégén valamivel több. A csúcsidőszakban nincs nagy különbség a munkanapok és szünnapok között: a felhasználók az esti órákban töltenek a legnagyobb arányban időt a szolgáltatással. Minél több időt tölt valaki az oldalon átlagosan, annál valószínűbb, hogy okostelefonját is használja. A mobil eszközökön való facebookozás elsősorban időtöltés, unaloműzés: utazáskor, várakozáskor minden második, de még elalvás előtt is minden harmadik felhasználó ránéz az eszközén az oldalra. Az aktív tevékenységek (lajkolás, kommentelés, megosztás) egyébként ugyanannyira jellemzőek okostelefonról vagy tabletről, mint laptopról vagy asztali számítógépről. A passzív facebookozás (például a nézelődés, a hírfolyam görgetése) viszont valamivel jellemzőbb a PC-ről történő használat közben, tehát a felhasználói interaktivitást elsősorban már nem az eszköz, hanem az éppen erre fordított idő és a másik párhuzamos tevékenység befolyásolhatja. További fontos részlet, hogy bár a facebookozási csúcsidő munkaidő után, az esti órákra tehető, mégsem tolódi át a hangsúly a PC-kről a mobil eszközökre.

Az adatok második csoportja a Facebook-felhasználók médiafogyasztási szokásairól szól. A facebookozók nemcsak az ismerőseik által előállított vagy egyéb, kifejezetten az oldalra szerkesztett tartalmakat fogyasztanak a hírfolyamban: kétharmaduk valamilyen internetes portált, blogot is követ. Negyvenhat százalékuk bevallása szerint van olyan oldal, amelyet csak Facebookon keresztül követ, 58 százalékuknak pedig olyan, amelyet többnyire a közösségi oldalon néz, s csak ritkán látogatja magát a webhelyet. Tízből kilenc felhasználó vallja, hogy továbbkattint, ha egy hírfolyamban megjelenő cikk felkelti az érdeklődését. A Facebook-használat a felhasználók életének számos területén tölt be fontos szerepet: kommunikációhoz (49%), informálódáshoz (40%), és szórakozáshoz (43%) is használják az oldalt. A kommunikáció szerepét egyébként a közvetlen kommunikáció (*chat*) erősíti elsősorban, a kommentelés jóval kevésbé jellemző. Az oldal funkciója tehát elsősorban a szórakoztatás, s csak ez után következik az informálódás. A felhasználók 70 százaléka egyébként egyetért azzal az állítással, hogy facebookozni jó szórakozás – igaz, direkt módon csak 56 százalékuk állítja, hogy az információszerzésnél fontosabb a kikapcsolódás. A szívesen látott tartalmak sorában az első helyen a humoros tartalmak szerepelnek (66%), ezeket a zene követi (55%), s a „tudomány, technika” kategória csak a harmadik helyre került (45%). (Mint az az eddigi nemzetközi forgalmi adatokból látható volt, és ahogy az a hazai adatokból is látható lesz: a forgalmi adatok nem igazán korrelálnak ezzel az önbevallásos rangsorral, aminek részben az lehet az oka, hogy az önbevallás során a válaszolók hajlamosak az általuk észlelt hierarchiában magasabbra pozicionálni magukat.)

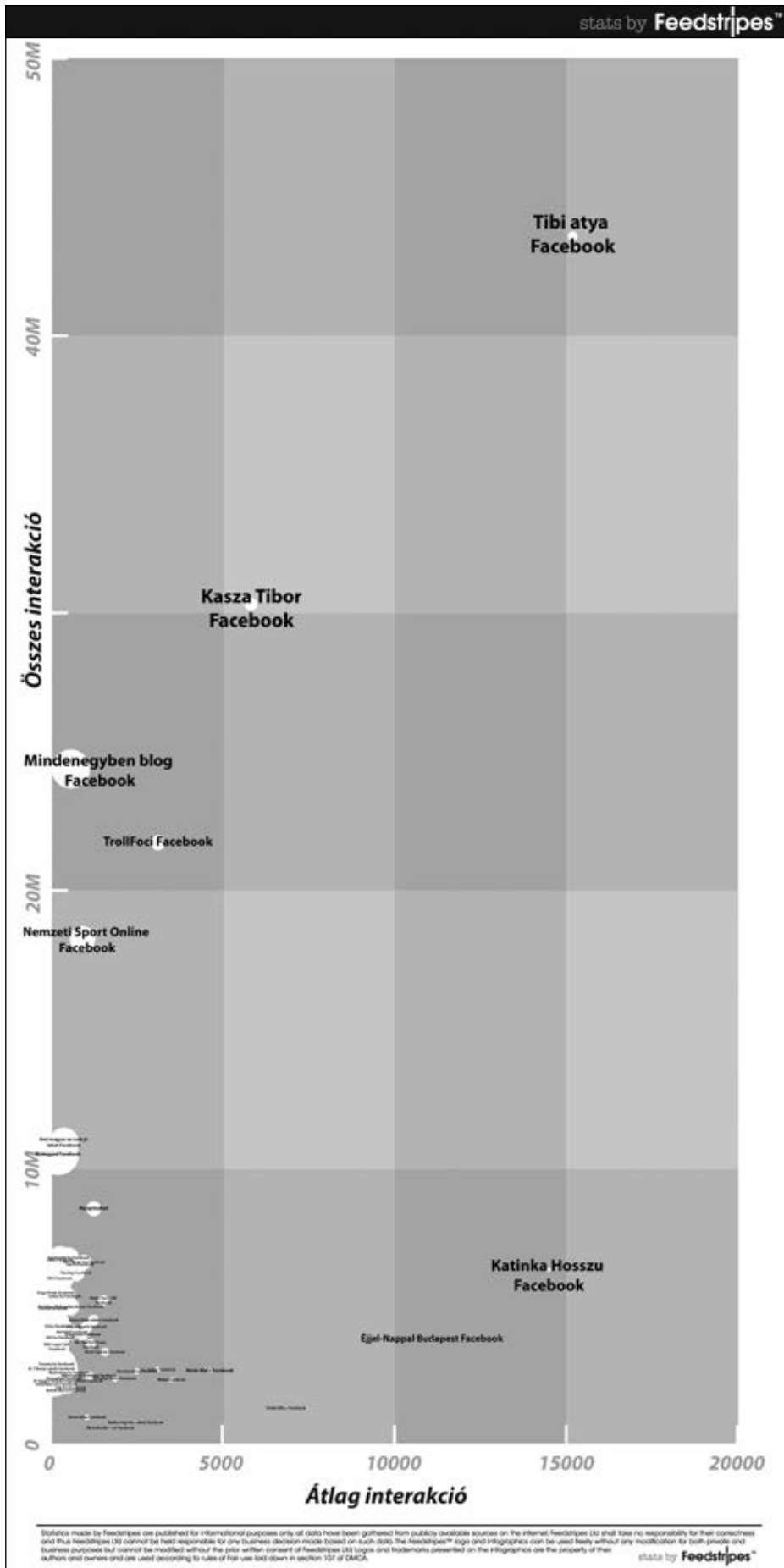
A Facebookozók a kevésbé munkaigényes megnyilvánulásokat preferálják: tetsző tartalmak esetén a leginkább jellemző reakció a lájkolás (86 %), amelyet a megosztás követ (61 %), s csak 55 százalékukkal fordul elő, hogy kommentel is. Ha azonban nem tetsző tartalommal találkozunk, 39 százalékukkal előfordult már, hogy törölte, illetve 52 százalékukkal az, hogy letiltotta a nem tetsző tartalmat posztoló ismerőst. A legtöbbször által követett oldalak között vegyesen vannak hírportálok és a Facebookra specializálódott, a forgalmukat alapvetően a platformon lebonyolító oldalak. A Facebookon is követett portálok élén az Index áll, majd a Nők Lapja Cafe, a HVG és az Origo következik, a lájkolt oldalak listáját Tibi Atya vezeti, majd a következő a Mindenegyben blog, az I love Magyarország és a receptneked.hu. Ha a két listát összevonnuk, akkor a sorrend a következő: Tibi Atya, Index, Mindenegyben blog, Nők Lapja Cafe. Tehát két hagyományos és két újabb típusú tartalomszolgáltató található a legnépszerűbb négy követett oldal között.

Az adatok harmadik csoportja a Facebook-felhasználóknak a platformon elért hírforrásokhoz, tartalomszolgáltatókhoz fűződő attitűdjéről szól, azaz arról, mit gondolnak az egyes médiamárkák, illetve az általuk szolgáltatott tartalmak szórakoztató, illetve hiteles voltáról. Erre nézve a kutatás során főként két kérdésre érkezett válaszok elemzésével lehetett következtetéseket levonni. A két kérdés a követett oldalak tartalmainak szórakoztató, illetve hiteles voltára vonatkozott. Ennek megfelelően az egyik így szólt: „Melyik az a három Facebook-oldal, amiket Ön a leginkább szórakoztatónak tart?” Erre a válaszadók összességének legnagyobb része Tibi atyát jelölte meg (39 %), továbbá a Trollfocit, a Gondolatd volna?, a Mindenegyben blogot és a Nők Lapja Cafét. A heavy userokra lebontott lista nem különbözik lényegesen az összes felhasználó preferenciáitól. Az igazán izgalmas információkat azonban a másik kérdésre adott válaszok szolgáltatták: „Melyik az a három Facebook-oldal, amiket Ön a leginkább hitelesnek tart?” Itt jóval inkább eloszlott a mezőny, így a válaszadók összességénél vezető Index 18 százalékkal futott be az első helyre, majd a Nők Lapja Café, a HVG, a receptneked.hu (14 %), az Origo és a 24.hu (11 %), végül Tibi Atya (10 %) következett a „top 7”-ben. A heavy useroknál még radikálisabb eredmények születtek. A receptneked.hu vezet (17 %), majd egy-egy százalékkal lemaradva a Nők Lapja Cafe, az Index, a Femina, az Origo és Tibi atya (13 %) következik (lásd az 1. ábrát).

1. ábra



Mielőtt sorra kerülnének az adatok értelmezései, röviden bemutatom az MTE másik kutatásának fontosabb számait, amelyek az interakciók mért forgalmi adataiba engednek betekintést.



2. ábra
Portálok oldalai
a Facebookon

5.3. A két Tibor internete: A legnépszerűbb tartalmak tanulságai

A kutatás a lyzR szoftvere által mért, összes 2016-os olyan magyar megjelenésre terjedt ki, amely a Facebookon interakciókat váltott ki. A fő szempont az adott médium megjelenéseire érkező interakciók száma volt, nem pusztán a megjelenések száma. A figyelt médiumok listája az MTE tagvállalatainak felületeiből, valamint egyéb jelentős online szereplőkből állt össze, kiegészítve további népszerű közösségimédia-szereplőkkel (például sportolókkal). A kutatás a népszerűséget az elért interakciók szerint határozta meg; az interakció minden esetben a Facebookon elért hangulatgombok és a megosztások összege volt. A kommentek számát a kutatás nem vette figyelembe, mivel torzította volna az eredményt (egyebek között azért, mert nem minden médium használja a kommentelésre is alkalmas Facebook *social plugin*).

A kutatás alapvetően két típusú adatkörből indult ki: az egyik a médiamárkák, tartalomszolgáltatók Facebook-oldalain, posztjain mérhető interakciókat, a másik a Facebookon megosztott URL-ek által kiváltott interakciókat foglalja magában. Ahogy a jelentés írja, „a magyar Facebook oldalak versenyét Tibi Atya és Kasza Tibor utcahosszal vezeti” (MTE 2017). Hogy ez az utcahossz pontosan milyen sokkolóan hatalmas különbséget jelent, azt a 2. ábra szemléltetheti.

A koordinátarendszer függőleges tengelyén az interakciók összesített számát láthatjuk: azt, hogy egy-egy médium összesen hány interakciót ért el az év folyamán. A vízszintes tengely pedig azt mutatja, hogy egy-egy posztnak hány átlagos interakciója volt, azaz milyen hatékonysággal dolgozott a tartalomszolgáltató. Ahogy az már első pillantásra látható, gyakorlatilag az egész magyar hagyományos média (és persze a „kisebb” új szereplők, Facebook-oldalak is) a 10 millió interakció és a 3000 átlagos interakció által határolt területre szorult. Mindeközben a Mindenegybenblog a 25 millió interakciót ostromolja – egy viszonylag alacsony, ezer körüli átlagos interakciós értékkel, aminek a magyarázata az, hogy a Mindenegybenblog igazi forgalma megosztott linkjeiből, tartalmaiból, nem pedig az oldal posztjaiból származik. Kasza Tibor háromszorosan múlja felül a teljes magyar médiát 30 millió interakciójával és hétézres átlagos interakciójával. Az egész ökoszisztéma tetején Tibi Atya foglal helyet, 43 millió körüli interakcióval, és 15000-es átlagos interakciós értékkel.

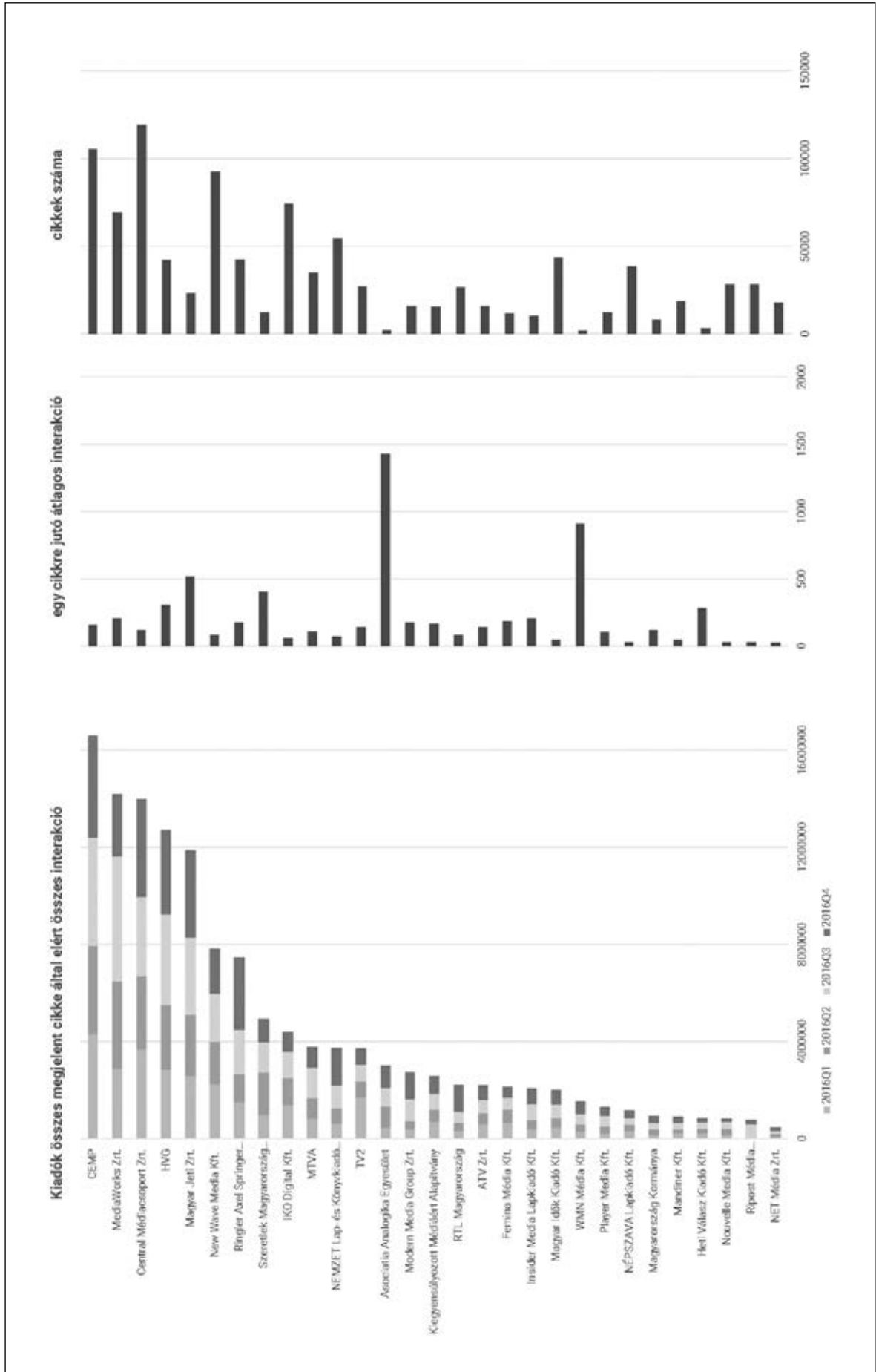
A hagyományos médiavállalatok közül

„...posztolási aktivitását tekintve a Centrál Média csoport a legerősebb, ha az összes vizsgált oldalát összegezzük, de ezek közül a Hírstart Facebook oldalára szinte minden poszt kikerül anélkül, hogy mérhető érdeklődésre tartana számot. A három legjobb közösségi médiás elérést a kiadó oldalai közül a Startlap, a 24.hu és a Nők Lapja Café Facebook oldal hozza. Legaktívabbak a MediaWorks követői, elsősorban a Nemzeti Sport Facebook oldalának köszönhetően (ez az oldal biztosítja a kiadó által kiváltott Facebook aktivitás több, mint 90%-át).”

A legaktívabb jelenlétű kiadók a posztok száma alapján, sorrendben: Centrál Média csoport, New Wave Media, Ringier Axel Springer, CEMP, Lapcom, HVG, MediaWorks. A legaktívabb közösséggel rendelkező kiadók pedig: MediaWorks, Centrál Média csoport, Ringier Axel Springer, New Wave Media, CEMP, HVG, RTL (lásd a 3. ábrát).

Kezdve a facebookos posztok adataival: a 300 legnépszerűbb Facebook-poszt tartalmi kategóriák szerinti megoszlásában az látható, hogy a legnépszerűbb tartalmi kategória a humor, amely majdnem a posztok felét foglalja magában, a legkevésbé népszerű pedig a politika. A humor utáni második legnépszerűbb kategória a sport (közel a posztok harmada), ezt követi a bulvár, majd egy nagyobb törés után a gasztró (20 poszt alatt). A 300 legnépszerűbb poszt formátum szerinti megoszlása egyértelmű kép-fölényt mutat: csaknem 250 poszt kép, a maradék 50 poszton osztozik a videó, a megosztott link és a szöveges tartalom. Ahogy az 4. ábrán látható, a „top 10” Facebook-posztból 8 kép, 2 videó; 2–2 a bulvár és a humor, 6 a sport témájú. A 300 legnépszerűbb Facebook-poszt közül egyértelműen a humoros és a sporttal kapcsolatos képek kerültek ki győztesen, ami nagyban köszönhető Tibi Atya és Hosszú Katinka oldalainak.

3. ábra



4. ábra
2016 legnépszerűbb posztjai a Facebookon

	cím	megjelenés helye	dátum	FB	
1	Micsoda hét!!! Köszönöm a szurkolást!!! Wow what a week!!! Thank you for cheering me on!!!	Katinka Hoessz Facebook	2016-08-13 14:03	220586	sport kép
2	Köszönöm a rengeteg gratulációt!!! Thank you for all your congratulations!!!	Katinka Hoessz Facebook	2016-08-07 08:04	206221	sport kép
3	Élőben Marseille-ből	Index.hu Facebook	2016-06-18 14:31	174138	sport video
4	Ez mind egy álom volt! #HWAPO #IronLady #IronNation It was all a dream! #HWAPO #IronLady #IronNation	Katinka Hoessz Facebook	2016-08-09 20:42	127265	sport kép
5	Rajtatók múltik! 30.000 like és megszerzem neki :) Ti döntőtök!	Kasza Tibor Facebook	2016-06-27 21:40	112509	bulvár kép
6	Véget ért számunkra az Eb, de mi így is szörnyen büszkék vagyunk a csapatunkra! Oszd meg, ha Te is büszke vagy rájuk! #HUN http://eb2016.24.hu/meccsek/2016/06/26/nyolcaddontok-magyarorszag-belgium/	24.hu Facebook	2016-06-26 22:50	106622	sport kép
7	Rendesen szurkolok neki :)))) Nagy forma, ilyen még nem kaptam :))	Kasza Tibor Facebook	2016-06-17 13:09	105646	bulvár kép
8	Idióta	Bruti Facebook	2016-01-22 08:00	101438	humor video
9	Minden állat tisztelet érdemel! A bacongyarak meg főként. Dicsértessék!	Tibi atya's Facebook	2016-05-28 12:30	100828	humor kép
10	A kemény munka mindig kifizetődik! #HWAPO #IronNation #IronLady Iron Nation Hard work always pays off!	Katinka Hoessz Facebook	2016-08-11 23:18	96984	sport kép

Meglepő, hogy a Mindenegyben blog és hasonló, az „érdekességek” kategóriájába sorolható tartalmakkal szolgáló oldalaknak nincs sok olyan posztjuk, amellyel bekerültek volna az első 300 közé. Ez azért is különösen érdekes, mert a megosztott linkeket tekintve a Mindenegyben blog gyakorlatilag megkérdőjelezhetetlenül vezet.

Áttérve a Facebookon megosztott legnépszerűbb cikkekre, két lista is rendelkezésre áll e tekintetben. Az egyik listán nem szerepelnek a mindenegybenblog.hu cikkei, a másikon a mindenegybenblog.hu megjelenéseit is jelen vannak. Az ilyen módon előállt „tiszított” „top 20”-at tartalmazó 5. ábrán látható, hogy a legnépszerűbb cikkek tartalma a legjellemzőbben a sport, a bulvár- és a szórakoztató tartalmak kategóriájába sorolható.

5. ábra
2016 legnépszerűbb cikkei a Facebookon

Értelmezhető eredményhez a mindenegybenblog.hu cikkeitől megtszítottuk a legnépszerűbb 300 cikket, melyet megosztottak a Facebookon, de melléjüként csatolunk egy olyan listát, ami tartalmazza a mindenegybenblog.hu megjelenéseit is.

	cím	megjelenés helye	dátum	FB
1	Magyarország megnyert a vízilabda-Eb-t	Index	2016-01-22 21:36	241978
2	Hatalmas magyar siker: Babos Tímea legyőzte Venus Williamset	Szeretlek Magyarországi	2016-05-12 08:57	82269
3	Felrobban az internet a "Halleluja" egyedülálló változatától – most figyelj meg, mikor énekelni kezdenek	www.buzblog.eu	2016-10-26 15:06	79849
4	Szódabikarbóna, a mindentudó	Stylomagazin.hu	2016-10-07 21:44	78846
5	Ez a hír sajnos nem fog annyit lájkot kapni, mint Berki Krisztián vagy Aleska :-)	444.hu	2016-01-26 16:53	75486
6	Retro faloda, így ettünk mi hajdanán	illuzio.cafeblog.hu	2016-01-25 17:38	73791
7	Orosz nőket zaklattak migránsok Murmanskban, 18 bevándorló kórházba, 33 fogdába került	napimigrans.com	2016-02-04 14:04	72254
8	Szánj időt arra, ami igazán boldoggá teszi – Csodálatos kistim!	eznezdme.com	2016-02-02 13:45	71086
9	Ma 70 éves Kocz Zsuzsa! Idézzé fel velünk legszebb dalait!	Élők	2016-03-07 07:20	68475
10	Gyurta Dániel világsúccsal OLIMPIAI BAJNOK!	libietya.blogstar.hu	2016-08-06 20:06	66385
11	Emlékszel még az 1987-es nagy havazásra? Retro videó a televízió archívumából	bouvet.cafeblog.hu	2016-10-27 14:05	63853
12	Így még senki sem magyarázta el, miért önáltatás, hogy a migránsbefogadással segítünk a világ szegényein	valasz.hu	2016-09-08 17:34	62495
13	Díjat nyert a rákkutató cigányfiú	propeller.hu	2016-04-16 22:59	62084
14	Egy gyönyörű indián zene – Nagyon nyugtató, hallgasd meg Te is!	eznezdme.com	2016-03-05 16:28	61748
15	A festő, akinek képeit pszichológusok használják gyógyításra	lemon.hu	2016-03-09 08:16	61567
16	KÉSZÜLJ FEL A LEGJOBBAKRA! Mert ami most jön, az egyszer történik meg 823 év alatti!	mindenegyben.net	2016-09-30 23:46	61094
17	30 fotó, amiről nehéz elhinni, hogy valódiak – pedig nem láttak Photoshopt	lemon.hu	2016-02-11 11:25	60569
18	A magyar légimentők nyerték meg a nemzetközi mentőversenyt	Szeretlek Magyarországi	2016-05-30 14:53	60550
19	Vízi Eb: Magyarország–Hollandia döntő – ÉLŐ	nemzetisport.hu	2016-01-22 20:18	60395
20	11 fotó, amely durván arcodba vágja az igazságot...	www.buzblog.eu	2016-07-26 16:45	59248

Ha azonban a felhasználók valós interakcióit tükröző, teljes listát vesszük figyelembe, azt látjuk, hogy az első százból 89 (!) a mindenegybenblog.hu felületéről származik, az első 60-ban a harmadik helyre becsúszott Index-cikk mellett (amelynek megvan a külön izgalmas története – lásd Bohus 2016), csak és kizárólag mindenegybenblogos posztok találhatóak (lásd a 6. ábrát). Tartalmi szempontból ezen a listán erősen dominál a nosztalgia, a szórakoztató tartalom (lásd Hanula 2017 összefoglalóját).

6. ábra

	cím	megjelenés helye	dátum	APR	FB
10					
11	Nyomj egy lájkot,ha még emlékszel erre :D	www.mindenegybenblog.hu	2016-06-21 10:57	5000	515800
12	Szerintem Ő is megér egy lájkot vagy egy megosztást Ő MANCS Ő VOLT A LEGJO	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-07 17:34	5000	350073
13	Magyarország megnyert a női vízilabda-Eb-t	Index	2016-01-22 21:36	5000	241978
14	Édesanyád sose bántsd Karjaidal öleld át, Puszit adj az arcára Simogatást a hajár.	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-30 15:40	5000	223837
15	Az orosz hifitorony	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-27 13:53	5000	207225
16	Nézzük vajon mennyi lájkot érdemel gyerekkorunk nagy - nagy kedvence a madárt	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-05 12:54	5000	197932
17	Várunk... és közben szépen... lassan eltelik az Életünk... "Várunk... Az idő múlik..."	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-14 22:38	5000	195475
18	Pokolgép - Hol van a szó	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-28 18:48	5000	184115
19	Aranyosi Ervin: Szeretni jöttem	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-04 18:33	5000	175696
20	Gondolom erre kivétel nélkül emlékezünk... Nyomj egy lájkot, ha Te is szeretted! :)	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-12 12:54	5000	169773
21	Égjen ez a gyertya azokért az édesanyákért , akiket már csak fájó szívvel, gondolat	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-17 21:56	5000	148221
22	Republic - Ha itt lennél velem	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-30 19:27	5000	147772
23	wow- ez egy mestermunka!	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-29 23:27	5000	146492
24	Máté Péter - Most élsz	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-22 17:52	5000	144989
25	Várnai Zseni: Úgy megnőttél, szinte félek	www.mindenegybenblog.hu	2016-05-12 23:21	5000	142795
26	Gödöllő főterén egy büfé kirakatában - Ha megéheztél, de nincs pénzed ételre, ne	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-20 14:24	5000	138756
27	Ok nélküli találkozások? Nincsenek!	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-16 17:29	5000	134046
28	Balázs Fecó - Érint meg	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-19 22:05	5000	129130
29	A Dalai Láma üzenete magyarul	www.mindenegybenblog.hu	2016-04-25 08:37	5000	129038
30	Tepsis rakott karaj, ahogy én készíttem fotókkal lépésről lépésre	www.mindenegybenblog.hu	2016-07-06 09:40	5000	127360

Nem nagy meglepetés, hogy a vizsgált témák közül a 2016-os olimpiáról jelent meg a legtöbb olvasnivaló, ami összesen 15 millió – megjelenésenként több, mint 200 – interakciót hozott a médiának. A második helyen körülbelül harmadennyi interakcióval a magyar válogatott és az Európa-bajnokság szerepel. A harmadik, dobogós helyre úszta magát Hosszú Katinka, aki alig marad el összes interakciót tekintve a magyar labdarúgó-válogatott mögött.

6. Összegzés: Márka-összemosódás és közösségi médiafölény

Milyen következtetéseket lehet levonni a két, a felhasználóktól és a tartalomfogyasztás követéséből származó kutatás eredményeiből a nemzetközi kutatások következtetéseivel összevetésben? Amíg a tartalomfogyasztást követő kutatásból elsősorban a felhasználók preferenciáira, addig az általuk szolgáltatott adatok egy részéből az attitűdjeikre lehet következtetni.

Az interakciók mérésének eredményei arra mutatnak, hogy a már eleve a Facebookra épült újabb tartalomszolgáltatók (mint Tibi atya, a Mindenegybenblog és Kasza Tibor) jóval nagyobb mennyiségű interakciót tudnak kiváltani a platformon, mint az úgynevezett hagyományos online médiavállalatok, amelyek tartalomszolgáltatásukat a Facebookon kívül elérhető tartalmakra alapozzák. Ez a jelenség érdekes párhuzamot alkot az online média korai történetével Magyarországon, amikor az akkori hagyományos médiavállalatok, a napilapok online felületei teljesítettek sokkal rosszabbul, mint a már eleve az internetre fejlesztett újabb szereplők (például az Index és az Origo).

Az is fontos körülmény, hogy milyen tartalmakkal lehet a legnagyobb interakciót elérni. Ha ezt vesszük szemügyre, látható, hogy a hagyományos mezőny (bár a határa kétségkívül nehezen húzható meg) legerősebb szereplői, a WMN és a Kolozsváros túlnyomórészt véleménycikkkel érnek el a kiugró mennyiségű interakciót. A felhasználóktól származó adatokból arra lehet következtetni, hogy egyfelől a hagyományos és a Facebookra specializálódott tartalmi csoportok

nem válnak el élesen a felhasználók értékelésében – a szerkesztettség mértéke tehát nem függ össze a hitelesség észlelésével. A leghitelesebbnek ítélt oldalak között például bár az első az Index (18 százalék szerint), a receptneked.hu és Tibi atya is a leghitelesebbek közé tartozik 12 százalék, illetve 10 százalék szerint. (Itt fontos megjegyezni, hogy a heavy usereknél a még erőteljesebb keveredés nem a felhasználás mennyiségével, hanem a demográfiai adatokkal magyarázható.) Ez utóbbi eredmény egybevág a Reuters Institute felmérésével is, amely szerint a platformalapú tartalomfogyasztás során a megosztott médiamárkák jelentős mértékben összekeverednek az olvasók fejében (Kalogeropoulos & Newman 2017). Ez a magyar felhasználók körében sincsen másképp.

A két kutatás eredményeit együtt tekintve az látszik, hogy a felhasználók rendkívül intenzíven használják a Facebookot a mindennapi tartalomfogyasztásuk során. A leginkább a szórakoztató és a véleménycentrikus tartalmakat osztják meg, és az észlelésükben nem különülnek el egymástól élesen a tájékozódás és a szórakozás funkciói. Milyen következményei lehetnek ennek a hazai online tartalomszolgáltatók jövőjére nézve? Tekintve, hogy ezek a tendenciák egyre erősödnek, az biztonsággal kijelenthetőnek tűnik, hogy a platformok térnyerése nemcsak az eddig ismert gazdasági módokon gyengíti a hagyományos médiavállalatok pozícióit, hanem a viszonylag új kulturális trendek is újabb kihívások elé állítják a kiadóvállalatokat. Túl az üzletimodell-válsággal sújtott média (Vékey 2015) hirdetési bevételeinek elhódításán és a kiadóvállalatok tartalmainak ellenszolgáltatás nélküli felhasználásán (MTE 2013), a hírfolyamon keresztül való hírfogyasztás mellékhatásai (mint a márka- és márkaérték-összemosódás vagy a szerző és a tabloidtartalmak egy platformon versengése) tovább gyengítik a globális és a hazai tartalomszolgáltatók pozícióit. Eközben az új szereplők eddig nem látott mennyiségű interakciót elérve kísérlelhetnek meg egy számukra fenntartható működési modellt kialakítani az átalakuló ökoszisztémában.

Irodalom

- Alexa (2016): Top sites in Hungary, <http://www.alexa.com/topsites/countries/HU> (letöltés: 2018. I. 19).
- Bell, Emily & Taylor Owen (2017): The Platform Press: How Silicon Valley reengineered journalism. Tow Center for Digital Journalism, https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php (letöltés: 2018. I. 19).
- Bell, Emily (2016): Facebook is eating the world. *Columbia Journalism Review*, 7 March, https://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php (letöltés: 2018. I. 19).
- Bodó, Balázs, Natalie Helberger, Kristina Irion, Frederik Zuiderveen Borgesius, Judith Moller, Bob van de Velde, Nadine Bol, Bram van Es & Claes de Vreese (2017): Tackling the Algorithmic Control Crisis—the Technical, Legal, and Ethical Challenges of Research into Algorithmic Agents. *Yale Journal of Law and Technology*, vol. 19, no. 1, pp. 133–180.
- Bohus Péter (2016): Soha, de tényleg soha nem találná ki, melyik volt az idén a leglajkoltabb cikk a magyar interneten. Index, december 29., http://index.hu/mindekozben/poszt/2016/12/29/soha_de_tenyleg_soha_nem_talalna_ki_melyik_volt_az_iden_a_leglajkoltabb_cikk_a_magyar_interneten/ (letöltés: 2018. I. 19).
- boyd, danah m. & Nicole Ellison (2007): Social Network Sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-mediated Communication*, vol. 13, no. 1, pp. 210–230, <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (letöltés: 2018. I. 19).
- Bodoky Tamás & Urbán Ágnes (2011): A Facebook hatása a hírfogyasztásra: közönségépítés helyett közösségépítés. *Információs társadalom*, 11. évf., 1–4. sz., 121–135. o.
- Enet (2015a): Breakthrough in mobile net usage: half of Hungarian Internet users keep the web in their pockets, <http://www.enet.hu/news/breakthrough-in-mobile-net-usage-half-of-hungarian-internet-users-keep-the-web-in-their-pockets/?lang=en> (letöltés: 2018. I. 19).
- Enet (2015b): Internet in Hungary: (dis)connecting families? <http://www.enet.hu/news/internet-in-hungary-disconnecting-families/?lang=en> (letöltés: 2018. I. 19).
- Eurostat (2015): Level of internet access – households, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/information-society/statistics-illustrated> (letöltés: 2018. I. 19).
- Eurostat (2017): Community survey on the ICT usage in households and by individuals. Idézi: European Commission – Use of Internet and ePrivacy report, Europe’s Digital Progress Report 2017.

- Facebook (2016): Government Requests Report, <https://govtrequests.facebook.com/> (letöltés: 2018. I. 19).
- Ferencz Bettina & Rétfalvi Györgyi (2011): Közösségi hálózatok és médiadisztribúció: a Nol.hu a Facebookon. *Médiakutató*, 12. évf., 3. sz., 34–55. o.
- Flaxman, Seth, Sharad Goel & Justin Rao (2016): Filter Bubbles, echo chambers and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, special issue, pp. 298–320.
- Fortunati, Leopoldina (2005): Mediatization of the Net and Internetization of the Mass Media. *International Communication Gazette*, vol. 67, no 1, pp. 27–44.
- Gemius (2014): Facts about Hungarian internet users, <https://www.gemius.com/agencies-news/facts-about-hungarian-internet-users.html> (letöltés: 2018. I. 19).
- Hanula Zsolt (2017) Kádár-kori nosztalgia hajtja a magyar internetet. Index.hu, május 12. http://index.hu/tech/2017/05/12/kadar-kori_nosztalgia_hajtja_a_magyar_internetet/(letöltés: 2018. I. 19).
- Helberger, Natalie & Damian Trilling (2016): Facebook is a news editor: the real issues to be concerned about. LSE Media Policy Project blog. Online: <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2016/05/26/facebook-is-a-news-editor-the-real-issues-to-be-concerned-about/>(letöltés: 2018. I. 19).
- Hermida, Alfred, Fred Fletcher, Darryl Korell & Donna Logan (2012): Share, Like, Recommend. *Journalism Studies*, vol. 13, nos. 5–6, pp. 815–824.
- Kalogeropoulos, Antonis & Eric Newman (2017): “I saw the News on Facebook” – Brand Attribution from Distributed Environments. Reuters Institute, Oxford, <http://www.digitalnewsreport.org/publications/2017/i-saw-news-facebook-brand-attribution-distributed-environments> (letöltés: 2018. I. 19).
- Kutatócentrum (2016): Social Media Report 2016, <http://www.kutatozentrum.hu/tanulmanytar/2016/cikk-30/social-media-report-2016> (letöltés: 2018. I. 19).
- KSH (2016): Hungarian Central Statistical Office: Statistical Reflections – Telecommunications, Internet, Q4, 2015. Online: <https://www.ksh.hu/docs/eng/xftp/gyor/tav/etav1512.pdf> (letöltés: 2018. I. 19).
- Lévai Richárd (2016): Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube Magyarországon 2016. márciusban [frissítve], <http://kozsegikalandozasok.hu/2016/03/06/facebook-instagram-linkedin-magyarorszagon-2016-marciusban/> (letöltés: 2018. I. 19).
- MTE (2017): Tartalomfogyasztás és -megosztás a Facebookon, http://mte.hu/wp-content/uploads/2017/05/MTE-LyZR_Elemz%C3%A9s.pdf (letöltés: 2018. I. 19).
- MTE (2016): Facebook-használati szokások, http://mte.hu/wp-content/uploads/2016/02/MTE_FB_201511_v2.pptx (letöltés: 2018. I. 19).
- MTE (2015): Online médiafogyasztás és szegénység, http://mte.hu/wp-content/uploads/2015/05/MTE_2015_online_mediafogyasztas_szegenyseg_V3.docx (letöltés: 2018. I. 19).
- MTE (2013): A globális online aggregátorok működésének hatása a hazai tartalomszolgáltatás iparági folyamataira, http://mte.hu/dokumentumok/PwC-MTE_TANULMANY_vegso_valtozat_2013.12.09.pdf (letöltés: 2018. I. 19).
- Napoli, Philip M. & Robyn Caplan (2017): Why media companies insist they’re not media companies, why they’re wrong, and why it matters. *First Monday*, vol. 22, no. 5, 5 May, <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7051/6124> (letöltés: 2018. I. 19).
- Negroponete, Nicholas (1995): *Being Digital*. New York: Knopf.
- OECD (2016): Country statistical profile: Hungary, http://www.oecd-ilibrary.org/economics/country-statistical-profile-hungary_20752288-table-hun (letöltés: 2018. I. 19).
- Pariser, Eli (2011): *The Filter Bubble*. New York: Penguin.
- Pew (2014): How Social Media is reshaping news. (Monica Anderson – Andrea Caumont), <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/09/24/how-social-media-is-reshaping-news/> (letöltés: 2018. I. 19).
- Pew (2016): News Use Across Social Media Platforms. (Jeffrey Gottfried – Elisa Shearer), http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/05/PJ_2016.05.26_social-media-and-news_FINAL-1.pdf (letöltés: 2018. I. 19).
- Rayson, Steve (2016): The Most Viral Content of 2016: Thirty Examples of Insanely Shareable Content. Buzzsumo, 7 December 2016, <http://buzzsumo.com/blog/go-viral-lessons-shared-content-2016/> (letöltés: 2018. I. 19).
- Reuters Institute (2016): Digital News Report, http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf?utm_source=reutersinstitute.politics.ox.ac.uk&utm_medium=referral (letöltés: 2018. I. 19).

- Similarweb (2016): Top 50 sites in Hungary for all category, <https://www.similarweb.com/country/hungary> (letöltés: 2018. I. 19).
- Tófalvy Tamás (2014): A közösségi háló felbomlása és a tartalom felemelkedése – Az iWiW halálára. *Kontent blog*, http://kontent.blog.hu/2014/06/29/a_kozossegi_halo_felbomlása (letöltés: 2018. I. 19).
- Tófalvy Tamás (2017): „Nem tudtuk, hogy az internet következő 10 éve arról fog szólni, amit akkor csináltunk” – Az iWiW története. *In Medias Res*, 2. évf., 8. sz., 372–385. o.
- Tófalvy Tamás (2017b): Social Media – Hungary. In: *Online around the World: A Geographic Encyclopedia of the Internet, Social Media, and Mobile Apps*, pp 118–121. ABC-CLIO, USA.
- Tremayne, Mark (2017): The Facebook Agenda: Global social media news characteristics. *American Communication Journal*, vol. 19, no. 1, pp. 25–35.
- Vékey Zoltán (2015): Üzletimodell-kihívások a lapkiadás piacán. *Médiakutató*, 16. évf., 2. sz., 65–71. o.
- Zuiderveen Borgesius, Frederik, Damian Trilling, Judith Möller, Balázs Bodó, Claes de Vreese, & Natalie Helberger (2016): Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, vol. 5, no 1.

Kulcsszavak

Facebook, digitális média, tartalomfogyasztás, internet, közösségi média

Abstract

Usage pattern in a Facebook-dominated Hungarian digital content ecosystem

Facebook has become the most important content distributor platform globally, thus in the Hungarian digital media ecosystem as well. The relationship between the platform, which functions as the largest aggregator platform next to Google, and ‘traditional’ online media companies (content providers) is particularly controversial. Based on the data made available by two recent Hungarian research projects and a comparison of these with international research findings, this paper looks at two specific areas. On the one hand, it asks the question of what the main trends are in content sharing and interactions on Facebook and what conclusions could be drawn from these trends. On the other hand, that of what users’ attitudes are towards content consumption on Facebook, and what effect Facebook may have on the perception of content providers’ brands and content. The data on Hungarian Facebook content consumption patterns is mainly derived from two research projects which were commissioned by the Association of Hungarian Content Providers, funded by the Media Council of the National Media and Infocommunications Authority, and carried out by NRC Research and IyZR.

Tófalvy Tamás PhD, kultúrakutató, kommunikációs szakember, tanácsadó. A kommunikációs technológiák és a kultúra interakciójával, valamint a digitális tartalomipar közpolitikáival és stratégiájával foglalkozik. A BME Szociológia és Kommunikáció Tanszékének egyetemi adjunktusa, a CEU Center for Media, Data and Society kutatója, a Magyar Online és Digitális Médiatörténet (MODEM) projektvezetője, az MTA Médiatudományi Kutatócsoportjának tagja. 2013–17 között a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete főtitkára, 2012–13-ban a Columbia Egyetem Fulbright-ösztöndíjas kutatója, 2011–12-ben az Indiana University Bloomington Rézler Gyula ösztöndíjas kutatója volt. 2017-ben két könyve is megjelent: *A digitális jó és rossz születése: Technológia, kultúra és az újságírás 21. századi átalakulása és Túl a szubkultúrán, és vissza: Populáris zenei színterek, műfajok és az internet* címmel.

Őcsény a Facebookon: a viták tartalomelemzése

A magyar belpolitikai klímát tükröző őcsényi eset – egy menekülteket üdültető program kudarca a helyiek ellenállása miatt – Facebookon folytatott vitáit dolgoztam fel. A fő kérdésem az volt, hogy mennyiben tapasztalható politikai oldalak szerinti szelektív befogadás a kommentelők között, illetve mennyiben polarizálódott a vita, és mi lehet ennek a magyarázata. A tartalomelemzés során azt találtam, hogy a kormánykritikus és a kormányközeli hírforrások közönsége között jelentős mértékű az átfedés, legalábbis a kommentelők tekintetében. A vitákra jellemző a dialogikus szerkezet, de indulatosak és erősen polarizáltak. Ezután egy nyitott kérdéssel vizsgáltam, miként ítélik meg a vitát a résztvevők. Azt találtam, hogy az erős polarizáltság zavarja a megszólalókat, és a politikai elitnek, valamint a médiának tulajdonítják a megosztottságot.

Bevezetés: szelektív befogadás és szűrőbuborékok

A deliberatív hagyomány szerint az élénk vita a demokratikus társadalom lényegi eleme (Habermas 1962/1993). Az elmúlt években gyakran fogalmazódott meg az az aggodalom, különösen a deliberatív politikai diskurzushagyomány támogatói között (Viķe-Freiberga et al. 2013), hogy a nagy médiakinálat és az egyénre szabott tartalmakat nyújtó perszonalizáció a nyilvános tér fragmentálódásához és a nézetek polarizálódásához vezet. A kábeltelevíziók megjelenése után, különösen pedig az internet berobbanásával kialakult médiabőség korában az egyének kiválaszthatják az érdeklődésüknek és attitűdjeiknek leginkább megfelelő médiacsatornákat és termékeket, és a politika iránt nem érdeklődők ki tudják kerülni a politikai tartalmakat (Prior 2013). A szelektív befogadás elmélete (Klapper 1960) szerint így a befogadók csökkentik a kognitív disszonancia veszélyét, de döntéseik révén „információs burokba” kerülnek, amelyben csak az őket érdeklő és a sajátjukkal egybehangzó nézetekkel találkoznak.

Ezzel egy időben a technológiában erősödik a személyre szabás igénye és lehetősége. Így például 2009 óta a Google-keresések is személyre optimalizált találatokat adnak, míg a Facebookon egy viselkedésünkre építő bonyolult algoritmus határozza meg, milyen posztok jelenjenek meg a hírfolyamunkban. Ezeket az algoritmusokat nevezte Eli Pariser szűrőbuboréknak (*filter bubble*, Pariser 2011). Az új perszonalizációs technológiák úgy pre-szelektálják a hozzánk jutó információt, hogy senki nincs annak tudatában, miről marad le, mit szűr ki az algoritmus, és milyen alapon ajánl tartalmakat. Pariser ezért fogalmazta meg az *algoritmikus transzparencia* igényét.

A szelektív befogadás és a szűrőbuborékok feltételezett hatása az, hogy a politikai közösségekben sokkal kevesebb esély és lehetőség nyílik a közös valóság kialakítására és megvitatására, miközben csökken annak az esélye is, hogy a miénktől eltérő véleményekkel találkozunk, mint a földi sugárzású televíziók fénykora idejében. Cass Sunstein (2009a) szerint ez növeli a politikai polarizációt, és szélsőségesebb nézetek kialakulásához vezet, mint egy változatosabb médiamenü, amely rendszeresen szembesít minket tőlünk távol álló tényekkel vagy véleményekkel.

A szakirodalom jelenleg megosztott annak megítélésében, hogy mennyire előrehaladott a fragmentálódás folyamata. Zuiderveen Borgesius és munkatársai (2016) szerint a szűrőbuborékok még csak mérsékelt hatással vannak a személyes médiafogyasztásra, míg a szelektív befogadás nem új jelenség. Eszter Hargittai és munkatársa (2008), valamint Aaron Shaw és munkatársa (2012) az amerikai politikai blogok hálózatát elemezve úgy találta, hogy a Sunstein által megjósolt „visszhangkamra” (a szakirodalom *echo chamber*nek nevezi azt a kommunikációs környezetet, amelyben az egyén nagy valószínűséggel a saját véleményét hallja vissza másoktól) nem teljesen zárt: vannak áthivatkozások a politikailag ellentétes póluson állók között, noha ezek többsége püfölhető „szalmabábként” (*strawman*) szolgál, csak kis részük

érdemi reakció a felkínált érvekre. Több empirikus kutatás is hangsúlyozza, hogy a hírfogyasztó közönségek között nagy az átfedés, és a társas hálózatokon keresztül fogyasztott hírek aránya még csekély a közvetlenül felkeresett és általában főárambeli, viszonylag kiegyensúlyozott híroldalakhoz és televíziós híradókhoz képest (Prior 2013, Rao 2016). Damian Trilling és munkatársai egy 2016-os holland vizsgálatban találtak ugyan szelektív befogadást, de polarizációt nem – mint mondják, a vélemények polarizálódására talán nagyobb az esély egy kétpártrendszerű demokráciában, ahol eleve erőteljesebb a politikai polarizáció.

Magyarországon viszonylag erős és növekvő a politikai polarizálódás (Körösi 2012), és az elérhető hírforrások is világosan feloszthatók kormánykritikus és kormánypárti hangneműekre (Bátorfy 2017), így azt várhatjuk, hogy erőteljesebben érvényesül a szelektív befogadás/hírkeresés elve és az ehhez kapcsolható *polarizálódási spirál* is. 2017 szeptemberében gyűjtöttem olyan Facebook-vitákat, amelyek az ősényi esethez kapcsolódtak, hogy megvizsgáljam a kormányt támogató, illetve a kormánnyal szemben kritikus nézetek közti polarizálódás és a szelektív hírbefogadás mértékét.

Tartalomelemzés: átfedő közönségek

A Tolna megyei Őcsényben 2017 nyarán a menekülteket segítő civil szervezet, a Migration Aid menedékjogot kapott menekülteket szándékozott nyaraltatni egy helybeli vállalkozó panziójában. Az ezt ellenző helyi lakosok (akik között egyes források szerint távolabbról érkező jobbikosok is voltak) egy falugyűlésen hevesen kikeltek a terv ellen, megfenyegették a panzióst, és gépkocsijának kerekeit másnapra virradóra kiszúrták. A polgármester az ügy következtében lemondott, míg a panziós elállt a nyaraltatás tervétől. Orbán Viktor miniszterelnök egy nyilatkozatban megértéséről és támogatásáról biztosította a tiltakozó Őcsényieket, és nem határolódott el az erőszaktól sem.

A vitákat úgy választottam ki, hogy egy-egy hírforrás viszonylag objektív beszámolójához fűzött hozzászólásokat kerestem a Facebookon 2017. szeptember utolsó napjaiban és október legelején. Az Index.hu, a Kettős Mérce, az mno.hu, a blogstar.hu, a Pesti Srácok és a 888.hu Facebook-oldalain zajló vitákat emeltem ki. Az ezeken az oldalakon linkelt cikkek feleltek meg annak a kritériumnak, hogy beszámoljanak az Őcsényiek reakcióiról és Orbán magatartásáról is. A kiválasztott viták tartalmát a Facebookról Word programba másoltam át, majd a Dedoose tartalomelemző szoftver online szolgáltatásával tartalomelemzést végeztem az összesen 1224 hozzászóláson.

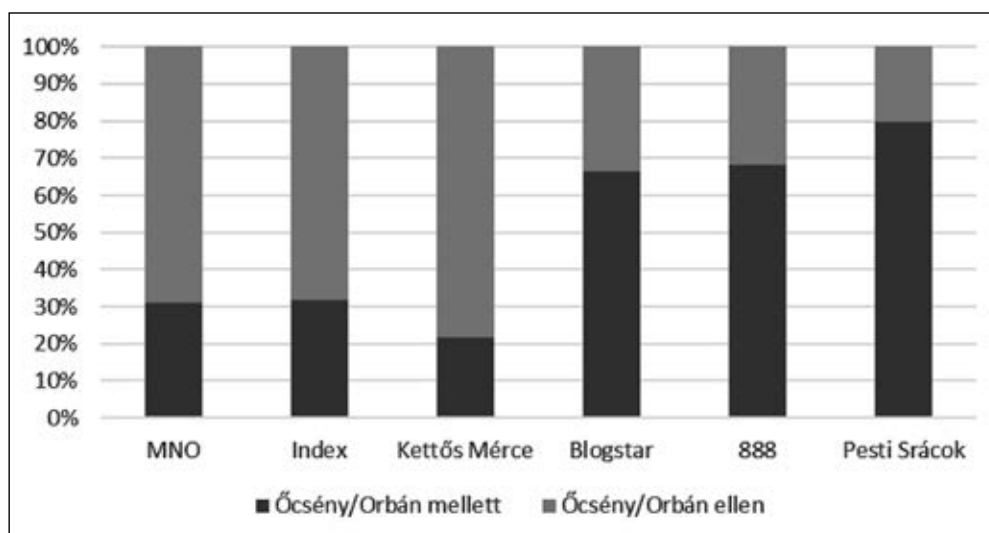
Egy-egy hozzászóló időnként többször is megnyilvánult, de a kódolás egységeként az egyes megnyilatkozást kezeltem. Besoroltam a hozzászólásokat aszerint, hogy támogatták vagy ellenezték-e Orbán, illetve az Őcsényiek reakcióit (semleges megszólalást csak néhányat találtam). Kódoltam az érvek és a témák típusait, azt, hogy a hozzászólás valaki más hozzászólására érkezett válasz volt-e, illetve hogy személyeskedő volt-e. Ahol volt nemzetközi összehasonlításra alkalmas kódrendszer (például a személyeskedés, illetve a durva hangnem megítélésénél), ott az összehasonlításra használt cikkek kritériumait használtam (lásd alább). A témák kódolásához ilyen összehasonlítás nem állt rendelkezésemre, így igyekeztem a visszatérő főbb témákat azonosítani a teljes vitaanyagban. Ezek a visszatérő témák az általánosság más-más szintjén álltak. Így például saját kategóriát kapott a menekültek vagy az Őcsényiek általános elmarasztalása, a velük kapcsolatos negatív tartalmú megnyilatkozás, ha ez volt a megragadható közös nevező több hozzászólásban, és saját kategóriát kapott egy-egy olyan megjegyzés is, amelynek tartalma ennél sokkal konkrétabb (például arra hívja fel a figyelmet, hogy az Őcsényiek logikájából az következne, hogy a turizmust be lehet tiltani, vagy azt állítja, hogy az Őcsényiek mellett szól az a megfontolás, hogy a menekültek között potenciális terrorista is lehet). Így értelemszerűen nem teljesen összemérhető kategóriákat kaptam, és a logikailag kidolgozottabb érveket a tématerkép felvázolásának érdekében összevontam a kevésbé kidolgozott érvekkel vagy megnyilatkozásokkal.

A szelektív befogadás elmélete alapján azt vártam, hogy a kormányt támogató hírforrások oldalait inkább a kormánnyal rokonszenvező emberek követik, míg a kormánykritikus hírforrások közönsége inkább kormánykritikus. A viták elemzése valóban azt mutatta, hogy a kormányoldali (Pesti Srácok, 888, Blogstar) és a kormánykritikus (Index, Kettős Mérce, Magyar Nemzet Online) sajtócikkekhez fűzött hozzászólások többsége egyező attitűdű hozzászólóktól érkezett – de nem a túlnyomó többségük. Az Orbán-, illetve Őcsény-párti, valamint az ezekkel ellentétes megnyilatkozások számát és arányát az 1. táblázat és az 1. ábra mutatja.

1. táblázat
Az Orbán- és az Őcsény-párti, illetve az ezekkel ellentétes megnyilatkozások

	Kormánypárti média	Kormánykritikus média
Orbán-, ill. Őcsény-párti megjegyzés	348	221
Orbán, ill. Őcsényt kritizáló megjegyzés	114	532
Semleges megjegyzés	5	4

1. ábra
Hozzászólások megoszlása alapattitűd szerint



A Magyar Nemzet Online (mno.hu) és az Index esetében hasonlóan, valamivel 30 százalék felett van az őcsényieket és Orbánt támogató hozzászólások aránya. Ennek tükörképét mutatja a Blogstar és a 888 cikkeihez fűződő vita, míg a Pesti Srácok és a Kettős Mércé vitája inkább 20–80 százalékos megoszlású. Mivel az Indexet a Publicus Intézet 2017-es felmérése szerint¹ a magyarok többsége függetlennek látja, míg a Magyar Nemzet önmagát konzervatív lapként határozza meg, több, a kormány migránspolitikájával rokonszenvező, középen álló vagy akár jobboldali szavazó is követheti ezeket az oldalakat. De a kifejezetten jobboldali Blogstaron és a kormányhoz közel álló 888-on is megjelenik 30 százalékos kormánykritikus hozzászólás. Ez arra vall, hogy *legalább a kommentelők körében van átjárás a kormánykritikus és a kormánypárti média között.*

Kmetty Zoltán (2013) „Diskurzusok, nexusok és politikai részvétel” című doktori disszertációjában egy TÁRKI-felmérés alapján úgy becsüli, hogy a magyar internetezők 7,8 százaléka oszt meg politikai jellegű tartalmat valamilyen közösségi hálózaton (ennél frissebb adatot a kommentelőkre vonatkozólag nem találtam). Meglepő módon ez a tevékenység nem függ össze a politikai érdeklődés fokával, de jellemzőbb azokra, akiknek politikailag heterogén a kapcsolati hálójuk, és a kommentelők liberálisabbak, illetve magasabb a választási részvételi hajlandóságuk.

1 Publicus Research: Médiafogyasztási szokások és egyes médiumok politikai megítélése, *Publicus Research*, 2017. május 21., http://www.publicus.hu/blog/mediafogyasztasi_szokasok_es_egyeb_mediumok_politikai_megitelese/ (letöltés: 2017. XI. 12.).

Bene Márton (2014) felmérése szerint pedig az online kommentelők hajlamosabbak véleményvezéri szerepet felvenni vagy kapni a környezetüktől. A kommentek tehát nem reprezentálják a tágabb magyar közönséget, csak egy speciális szegmensére világítanak rá. Ezzel együtt is megállapíthatjuk, hogy bár nyilvánvalóan van a szelektív befogadásnak szerepe a cikkek közönségének alakulásában, meglehetősen nagy azok aránya, akik alapattitűdükkel ellentétes cikkhez vagy megjegyzéshez szólnak hozzá. *Semmiképpen nem beszélhetünk teljesen elszigetelődő visszhangkamráról még egy ilyen éles vitában sem.* Az arányok egybecsengenek a Publicus már idézett közvélemény-kutatásával, amely szerint a megkérdezettek fele tájékozódik időnként saját meggyőződésével ellentétes irányultságú forrásból, de csak negyedük teszi ezt rendszeresen.

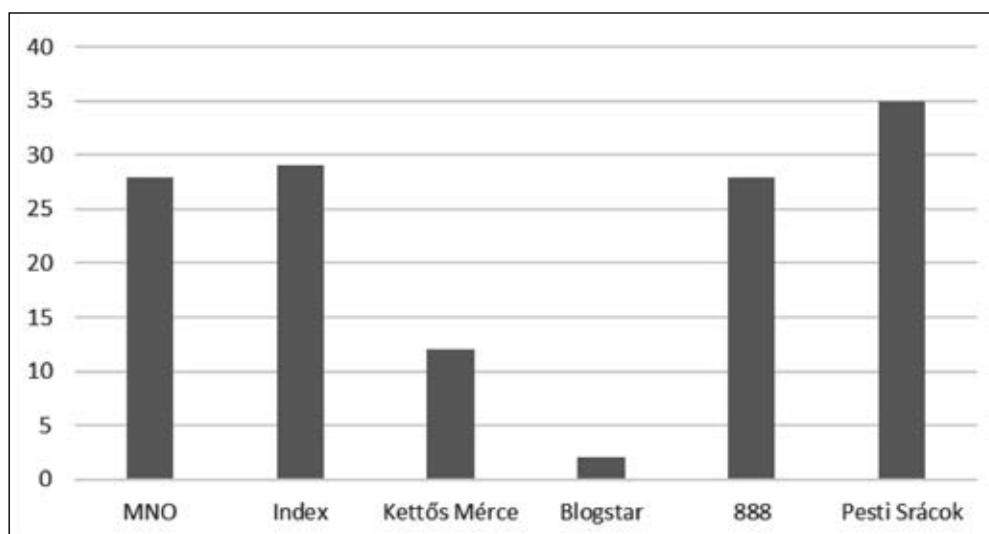
Általános következtetést a vitákból nem vonhatunk le arra nézve, hogy a közönségek közötti átfedés mennyiben akadályozza a polarizálódást vagy segíti a deliberatív elvek érvényesülését. Azt a kérdést azonban feltehetjük, hogy ebben a speciális szegmensben mennyiben érvényesülnek az eltérő nézetekkel való találkozás feltételezett pozitív hatásai.

Deliberatív vita vagy liberális flaming?

A deliberatív hagyományban a vita minőségének egyik mutatója az, hogy mennyire interaktív, dialogikus, és mennyiben tartalmaz személyeskedéseket, tehát a vitapartneret becsmérő, tőle a tiszteletet megtagadó állításokat. Az 1224 kódolt megnyilatkozásból 608 válaszként érkezett valaki más bejegyzésére, és erre explicit módon utalt is (nem tekintetem válasznak azt, ami egy hozzászóláshoz kapcsolódó számban jelenik meg, de nem válaszol explicit módon egy másik megjegyzésre). Ez a magas interaktivitási arány megerősíti, hogy a kommentelők nagy figyelmet szentelnek egymás hozzászólásainak (Ziegele et al. 2014). E válaszok közül 175 személyeskedő. Személyeskedő bejegyzésnek tekintetem azt a megnyilatkozást, amely egy vitapartnerre negatív jelzőt alkalmaz, személyében támadja, vagy akár csak a helyesírását hánytorgatja fel. Nem kódoltam személyeskedésként, ha a vita tárgyával kapcsolatban írt valaki durvaságot. Személyeskedés társulhatott érdemi válasszal is. Ez a 14 százalékos arány véleményem szerint nem kiugróan magas (lásd a 2. ábrát).

2. ábra

Vitapartneret becsmérő hozzászólások aránya



Összehasonlításként idézhetjük Ian Rowe (2015) tanulmányát, aki a Washington Post kommentjeit elemezte az újság honlapján és a Facebookon, és 34,5, illetve 32,4 százaléknál durva, udvariatlan kommentet talált. Rowe vizsgálatában a kommentek 13 százaléka irányult kifejezetten a vitapartner ellen, vagyis volt az általam használt értelemben

személyeskedő. Kevin Coe és munkatársai (2014) azt találták egy amerikai napilap fórumain, hogy a „kemény”, politikai jellegű hírtartalmakhoz kapcsolódó hozzászólásokban 29 százalék a személyeskedő, durva (*uncivil*) megszólalások aránya. Zizi Papacharissi (2004) pedig 30 és 50 százalék közti arányban talált udvariatlan (*impolite*) megszólalást a Usenet politikai fórumokban. Mivel Coe módszertana a politikai szereplőkkel kapcsolatos durva megfogalmazásokat is az „uncivil” tartalmak közé sorolta, a személyeskedő megjegyzésekhez az itt vizsgált mintában hozzá kell adnunk az „orbánozást” és az őcsényiek vagy más szereplők becsmélését. Így a durva hangnemű tartalom aránya a magyar anyagban 37 százalékra emelkedik, valamivel magasabb, mint a Kevin Coe által mért érték, de összehangban van Zizi Papacharissi Usenet- és Ian Rowe Washington Post-elemzésével.

Zizi Papacharissit (2004) követve különbséget tehetünk uncivil és udvariatlan viselkedés között; az uncivil a demokráciával össze nem férő viselkedésmódot vagy állítást jelenti. Papacharissi csak azt tekinti a demokráciával össze nem férő viselkedésmódnak, amikor egy hozzászóló kirekesztő, egy csoportot megbélyegző, a politikai közösségből kizáró módon nyilatkozik, nem is feltétlenül udvariatlanul. Ilyen megnyilatkozásból mindössze 15-öt regisztráltam (példa egy Őcsény-párti hozzászólótól: „Ez a fórum a tökéletes példa, hogy miért is kellene cenzushoz kötni a választójogot. A demokrácia a csőcselék uralma.”)

A vita deliberatív minőségének másik mutatója az érvek változatossága és racionális minősége. Vincent Price és munkatársai (2013) azt találták, hogy az ellenkező nézeteknek kitett emberek érvkészlete bővebb, jobban tudnak érvelni, és jobban fel tudják idézni a saját álláspontjukkal kapcsolatos ellenérveket is. Ennek alapján azt várhatjuk, hogy a saját attitűdjükkel ellenkező médium vitájához hozzászólók érveinek kidolgozottsága jobb. Mivel azonban nem végeztem kvantitatív vizsgálatot, amely az érveket kidolgozottságuk szerint sorolja be, ezt ebben a cikkben nem tudom igazolni. Ehelyett egy tématerkép kirajzolására törekedtem a kódolás során.

Az őcsényi reakciókat és Orbán erre adott válaszát egyaránt átfogó komplex üggyel kapcsolatban 160 féle témát különítettem el, amelyeknek ugyanakkor nem mindegyike érv, és különösen nem mindegyike jó érv. A csoportosítás módszertanából eredően – mivel a közös nevezőt kerestem – a témák nem azonos súlyúak. A logikailag kidolgozottabb érvek, amelyek éppen specifikusságuk miatt kevésbé vonhatóak össze, a kisebb súlyú témák közé kerültek. Ugyanakkor ez a gyakoriság alapján való csoportosítás lehetőséget ad arra, hogy képet kapjunk a viták visszatérő elemeiről. A leggyakoribb témák közé tartozott az általános állásfoglalás Orbánnal szemben (169 eset, jórészt a nem kormánypárti sajtóhoz kapcsolódva), vagyis az „orbánozás”: „Ha neked valaki beverné a suttyó fejedet, az lenne egyedül csak számodra érthető vélemény, Bölcs Vezér?”; „Ő a legfőbb gyújtogató.” Ezt követi távolról, 55 esettel az őcsényiek általános elutasítása: „szégyenei az országnak”, „középkori sötétségben tengődő jobbágyfalu.” Ezután szerepel az az érv, hogy Orbán uszítást követ el, 53 említéssel. Ezt az általános menekültellenesség (47 db): „csűrhe nép”; „ide ne is jöjjenek”; valamint az őcsényi tiltakozók melletti kiállás (37 db): „az őcsényiek jól döntöttek”; „Hajrá Őcsény” követi.

Gyakori volt az az érv, amely szerint az üdülés Magyarország által hivatalosan menedékben részesített embereknek szólt volna (37 db), valamint az általános Orbán melletti kiállás (36 db). A gyakori témák közé tartozik az is, hogy Orbán önbíráskodásra szólított fel (33 db), továbbá az, hogy az őcsényiek reakciója azt jelzi, hogy „az emberek buták” (32 db). Ezt követi az a felszólítás, hogy fogadja be személyesen a vitapartner a menekülteket, ha nagyon akarja, illetve az az érv, hogy a menekültek között jelen vagy jövőendő terroristák lehetnek (26 db), majd az Európa iszlamizálódásával vagy „elfoglalásával” kapcsolatos aggodalom (26 db). Sorban ezután jönnek a Migration Aiddel vagy más civil szervezettel (22 db), illetve Soros Györggyel szembeni (21 db) megnyilatkozások. Tizenhétszer szerepel az az állítás, hogy Orbán egymással fordít szembe magyarokat, valamint az az érvelés, hogy az őcsényieknek joguk van véleményt nyilvánítani, illetve ez valamiképpen a demokrácia része.

Tizennégyyszer hánytorgatták fel a hozzászólók a letelepedési kötvényeket. Ugyancsak tizennégyyszer hivatkoztak arra, hogy inkább magyar rászorulókat kellene segíteni. Tizenhárman hívták fel a figyelmet arra, hogy a panziós saját tulajdonú ingatlanában azt csinál, amit akar. Tizenketten teszik fel a kérdést, hogy tulajdonképpen mitől fél a falu. Ugyanennyien fogalmaztak meg általában a menekültek iránt empatikus hozzászólást. Tizenegyen tekintették tudatos provokációnak a Migration Aid tervét, és tízen írták az, hogy egyszerűen félnek a menekültektől. A tíz hozzászólásnál ritkábban előforduló témákat nem ismertetem, de megjegyzem, hogy ezek közt éppúgy vannak a deliberatív hagyomány értelmében is érvnek nevezhető megnyilatkozások, mint indulatvezérelt vagy a témától eltérő megjegyzések.

A témák e rövid áttekintése azt mutatja, hogy deliberatív szemszögből nézve *kevés érdemi érv szerepelt* akár a pró, akár a kontra oldalon. A legtöbb hozzászólás magva inkább valamilyen *indulat vagy félelem* volt. Az Orbán-ellenes (és melletti) megnyilatkozások kiemelkedő aránya a politikai perszonalizálódás szerepére világít rá: személyes megnyilatkozása erősebben tematizálta a vitákat, mint az ügy más vonatkozásai. Különösen feltűnő, hogy Orbán elutasításához képest a menekültek melletti kiállás vagy az irántuk tanúsított empátia viszonylag ritkán nyilvánult meg, s a Migration Aid tevékenységének pozitív értékelése is ritka volt.

Deen G. Freelon (2010) Lincoln Dahlberg (2001) nyomán úgy érvel, hogy az online viták nem feltétlenül deliberatív motivációval zajlanak, így helyesebb megkülönböztetni liberális-individualista, komunitárius és deliberatív vitákat. A liberális-individualista vita inkább az önkifejezésre, a komunitárius egy mi-csoport felépítésére és fenntartására helyezi a hangsúlyt az érvelés helyett. A fenti Facebook-vitákat Freelon osztályozásában is nehéz elhelyezni, mivel a liberális vitaműfajok és a deliberatív vita keverékét mutatják. Az ellenkező nézetten lévőkkel folytatott párbeszéd a deliberatív műfaj sajátja, a liberális-individualista műfajok inkább monológok (vagy szidalmak) sorozatai.

Elit és polarizáció

Eddig amellet érveltem, hogy a híroldalak itt vizsgált kommentálóra nem jellemző az extrém szelektivitás, így ez polarizáltságukat sem magyarázhatja. A vitában részt vevők felét, minden vitából a Facebook által előre sorolt megszólalókat, 185 főt egyenként kerestem meg a Facebookon egy rövid kérdőívvel, amelyre 20 százalékuk válaszolt. Az önszelekció következtében ez a 37 válasz nem reprezentatív, és egyébként is kicsi a minta, így óvatosan kell kezelni a belőle levonható következtetéseket.

A válaszadók négyötöde egy híroldalnál többet is követ, és ötvennégy százalékuk kormánypárti és kormánykritikus oldalnak egyaránt követője, ami egybecseng Bene Márton (2014) véleményvezér-hipotézisével. (Elképzelhető ugyanakkor, hogy közülük az a négy fő, aki az Index, Origo, 444 hármast követi, egyszerűen csak nem tartott lépést a magyar médiában végbemenő politikai átrendeződésekkel.) A válaszadók nyolcvanhét százaléka hetente többször is olvassa mások hozzászólásait, tehát a kommentek fogyasztása ugyanolyan hangsúlyos, mint az eredeti hír fogyasztása. Hetvenhárom százalékuk mondta azt, hogy hetente többször maga is ír hozzászólást, a fennmaradó huszonhét százalék pedig havonta többször kommentel. Kilencvenöt százalékuk inkább egyetért azzal, hogy „jó érvekkel engem is meg lehet győzni”, és hetvenhat százalékuk azzal is, hogy „érdekelnek a tőlem eltérő vélemények”. Hatvanöt százalékuk szerint „felmerülnek új szempontok egy vitában”. A válaszadók többsége tehát kifejezetten a deliberatív elvárásoknak megfelelően írja le magát.

Egy nyitott kérdéssel kérdeztem rá a vita megítélésére: „Önt azért kerestük meg, mert részt vett egy őcsényi esettel kapcsolatos vitában szeptember végén. Kifejtené, hogy milyen élmények érték ebben a vitában? Meg tudott győzni valakit? Vagy módosult az Ön álláspontja?”

Hat választ idézek csak, a vita két oldaláról. Az őcsényiekkel, illetve Orbánnal szemben kritikát megfogalmazó válaszadók szerint:

„Nem pontosan emlékszem az őcsényi esettel kapcsolatos vitára, ellenben ez kifejezetten az az eset volt, ahol az emberi butaság keveredett a rendszerszintű gonoszsággal és az egész eredménye egy máig vitatott ellenállás lett. Egy ilyen környezetben nehéz intelligens érvekkel, mondjuk egy gőzölgő kávé mellett vitatkozni, meg úgy meggyőzni bárkit is. És, ha már itt tartunk, a magyar társadalom ma úgy egészében nem az, amely nyitott lenne az emelkedett diskurzusokra..., a magyar társadalom ma a Balkánt jelenti és nagyjából Albánia szintjén is van.”

„Ez sokkal nagyobb probléma. Az eset az egy apró porszem ebben a témában. Bár most ez világít rá az egészre. Órákig lehetne írni hogy mi vezet vezetett idáig hogy ide jut a közgondolkodás és ez csak annyira a felszín hogy ezt itt így meg sem lehet vitatni. A legtöbb kommentelőnek fogalma sincs az egészről csak egy demagógot fúj folyamatosan.”

„Nagyon elkeserített. Már 12 éve élek Angliában és mindig nagy öröm hazatérni. Valószínűleg haza is települök rövid időn belül. Eppen ezért aggodom egyre jobban az otthoni alapok miatt. Egymás ellen fordult sok barátom meg a családokon belül is tapasztalom azt a megosztottságot, amit a politikusaink okoztak! Ruhellem (tudnak rosszabb szót is) az összes magyar politikust. Leginkább azokat akik éppen uralkodnak vagy már uralkodtak!”

A másik oldalon érvelők szerint:

„Felháborító volt számomra, hogy mindenki az Őcsényieket szapult. Egy zárt közösségről beszélünk, mindenki tudja, illetve tudniuk kellene, hogy vidéken a falvakban, a kisebb városokban teljesen másképp élnek az emberek. Az egy más világ, nem lehet összehasonlítani a nagyvárosi élettel. Nem tudtam meggyőzni senkit, mert bár azt írják, írták hogy az Őcsényiek egy gyűlöletpropaganda részei, észre sem veszik, hogy mennyi gyűlölet van öbennük. Mindig is ez volt, a migráns kérdés előtt is, de ez senkit nem érdekel. Mármint, hogy marják egymást a magyarok, ami számomra nagyon szomorú. Igazából az indexnél és a 444-nél nagyobb megosztó erő szerintem nincsen, az olvasói már ott tartanak, hogy egyenlőséget vontak a magyar zászló és egy szar között. Saját szememmel láttam, de nem gondolkodnak el. Ez természetes számukra, ha valaki ezt kérdőre vonja, akkor náci, vagy turbó magyar pfff. Nem lehet velük érdemben kommunikálni, és ezzel a gyűlölettel estek neki az Őcsényieknek is. Mikor kinek esnek neki, elég ha az index, vagy a 444 megadja valakire a kilövési parancsot.”

„Nagy a kontraszt egy ösztönösen gondolkodó, csak alapinformációkat befogadó, józan paraszti ésszel gondolkodó vidéki, és a városi, minden média által agy mosott, íróasztal mögötti fotelszamaráj reakciója, véleménye között. Ebben a témában összeegyeztethetetlen álláspontúak, reménytelen vállalkozás a meggyőzés. Álláspontom nem módosult.”

„Nem módosult a véleményem, ami általában spontán szokott lenni. Emögött az eset mögött is egy politikai összezapás van. Úgy látom, hogy manapság nem a józan ész dominál, hanem a pártszimpátia mindkét oldalon.”

A viták többi válaszoló résztvevője hasonlóan kiábrándult beszámolót adott.

Következtetések: szenvedünk a megosztottságtól?

Bár maguk a vizsgált magyar viták nem voltak extrém módon civilizálatlanok vagy udvariatlanok az amerikai mérésekhez viszonyítva, és volt átfedés a közönségek között, a pozíciók polarizáltsága és indulati szintje magas volt. Damian Trilling és munkatársai (2016) feltevése szerint Hollandiában a bevándorlás kérdésével kapcsolatban végzett szelektív befogadásos kísérletük azért nem mutatott nagyfokú polarizálódást, mert az ottani sok pártot átfogó térben a holland válaszadók többsége középre húz. A magyar politikai tér inkább az amerikaiakra hasonlít abban, hogy a politikai, illetve a médiaelit polarizáltsága vezérli a politika iránt érdeklődők állásfoglalásait is. Ettől azonban – ha hihetünk a visszajelzéseknek – a magyar közönség tagjai szenvednek.

Irodalom

- Bakshy, Eytan, Salomon Messing & Ada L. Adamic (2015): Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, vol. 58, no. 4, pp. 707–731.
- Barberá, Pablo, John T. Jost, Jonathan Nagler, Joshua A. Tucker & Richard Bonneau (2015): Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber? *Psychological Science*, Advance online publication.
- Bátorfy Attila (2017): Az állam foglyul ejtésétől a piac fogvatartásáig. *Médiakutató*, tavasz–nyár, 7–30. o.
- Bene Márton (2014): Véleményvezérek az Interneten: az állampolgárok közti online politikai kommunikáció és hatásai. In: A. Gergely András (szerk.): *Struktúrafordulók: Üdvözlő kötet Róbert Péter 60. Születésnapjára*, 28–75. o. Budapest: MTA TK Politikatudományi Intézet.
- Borgesius, Frederick J. Zuiderveen, Damian Trilling, Judith Moeller, Balázs Bodó, Claes H. de Vreese & Natalie Helberger (2016): Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review: Journal on Internet Regulation*, vol. 5, no. 1, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2758126 (letöltés: 2017. XI. 11.).
- Coe, Kevin, Kate Kenski & Stephen A. Rains (2014): Online and uncivil? Patterns and determinants of incivility in newspaper website comments. *Journal of Communication*, vol. 64, no. 4, pp. 658–679.
- Dahlberg, Lincoln (2001): The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere. *Information, Communication & Society*, vol. 4, no. 4, pp. 615–633.
- Flaxman, Seth R., Sharad Goel & Justin M. Rao (2014): Filter bubbles, echochambers, and online newsconsumption. *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, no. S1, pp. 298–320.
- Freelon, Deen G. (2010): Analyzing online political discussion using three models of democratic communication. *New Media & Society*, vol. 12, no 7, pp. 1172–1190.
- Habermas, Jürgen (1962/1993): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása: vizsgálódások a polgári társadalom egy kategóriájával kapcsolatban*. Budapest: Századvég.
- Hargittai, Eszter, Jason Gallo & Matthew Kane (2008): Cross-ideological discussions among conservative and liberal bloggers. *Public Choice*, vol. 134, no. 1, pp. 67–86.
- Klapper, Joseph T. (1960): *The effects of mass communication*. New York: Free Press.
- Kmetty Zoltán (2013): *Diskurzusok, nexusok és politikai részvétel*. Doktori disszertáció, http://tatk.elte.hu/file/kmetty_disszertacio_vegleges.pdf (letöltés: 2017. XI. 12.).
- Knobloch-Westerwick, Silvia & Jingbo Meng (2011): Reinforcement of the Political Self Through Selective Exposure to Political Messages. *Journal of Communication*, vol. 61, no. 2, pp. 349–368.
- Körösényi András (2012): A politikai polarizáció és következményei a demokratikus elszámoltatásra: Magyar Politika 1990–2010. *Working Papers in Political Science*, 1012/1, Budapest: MTA TK PTI.
- Papacharissi, Zizi (2004): Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New Media & Society*, vol. 6, no. 2, pp. 259–283.
- Pariser, Eli (2011): *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin.
- Price, Vincent, Joseph N. Cappella & Lilach Nir (2002): Does disagreement contribute to more deliberative opinion? *Political Communication*, vol. 19, no. 1, pp. 95–112.
- Prior, Markus (2013): Media and political polarization. *Annual Review of Political Science*, vol. 16, pp. 101–127.
- Rowe, Ian (2015): Civility 2.0: A comparative analysis of incivility in online political discussion. *Information, Communication & Society*, vol. 18, no. 2, pp. 121–138.
- Shaw, Aaron & Yochai Benkler (2012): A tale of twoblogospheres: Discursivepracticesontheleft and right. *American Behavioral Scientist*, vol. 56, no. 4, pp. 459–487.
- Stroud, Natalie J. (2010): Polarization and partisan selectiveexposure. *Journal of Communication*, vol. 60, no. 3, pp. 556–576.
- Sunstein, Cass R. (2001): *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- Sunstein, Cass R. (2009a): *Goingtoextremes: How like minds unite and divide*. New York: Oxford University Press.
- Sunstein, Cass R. (2009b): *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.

Trilling, Damian, Marijn Van Klingerén & Yariv Tsfati (2016): Selective exposure, political polarization, and possible mediators: Evidence from the Netherlands. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 29, no. 2, pp. 189–213.

Ziegele, Marc, Timo Breiner & Oliver Quiring (2014): What creates interactivity in online news discussions? An exploratory analysis of discussion factors in user comments on news items. *Journal of Communication*, vol. 64, no. 6, pp. 1111–1138.

Vike-Freiberga, Vaira, Herta Däubler-Gmelin, Ben Hammersley & Luís Miguel P. Pessoa Maduro (2013): *A free and pluralistic media to sustain European democracy*, <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf> (letöltés: 2017. XI. 11.).

Kulcsszavak

szelektív befogadás, politikai polarizálódás, Facebook, Őcsény

Abstract

The Őcsény debate on Facebook: A content analysis

This paper examines Facebook debates on a Hungarian news story about the resistance of Hungarian villagers to an NGO's initiative to offer refugees a few days' rest in a village inn. It focuses on evidence of selective exposure along political lines and the degree of polarisation. The content analysis shows a considerable overlap between audiences of news sources critical of and loyal to the government. Participants engage in dialogue, even though their comments are emotional and highly polarised. A short questionnaire was also addressed to participants, asking them to evaluate the debate. It found that they resented polarisation and attributed it to the impact of political elites and the media.

Babarczy Eszter 2012-ben szerzett doktori fokozatot a PTE Kommunikációtudományi Doktori Iskolájában. Jelenleg a Moholy-Nagy Művészeti Egyetem adjunktusa. Kutatási területe a mikrotörténelem és a politikai polarizáltság Magyarországon.

Drakula és a médiumok¹

Drakula médiumidegensége két kortárs vámpírfilm tükrében

Bram Stoker *Drakula* című regényében az 1890-es években modernnek számító médiumok szinte mindegyike megtalálható a fonográfól az írógépen át egészen a távíróig. Az 1980-as évek óta folyamatosan jelennek meg olyan elemzések, amelyek a regényben szereplő médiumokra, ezeknek a történetben betöltött funkcióira és szimbolikus jelentésükre fókuszálnak. Ezek az írások Drakula grófot általában atavisztikus, médiumidegen figuraként látatják, és egyetértenek abban, hogy a modern médiumok jelentős mértékben hozzájárulnak a vámpír legyőzéséhez. E tanulmány azt vizsgálja, hogy a kortárs vámpírfilmek miként kapcsolódnak ebbe a diskurzusba. Első szakaszát ennek az örökségnek az áttekintése alkotja. Ezt követi két kortárs vámpírfilm, a *Hétköznapi vámpírok* (2014) és *A vámpír árnyéka* (2000) elemzése. E két film közös vonása, hogy a vámpírok médiumidegensége mellett a médiumok vámpírszerűségét is színre viszi. Az efféle paradoxitás Stoker írásában is megfigyelhető.

1. Bevezetés: Ismételés és variáció Drakula ábrázolásaiban

Nina Auerbach kétségtelenül helyesen állapította meg már az 1990-es évek közepén, hogy miközben mindnyájan ismerjük – vagy azt hisszük, ismerjük – Drakulát, voltaképpen rengeteg Drakula létezik (Auerbach 1995). Az elmúlt húsz év tovább erősítette e kijelentés érvényességét: a kortárs horrorfilmekben éppúgy, mint napjaink vámpírregénytermésében a Bram Stoker teremtette vérszívó gróf újabb és újabb manifesztációival találkozhatunk. Azonban az is kétségtelen, hogy Drakula különböző változatai gyakran hordozzák ugyanazokat a személyiség- és karakterjegyeket, a különböző alkotók a megrajzolásában előszeretettel ismételnék bizonyos vonásokat. Az alábbiakban ezek közül vizsgálom meg egyet közelebbről, nevezetesen Drakula médiumidegenségét, a modern technikai vívmányokkal szembeni viszonyát.

Előbb áttekintem, hogy Bram Stoker 1897-es regényében miként jelenik meg Drakula és a médiumok kapcsolata. Ezután bemutatom, hogy az itteni tapasztalatok miképp hasznosíthatók két kortárs vámpírfilm elemzése során. Végül a két film elemzéséből levont következtetésekkel visszatérek a regény értelmezéséhez, hogy rámutassak, ezek tanúságai miként befolyásolják a regény különböző olvasatait.

A technika és a tudomány kérdései már Stoker korában szoros kapcsolatban álltak a médiumok szűkebb körével (amelyen például a táviratot, a naplót és az újságot érthetjük). Ezt az összefonódást nemcsak az magyarázza, hogy az új médiumok maguk is tudományos felfedezések és technikai találmányok révén jöttek létre, hanem az is, hogy a szűkebben nem mediális sajátosságok is médiumként kezelendők. Ehhez elsősorban Marshall McLuhan (1964/1994) tág médiafogalma jelenthet olyan ernyőt, amely ezeket a jelenségeket együtt, kapcsolatukban, nem elkülönülten tudja megmutatni. McLuhan számára a médiumok az ember kiterjesztései: például a kerék a lábfejé, az elektronikus hálózat az idegrendszeré, a ruha és a ház a bőrünké, a nyíl a kezünké és a kézfejünké stb. Az alábbiakban a médium fogalmát ebben a tágabb értelemben használom; így lehetséges, hogy a *Drakula* elemzése során egymás mellé kerülnek olyan eszközök, mint például a filmfelvevőgép, a könyv és a postakocsi.

¹ A jelen írás *A másság terei. Kulturális tér-képek, érintkezési zónák a kortárs magyar és román filmben és irodalomban* című OTKA NN 12700 pályázat keretében készült.

2. A médiumidegen Drakula

Ahhoz, hogy megtapasztaljuk, milyen félelmet keltenek a technikai médiumok Drakulában, nem kell horror-rajongónak lennünk: a vámpír gróf e tulajdonságát más műfajú, a fiatalabb korosztályoknak készült alkotások is felhasználják. Például a 2012-ben bemutatott *Hotel Transylvania – Ahol a szörnyek lazulnak* (Genndy Tartakovsky, *Hotel Transylvania*) című animációs filmben Drakula gróf egy szállodát igazgat, amelynek elsődleges célja, hogy emberektől mentes környezetben biztosítson kikapcsolódási lehetőséget minden fáradt szörnynek. Nem csoda hát, hogy amikor a film egyik főszereplője, a fiatal amerikai turista, Jonathan felbukkan az épületben, Drakula halálra rémül: egy ember jelenléte botrányhoz vezetne, foltot ejtene a szálloda jó hírnevén. A gróf a hivatlan vendéget megpróbálja elrejteni a szálló lakói elől, ezért betuszkolja egy raktárhelyiségbe, ahol – veszedelmes fegyverek után kutatva – alaposan átvizsgálja a hátizsákja tartalmát. Először egy mosatlan póló rémíti meg – hiába, úgy tűnik a penetráns szagok, mint amilyen a fokhagymáé is, két vállra fektetik a vérszívókat –, nem sokkal később pedig egy mobiltelefon borzolja az idegeit. A film egyértelműen jelzi, hogy a gróf nem ismerős a modern médiumok világában, a szerkentyűt először „kínzóeszköznek”, majd „titkos gondolatolvasónak” bélyegzi, végső diagnózisa pedig jól mutatja, milyen veszélyesnek tartja az efféle kütyüket: „Gyilkos, mint a napfény.” A jelenet – a film néhány további hasonló utalásával megtámogatva – világos üzenetet hordoz: a *Hotel Transylvania* Drakulát médiaanalfabétának mutatja be, aki az emberi világtól elvonulva nem tart lépést annak technikai fejlődésével, feltehetően ezért is érzi fenyegetőnek a modern technikai vívmányokat.

A film érdekessége, hogy miközben pozitív, jószívű, szerethető hősként ábrázolja Drakula grófot – tehát szembe megy a stokeri hagyománnyal –, a vámpír megformálása során végig szem előtt tartja a korábbi *Drakula*-adaptációkban előforduló vérszívó külső megjelenésének és személyiségének legmeghatározóbb jegyeit (ilyen a fekete haj, a sötét köpeny, a vértelen arc, az időnként vörös, lángoló szempár, az ellentmondást nem tűrő, zsarnoki személyiség, aki előszeretettel manipulál és téveszt meg másokat stb.). Így egyszerre bizonytalanítja el, ugyanakkor erősíti is tovább a köztudatban élő Drakula-képet. Új megvilágításba helyezi a grófot, de a fontosabb attribútumok felhasználásával tovább táplálja a Drakula-hagyományt. Kérdés, hogy ennek a hagyománynak meghatározó aspektusa-e Drakula médiaidegensége? Drakulát csak technikailag visszamaradott karakterként lehet-e elképzelni, olyan lényként, aki egy adott kor új médiumaihoz képest mindig egy korábbi fejlettségi szintet képvisel?²

Drakulának ezt a vonását már Stoker 1897-es regényében is felfedezhetjük. A *Drakula*-kutatásban meglehetősen konszenzus uralkodik (Wicke 1992, Kittler 1997, Byron 1998a, Fleissner 2000, Pedlar 2003, Stiles 2006, Punter 2007) a gróf és a médiumok viszonyát illetően. Akik a *Drakula* elemzése során a regénynek ezzel az aspektusával foglalkoztak, általában egyetértettek abban, hogy a mű diegetikus világában újnak számító médiumoknak és médiatechnikáknak kitüntetett szerepük van a vámpír elleni harcban (Byron 1998a). A vámpírvadászok egyebek között azért győzedelmeskednek az erdélyi gróf felett, mert ellenfelükkel szemben – aki ragaszkodik a jól megszokott, ám kissé már poros médiumokhoz – ismerik koruk legmodernebb technikai vívmányait, és ezek előnyeit ki is használják a vámpírral folytatott harc során (Stiles 2006). Amikor a vámpírvadászok listába szedik, hogy mik az erősségeik a vámpírral szemben, külön kiemelik, hogy ők rendelkeznek a „tudomány forrásaival” (Stoker 1897/2006: 249).

Ezt a legkézzelfoghatóbban a gróf és a vámpírvadászok által használt közlekedési eszközök jelzik. Drakula az utazás hagyományos formáiban bízik: ha hosszabb utat kell megtennie, szárazföldön a postakocsit vagy a hintót, tengeren a vitorlás hajókat részesíti előnyben (Anglia partjait a Demeter nevű szkúneren éri el, és a Katalin cárnő nevű vitorlásra utazik, amikor visszamenekül Erdélybe). A vámpírvadászok ezzel szemben a gőzhajtású közlekedési eszközökre esküsznek, előszeretettel utaznak vonaton és gőzhajón (az üldözés során Párizsból Várnába az Orient-expresszen jutnak el, ahonnan

2 Drakulának a kortárs moziban gyakori, mégsem kizárólagos az efféle ábrázolása Cole Haddon 2013 februárja és 2014 januárja között bemutatott „Dracula” című sorozata éppen azzal hoz újat a megszokott Drakula-ábrázolásokhoz képest, hogy vérszívó hőst a korabeli technikai vívmányok, újítási lehetőségek megszállottjaként mutatja be, aki többek között egy korai gyártmányú automobilon közlekedik, és a vezeték nélküli villanyvilágítás kifejlesztésén munkálkodik. Ez a megoldás talán annyiban problémás, hogy a sorozat szerint Drakula több száz évig fekszik eszméletlenül egy koporsóban, és csak a történet kezdete előtt néhány évvel éled újra, így mindössze ez a rövid idő áll rendelkezésére, hogy szert tegyen a legmodernebb ismeretekre.

– megtudva, hogy Drakula egy dereglyén utazik – „gőzbárkával” erednek a vámpír nyomába).³ Ráadásul a hagyományos és a modern közlekedési eszközök közötti különbséget, ezek alá- és fölérendeltségét a vámpírvadászok meg is fogalmazzák, még ha nem is teljesen explicit módon. Amikor a Van Helsing vezette kis csapat megtudja, hogy a vámpír a Fekete-tengeren egy vitorlás hajóval igyekszik Várnába, a professzor rögtön megnyugtatja társait: „Vitorlás hajóval utazni sok időbe kerül, mert az sose nagyon gyors; de ha mi elindulunk [vonattal], gyorsabban partra érünk, és már ott fogjuk várni” (Stoker 1897/2006: 329). Közben Van Helsing látszólag a vízi és a szárazföldi utazást állítja szembe egymással, valójában magát a vitorlás hajóval történő utazást minősíti lassúnak. Később Jonathan Harker boldogan jegyezheti fel egy gőzhajó fedélzetén, hogy „lehagynak minden vízialkotmányt, nagyot és kicsinyt” (Stoker 1897/2006: 368).

Érdemes megjegyezni, hogy nemcsak a választott közlekedési eszközei keltik azt a hatást, hogy a gróf egy korábbi korhoz tartozik, hanem az ezekre az eszközökre alkalmazott szóhasználata is. Jonathan Harkernek címzett első levelében Drakula biztosítja az angol ügyvédjelöltet, hogy foglalt számára egy helyet a Bukovinából induló „delizsánszra” ([*diligence*] Stoker 1897/2006: 19; 1998: 34). Később, amikor búcsút vesz Harkertől, ugyanezt a szót használja: „Miután ők távoztak, előáll a [kocsim], és elviszi önt a Borgói-hágóhoz, ahol megvárhatja a Bukovinából Bistritzbe tartó [delizsánszot]” (Stoker 1897/2006: 63). A „delizsánsz” a mai olvasó számára valószínűleg archaizáló kifejezésként hat. Arra, hogy ez a regény nyugati karaktereinek is idegen, abból következtethetünk, hogy Harker a Drakula kastélyához vezető útja során következetesen „postakocsit” használ a „delizsánsz” helyett (lásd például Stoker 1897/2006: 34, 35, 39, 40). Drakula így nemcsak a választott közlekedési eszközei tekintetében tűnik visszamaradottnak a nyugati szereplőkhöz képest, hanem azáltal is, ahogy ezekről beszél.⁴

A vámpír és a vadászai által használt közlekedési eszközök különböző technikai fejlettsége olyan vonása a regénynek, amelyet a filmes adaptációk is előszeretettel használnak fel. A legjobb példája ennek a John Badham rendezte 1979-es *Drakula*, amely egy szabályszerű autósüldözésben jeleníti meg ezt az ellentétet. A film vége felé a Drakula hatalma alá került Lucy egylovas hintóval igyekszik a vámpír kastélyához, ám a vámpírvadászok autóba pattannak, és pillanatok alatt elé vágznak, megakadályozva ezzel a nő tervét.

Ez az ellentét a vámpírvadászok technológiai naprakészsége és a gróf elmaradottsága között azonban nemcsak a közlekedési eszközökben érhető tetten. A vámpír elleni harcot más médiumok is befolyásolják. Ahogy arra Glennis Byron is felhívja a figyelmet, a történet során „a táviró, az írógép, a fonográf, a vasút és az újságok nélkül a szükséges információkat nem lehetne összegyűjteni, összevetni és továbbadni” (Byron 1998a: 22). Máshol pedig így fogalmaz:

„Bram Stoker *Drakulája* szinte kérkedik modernségével: a távirótól, az írógéptől és a telefontól a gyorsírásig, a fonográfig és a Kodak fényképezőgépig mindent felvonultat: be van ágyazva a viktoriánus világ egyre bővülő információs technológiájába [...] Újságkivágások, távirók, hajónaplók, napló bejegyzések, levelek, interjúk – mind egymás mellé kerülnek Mina három példányban elkészített gépelt kéziratában. Még Drakula is tisztában van az adatgyűjtés szükségességével, és mohón kutatja a benne rejlő erőt” (Byron 1998b: 12).

David Punter továbbgondolva Byron elképzelését, megállapítja, hogy „[a] fejlődésnek ezek az elemei éles ellentétben állnak Drakula figurájával, aki a hatalom ősi gyökereihez tapad”, és arra a következtetésre jut, hogy „a regény végül a modern technológia felsőbbségét demonstrálja egy korábbi világrend felett” (Punter 2007: 36).⁵

3 A Drakula és a vámpírvadászok által preferált közlekedési eszközök koloniális szempontból is megközelíthetők. Bényei Tamás Kipling egyik elbeszélését, a *Krisna Mulvaney megtestesülését* elemezve jegyzi meg, hogy a történetben „ironikus ellentét feszül [...] két jármű, a dinamikus – angol – vasút és az önmagában mozdulatlan – bennszülött – hordszék között” (Bényei 2011: 203). Stoker regényében hasonló ellentét feszül, ha nem is ennyire élesen. A Drakula koloniális megközelítéséről bővebben lásd Arata (1990).

4 A Drakula szóhasználatára vonatkozó megállapításokat a Glennis Byron szerkesztette, 1998-as *Dracula* kiadásra alapoztam. A dolgozatomban szereplő *Drakula*-idézetek Sóvágó Katalin 2006-os fordításából valók, mivel azonban ez a verzió a „delizsánszot” és a „postakocsit” szinonimaként használja, ezen a helyen változtattam a fordításon. Érdemes viszont megjegyezni, hogy Sóvágó fordítása a „kocsi” („*carriage*”) helyett sok esetben az „ekvipázs” szót használja. Bár az angol eredetiben ez sem a Drakulához, sem a Harkerhez köthető szövegrészekben nem fordul elő, mégsem rossz választás, a következetes használatával ugyanis hangsúlyozni lehet Drakula archaizáló nyelvhasználatát.

5 Lásd még Fletcher (2013: 57).

A *Drakulában* az információt közvetítő technológiák és a lejegyző technikák valóban meghatározóak a vámpír elleni harcban.⁶ Jonathan Harkernek már a gróf kastélyában az életét menti meg (vagy legalábbis elnapolja a rá leselkedő veszélyeket), hogy gyorsírással vezeti naplóját, és Minának címzett levelét is ezzel a technikával írja. Így a levél hiába kerül Drakula kezébe, a „különös jeleket” nem tudja dekódolni, ezért nem képes kikövetkeztetni Harker tervét – ha tudná, mire készül a fiatal ügyvédjelölt, valószínűleg ott helyben végezne vele. De az információk titkosításánál a regényben fontosabb az információk összegyűjtése, kiválogatása és sokszorosítása. Nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy egészen addig, amíg Mina össze nem gyűjti a többi szereplő naplóját, hogy összerendezze és több példányban lemásolja azokat, az olvasó az egyetlen, aki abban a kitüntetett helyzetben van, hogy értesül a történet minden mozzanatáról, és nyomon követheti a gróf tetteit, míg a szereplők sötétben tapogatóznak, nem lát(hat)ják az összefüggéseket. Csak akkor alkothatnak teljes képet a helyzetükről, amikor kézhez kapják és elolvassák a Mina által készített másolatokat. Hogy mekkora fenyegetést is jelent Drakula számára ez a másolat, azt a legpontosabban Van Helsing metaforikus megszólalása fejezi ki: „Ez az írás olyan, mint a napfény!” (Stoker 1897/2006: 194). Miközben ez a mondat elsősorban arra utal, hogy milyen megvilágító erejű a professzor számára Mina naplója, azaz új megvilágításba helyezte a történeteket, a papírhalmot egy olyan elemmel (a napfényvel) hasonlítja össze, amely veszélyes a grófra, korlátozza annak szabadságát.

Az alábbiakban azt vizsgálom meg, hogy a kortárs vámpírfilmek miként örökítik tovább és értelmezik újra Stoker regényének ezt a jellegzetességét, a vámpír médiaidegenségét. Az elemzés során a Jemaine Clement és Taika Waititi rendezte 2014-es ausztrál vámpírfilmre, a *Hétköznapi vámpírokra* (*What We Do in the Shadows*) és E. Elias Merhige *A vámpír árnyéka* (*Shadow of the Vampire*, 2000) című horrorfilmjére támaszkodom. E két kiemelt film alapvető tendenciát jelöl ki a közelmúltbeli vámpírfilmeket illetően: az első főleg a történet szintjén teszi kérdéssé a vámpír modern technológiához és médiához való viszonyát, látszólag megtartva ezek különválasztását; a másik inkább metaszinten, a médiumok és a vérszívók összemosásával reflektál erre a jelenségre.

3. Vérszívók és médiumok a kortárs vámpírfilmekben

3.1. Hétköznapi vámpírok

A *Hétköznapi vámpírok* négy halhatatlan vérszívó (Vladislav, Viago, Deacon és Petyr) történetét meséli el, akik az új-zélandi Wellingtonban élnek, elvonultan a külvilágtól. A helyiek egészen addig nincsenek tisztában a jelenlétükkel, amíg egy forgatócsoport fejébe nem veszi, hogy dokumentumfilmet készít az érdekes teremtményekről. A stáb tagjai feszületekkel szerelkeznek fel, és mindenhova követik a vámpírokat.

A vámpírizmus és a médiumok kapcsolata szempontjából a film legfontosabb szereplője Vladislav. Karaktere megrajzolásában a film érdekes megoldást választott: több vonása emlékeztet a történelmi és a Stoker által megírt Drakula alakjára, ugyanakkor karakterének bizonyos elemei mintha szándékosan nem akarnának beleilleni ebbe a párhuzamba. A neve rögtön megidéri a 15. századi havasalföldi vajdát, Vlad Ţepeş; a kinézete is kísértetiesen hasonlít rá: vállig érő hosszú fekete haj, dús bajusz, az alsó ajak alatt rövid szakáll. A bemutatkozása is beleillik a Vlad Ţepeşről kialakult képbe: kegyetlen uralkodóból lett vámpírrá, aki arról volt nevezetes, hogy „embereket kínozott”, „mindenféle tárgyakat szurkált másokba”. A ragadványneve (Bökő [*Poker*]) is könnyen összefüggésbe hozható Vlad ragadványnevével, a Ţepeşsel, amely „karóba húzót” jelent. De nemcsak Vlad Ţepeşről, hanem Stoker Drakulájától is kölcsönöz néhány vonást: ilyen például a három vámpírőr, akiket az ír szerző teremtett meg, de a történelmi Drakula körüli legendákban nem fordulnak elő. Ám Vladislav születési idejével már problémák adódnak: a film szerint a 862.

⁶ Thomas Richards szerint: „A tizenkilencedik század végén alapvető módon változtak meg a birodalomról alkotott képzetek és fantáziák: az ekkor írt gyarmati témájú elbeszélésekben, amelyek szinte rögeszmésen foglalkoznak a tudás megszerzésének, továbbításának és ellenőrzésének módozataival, már nem a katonai erő, hanem az információ, a tudás tartja fenn a rendet” (idézi Bényei 2011: 203). Richards egyik példája az ilyen típusú irodalmi szövegre éppen a *Drakula*, amellyel kapcsolatban elég egyértelműen fogalmaz: „A *Drakulában* a szörnyet az információk alapos ismeretének a segítségével pusztítják el” (Richards 1993: 5).

évében jár, tehát a történelmi Drakulával ellentétben nem a 15., hanem a 12. században született. Az ilyen apró eltérésekkel – amelyekből akad még jónéhány – a film azt a benyomást kelti, hogy most kapunk először betekintést a vámpírok igazi életébe: filmekből, olvasmányainkból nyerhettünk némi információt róluk, ezek egy része igaznak is bizonyulhat, de teljes valójukban csak most, ebben a „dokumentumfilmben” nézhetünk szembe velük.

Vladislav jellemzéséből természetesen nem hiányozhat az sem, hogy „ódivatú elveket vall”. A fent leírtak alapján tudhatjuk, ez tökéletesen beleillik abba a képbe, amelyet Stoker rajzolt Drakuláról, és amelyet a legtöbb esetben a regény filmes adaptációi is megerősítenek. Így hát Vladislav hiába alternatív Drakula-figura, aki sok tekintetben eltér Stoker vérszívó grófjától, a médiumokkal kapcsolatban nem kerülheti el a sorsát. Egy alkalommal este a városban hipnotikus képességeit szeretné bemutatni az operatőrnek, ezért ablakokon belesve keres magának megfelelő alanyt a kísérlethez. Az első kiszemelt áldozat egy nő, aki háttal ül az ablaknak, és tévét néz. Ám Vladislav hiába suttogja felé a bezárt ablakon keresztül, hogy „Nézz rám!”, a nő nem fordul meg. Ennél az esetben a vámpír még azzal magyarázkodik, hogy abból a szögből, ahol állt, „sosem szúrta volna ki” a nő, így másik áldozat után néz. Másodszorra egy idősödő férfival próbálkozik, aki srégen szemben ül az ablakkal, és az ölében tartott laptopjával foglalatostkodik. Vladislav szólítására ő sem reagál, ám a vámpír nem blamáhatja magát újabb kudarccal, ezért „hipnotikus képessége” alkalmazása közben megkocogtatja az ablakot – ezzel sikerül is felhívnia magára a férfi figyelmét.

A médiumok szempontjából a két jelenet legfontosabb eleme, hogy mindkét kudarccal végződő hipnóziskíséret közben az alanyokat valamilyen modern technológiai vívmány köti le: az elsőt egy tévé, a másodikat egy laptop. Így ez a két jelenet mintha arra is igyekezne felhívni a néző figyelmét, hogy a vámpír képességét a modern médiumok gátolják, pontosabban: a modern médiumok védelmet biztosítanak a vámpírral szemben, immunissá tesznek. A *Hétköznapi vámpírok* ebben a tekintetben tehát továbbviszi Stoker *Drakuláját*, más körülmények között, más médiumokkal, de megismétli az ott lefektetett szabályt: a korabeli technikai vívmányok győzedelmeskednek a vámpír fölött. Nem véletlen, hogy a *Hétköznapi vámpírok* négy vérszívója Vladislav kudarca után megismerkedik Stival, az informatikussal, és elkezd elszajátítani a modern médiumok és a hozzájuk kapcsolódó programok, alkalmazások használatát a mobiltelefontól a laptopon és a digitális fényképezőgépen át az internetig és a Skype-ig. Miközben a film a szükséges ismeret és tudás elsajátítását mulatságosan mutatja be, a háttérben valójában komoly fegyverkezés folyik. A vámpírok – észelve a médiumok jelentette veszélyt – próbálják áthidalni ezt az akadályt. A tanulás célja tehát nemcsak az, hogy Vladislav néhány jópofa képet készíthessen magáról, vagy hogy Viago a Skype-on keresztül beszélhessen öreg inasával, hanem az is, hogy a médiumok birtokbavételével visszaszerezhessék a hatalmukat az emberek felett.

Nem szabad azonban megfeledkeznünk arról, hogy a televízió elsődleges funkciója a filmnézés, amelyet laptopon is könnyen megtehetünk. Ezzel ugyanis Drakula és a modern médiumok érdekes paradoxonánál kötünk ki: hiszen miközben a mű világán belül a filmnézés (mint technika) és a filmnézésre alkalmas eszközök (mint médiumok) gátolják a vámpírt törekvéseiben, addig mi, nézők minderről filmnézés közben, egy vámpírfilmből szerzünk tudomást. A tévé és a laptop itt tehát kettős hatalommal bír: véd a vérszívókkal szemben, de tovább is örökíti őket. Azonban médiapesszimista nézőpontból ez a védelem is megkérdőjelezhető. Vladislav kudarcát úgy is értelmezhetjük, hogy azért nem sikerül a kiszemelt áldozatokat hipnotizálnia, mert ezt a médiumok már elvégezték helyette, a tévé és a laptop már delejező hatalma alá vonta őket, az ő hipnózisa ezért nem sikerülhet.⁷ Így a *Hétköznapi vámpírok* a médiumok vámpírszerűségét hangsúlyozza, a film egy olyan tulajdonsággal ruházza fel a médiumokat, amely a vámpírnarratívákban eredetileg a vérszívóhoz kötődik. Ebbe a témába *A vámpír árnyéka* kínál közelebbi bepillantást.

7 A televízió „megbabonázó és magával ragadó hatalmára” már Marshall McLuhan is felhívta a figyelmet. A „Televízió: a félénk óriás” című írásában a tévét hűvös médiumnak nevezi, amely magához vonja a nézőt, és annak nagyfokú bevonódását, részvételét igényli (lásd McLuhan 1964/2007: 866–886).

3.2. A vámpír árnyéka

A *vámpír árnyéka* a Friedrich Wilhelm Murnau rendezte *Nosferatu, avagy a borzalom szimfóniája* (*Nosferatu, eine Symphonie des Grauens*, 1922) fiktív forgatóstörténetét mutatja be, amelynek pikantériáját az adja, hogy Murnau egy igazi vámpírnak adja Orlok gróf szerepét. A cselekmény a filmtörténetnek abban a hőskorában játszódik, amikor a filmművészetnek a többi művészet között még meg kellett szilárdítania a helyét. A film legelején a női főszereplő, Greta Schröder meg is jegyzi, hogy sokkal szívesebben maradna a színháznál, mintsem hogy filmszerepet vállaljon. A színház és a film közötti különbséget a következő metaforával világítja meg: „A színházi közönség étellel tölt meg, de ez, ez a gép csak kiszívja belőlem.”⁸ Ezzel a film már a történet legelején párhuzamba állítja a felvevőgépet és a vámpírt. Ez két szempontból is érdekes: egyrészt a 2000-es évek elején E. Elias Merhige jogosan jelöli meg a filmet olyan médiumként, amely örök életre és mindenki fölötti uralomra tör; ugyanakkor azáltal, hogy a történetet az 1920-as évekbe helyezi, mintha azt sugallná, hogy ez az a pillanat, amikor a film válik a legvámpírszerűbb médiummá, amikor az örök élet útjára lép. Ebből a szempontból talán az sem mellékes, hogy a történet során több szereplő is drogokat használ – amelyeket injekcióval adnak be. A drogok és a vámpírizmus kapcsolatára itt most nincs mód kitérni, csupán arra szeretném felhívni a figyelmet, miként helyezi e két entitás mellé *A vámpír árnyéka* a mozgóképet, ugyanolyan elhatalmasodó, egyre nagyobb teret hódító függőségként ábrázolva, mint a másik kettőt. (A film fiktív világában, 1921-ben egyébként csak három évet kell várni, hogy Balázs Béla [2005: 13] papírra vesse ezt a párhuzamot: „A mozinak semmi köze a műveltséghez. Kábítószert, akár az alkohol.”)

A vámpírizmus és a film (mint médium) összefonódása szempontjából *A vámpír árnyékának* két jelenete bír különös jelentőséggel. Elsőként az a rövid epizód, amelyben a Hutter és Orlok gróf közötti üzleti tárgyalást veszi fel a stáb. A két szereplő egy asztalnál ül, a gróf papirokat lapozgat, amikor Hutter újabb iratokat halász elő a táskájából. Eközben kiejt egy medáliont, amelyen – a *Nosferatu* forgatókönyve szerint – a felesége látható. Mikor az Orlok gróft alakító Max Schrek megpillantja a nőt, a következőket mondja elbűvölten: „Óh, csodálatos mellei vannak.” A kamerát kezelő Murnau és a forgatókönyvíró erre a kijelentésre elképednek, dühbe gurulnak (bár a felvételt nem állítják le!). Első ránézésre a reakciójuk teljesen indokoltnak tűnik, hiszen a vámpír megszólalása nem egyeztethető össze az általa megformált karakter motivációjával, látszólag tönkreteszi a jelenetet. Nem szabad azonban megfeledkeznünk arról, hogy mindez nem egy hangos-, hanem egy némafilm forgatásán történik. A készülő film szempontjából teljesen lényegtelen, hogy Schrek mit mond, a nézők úgysem fogják hallani. Sőt, ha a film készítői a vágás során megfelelő feliratot helyeznek el utána, egészen más jelentéssel tölthetik meg ezt az egyszerű (öszöntszerű) kijelentést. Korai filmelmélet-íróktól tudhatjuk, hogy a némafilmes színészek gyakran egészen más szöveget mondtak, mint amely a jelenethez illett volna – ez sosem jelentett problémát. Balázs Béla *A látható ember* című esszégyűjteményében olvashatunk „kitűnő filmszínészeknek” arról a szokásáról, hogy „a filmfelvétel során szövegpótlék formájában a legnevetesegebb badarságokat mondják. A filmben azonban beszédük látványa mélyen megrázó” (Balázs 2005: 29). Borisz Eichenbaum pedig a következőket írja „A filmstiliztika problémái” című 1927-es esszéjében:

„Tévedés volna a filmet »néma« művészetnek nevezni: egyáltalán nem némaságról van szó, hanem a *hallható* szó hiányáról [...] A színházban a szót mimika és gesztusok kísérik; ez a korreláció a filmben megszűnik, de a szó továbbra is megtartja hatását mint artikulációs mimika. A filmszínész beszél forgatás közben, s ez nyomot hagy a filmvásznon. [...] Ismerjük a történetet a süketnémákról, akik megnéztek egy filmet egy angol moziban, és tiltakoztak amiatt, hogy a színészek által artikulált mondatok tartalma egyáltalán nem felelt meg a vásznon látható jeleneteknek” (Eichenbaum 1927/1977: 23–24).⁹

⁸ Ez a kijelentés eszünkbe juttathatja, hogy a 19. században voltak, akik tartottak a fényképezéstől, mert attól féltek, hogy a felvétel megfosztja őket az „énjük” egy darabjától. Friedrich Kittler az *Optikai médiumokban* így ír erről: „Balzac [...] azt mondta Nadarnak, barátjának és Franciaország első s leghíresebb portréfotósának, hogy ő maga iszonyodik attól, hogy lefényképezzék. Balzac a maga misztikára való hajlamával nem is volt képes másképp magyarázatot adni a dagerrotípiák elkészítésére, mint azt, hogy minden ember számos optikai rétegből áll – valahogy úgy, mint egy hagyma –, melyek közül a fotó elkapja és tárolja a legfelsőt, azaz elveszi a lefényképezett személytől. [...] Ezt a fantazmát aztán Edgar Allan Poe [...] általánosította azzá a tétellé, hogy a képek általában véve halálosak a tárgyaik számára” (Kittler 2005: 147, fordította: Kelemen Pál).

⁹ Rácz Judit fordítása.

A siketnémákról szóló történet háttérében is az állhat, hogy az általuk látott filmben a színészek a cselekménytől teljesen eltérő párbeszédet folytattak, ami az „ideális” néző számára egyáltalán nem jelentett volna problémát.

Mindebből az következik, hogy *A vámpír árnyéka* kiemelt jelenetében a vámpír az egyetlen, aki „megfelelően” viselkedik: bár a film úgy mutatja be, mint akitől teljesen idegen a forgatás, mint aki ügyetlen a kamerák előtt, valójában természetesebben illeszkedik ebbe a közegbe, mint a stáb többi tagja. Ezzel a film világán belül szembekerül a rendező és a vámpír: míg látszólag az előbbi az, akinek teljesen birtokában van a filmkészítés mestersége, akinek a felvevőgép engedelmessé válik, valójában a vámpír az, aki szervesen hozzátartozik e világhoz, aki egyé válik a filmmel.

Ezt a benyomásunkat erősíti a film befejező jelenete is. Ebben a részben Murnau a vámpír halálát tervezi felvenni. Csapdát készít Schreknek: a forgatás helyszínét úgy rendezi be, hogy egy emelőszerkezet segítségével adott pillanatban napfény árasssa el a termet. Így Orlok grófnak nemcsak a színlelt, hanem a valódi halálát vehetné fel. Bár a vámpír rájön, hogy kelepccébe akarják csalni, és megrongálja az emelőszerkezetet, a helyszínre érkező civilek végül mégis felnyitják a kaput, a beáramló napfény pedig elpusztítja a vérszívót. A vámpírok efféle megsemmisülése a műfaj kliséi közé tartozik, ám míg a legtöbb esetben a napfénytől megégő vérszívók porrá, hamuvá esnek szét, addig Schrek esetében az egészen más hatást vált ki: alakja elszíneződik, elfolyik, felhólyagosodik, majd semmivé lesz. Éppen úgy, ahogy a filmszalag semmisül meg. Figyelembe véve, hogy a film diegetikus világán belül a forgatásnál használt filmszalag két meghatározó tulajdonsága, hogy fényérzékeny és rendkívül gyúlékony anyag, könnyen párhuzamot vonhatunk közte és a vámpír alakja között – ezek a tulajdonságok Orlok grófra is igazak. Sőt a vámpír egy helyen éppen a fényvel kapcsolatos ambivalens érzéseit fogalmazza meg. Amikor megkérdezik: „mi kelti benne a legtöbb vágyakozást, mi az, amire a leginkább vágyik, mégis elérhetetlen”, azt feleli: „A fény, a napfény.” A vámpír sóvárog a fényre, de tudja, hogy nem teheti ki magát a nap sugarainak. A filmszalagnak is fényre van szüksége, hogy rögzüljenek a képek, de a túl sok fény tönkreteszi a hordozót.

A Hétköznapi vámpírok és *A vámpír árnyéka* tehát továbbviszi Stoker *Drakulájának* egyik alap gondolatát: a különböző médiumok és médiatechnikák segíthetnek legyőzni a vámpírt. Paradox módon viszont éppen ezek biztosítják az életben maradását is, ezek hosszabbítják meg az életét. Ez a két film reflexív módon éppen a filmet, a filmfelvevő- és a filmvetítőgépeket jelöli meg mint a vámpír legnagyobb ellenségét és legmegbízhatóbb cinkosát is. Furcsamód – ahogy arra Friedrich Kittler (1997) is felhívja a figyelmet „Drakula öröksége” című írásában –, az 1890-es években újszerűnek számító technikai médiumok közül éppen a film az, amely hiányzik Stoker regényéből. Olyan mulasztás ez, amelyet Francis Ford Coppola sem hagyhatott figyelmen kívül, ezért amikor 1992-ben megfilmesítette a *Drakulát*, a címszereplőt és Minát egy mozgóképvetítés helyszínébe is belehelyezte. Stoker regénye 1897-ben jelent meg, a cselekmény valamikor az 1890-es években játszódik, tehát a szerzőnek ismernie kellett, a szereplők pedig ismerhették ezt a médiumot. De vajon tényleg teljesen hiányzik-e Stoker regényéből a film és a mozi, tényleg egyáltalán nem utal ezekre a szöveg?

4. Optikai médiumok a *Drakulában*

A regény első fejezetének végén található egy jelenet, amely a történet szempontjából teljesen marginális, annál fontosabb viszont a vámpír és a film kapcsolata szempontjából. Drakula álöltözetben, a postakocsiját hajtva repíti Jonathan Harkert a kastélya felé, ám időről időre megáll, és kiszáll a járműből:

„Balra hirtelen feltűnt egy gyöngye, hunyorgó kék láng. A hajtó ugyanabban a pillanatban látta meg, mint én. Tüstént megállította a lovakat, leugrott a bakról, és eltűnt a sötétségben. [Aztán] váratlanul felbukkant [...] szó nélkül felült a bakra, és mentünk tovább. Azt hiszem, elalhattam, és csakis erről az epizódról álmodhattam, mert egyfolytában ez ismétlődött [...] Ha az úthoz elég közel lobbant fel a láng, még a sötétben is megfigyelhettem a hajtó mozgását. Odasietett a kék lángoz – nagyon gyöngye lehetett, mert egyáltalán nem világította meg a környéket –, összeszedett néhány követ, és valamilyen mintát rakott ki belőlük. Ekkor különös optikai jelenséget tapasztaltam, mert miközben köztem és a tűz között állt, akkor sem oltotta

ki, ugyanúgy láttam a lidérclángot. Ez megdöbbsentett, de csak egy pillanatra. Annak tulajdonítottam, hogy káprázik a szemem, mert annyit erőltettem a sötétségben” (Stoker 2006: 28).

A történetnek ezen a pontján ez a „különös optikai jelenség” több kérdést is felvet: Harker valóban elaludt volna, és csak álmodja ezt a kalandot? Vagy mindez megtörténik, de valóban káprázik a szeme? Vagy szó sincs itt képzelgésről, hallucinációról, téves észlelésről: a jelenetet mágikus epizódként kell rögzítenünk (Todorov 2002: 39–52)?¹⁰ De ha így teszünk, még akkor is el kell döntenünk, kihez, mihez kapcsoljuk a mágiát: a lánghoz, amely az emberi szöveteken is átdereng, vagy a grófhhoz, akinek a teste átengedi a lidércfényeket? Esetleg e kettőnek a párosítása idézi elő a jelenséget? Ezt végül a regény befejezése után sem tudjuk biztosan eldönteni. Mégis hajlunk rá, hogy Drakula anyagtalanságával magyarázzuk ezt az epizódot, mivel erre máshol is utal a regény. A Demeter hajónaplójában például így tolmácsolja a kapitány az első tiszt beszámolóját a Drakulával való találkozásáról:

„Láttam tegnap éjszaka az őrségben! Olyan, mint egy ember, magas, sovány, és halottsápadt! Az orrban állt, onnan nézett kifelé. Mögéje osontam, és belevágtam a késemet, de a kés átment rajta! Üres, mint a levegő!” (Stoker 2006: 97).

Ebben az olvasatban tehát a Harker által tapasztalt optikai jelenségért Drakula testének anyagtalansága, áttetszősége a felelős. Ez azt is jelenti, hogy a lidércfényes epizódnak – amelyben először tárul fel Drakula mássága, és amelyben először látjuk megnyilvánulni az emberektől eltérő képességeit – pontosan az az egyik funkciója, hogy Drakula testének különleges adottságára irányítsa a figyelmet. Mindeközben ez a test a sötétben, egy apró fényforrás és egy néző között helyezkedik el. Ezt a kimerevített képet a fény teszi érdekessé, de amit érdekessé tesz, és jelentéssel tölt meg, az Drakula teste. Ez tehát a közvetítő, enélkül a „különleges optikai jelenség” nem jöhetne létre. Nem ez az egyetlen olyan jelenet a könyvben, amelyben a szereplők Drakulát mint a fénynek köszönhető érdekes vizuális jelenséget értelmezik. A regény 8. fejezetében Mina és Lucy egy séta alkalmával a tájban gyönyörködnek, amikor az utóbbi valamiféle révületbe esik. Mina a naplójában így számol be ennek okáról:

„...követtem a pillantását. Mintha a padunkat nézte volna, amelyen magányos fekete alak ült. Én is meghökkenem valamelyest, mert egy pillanatra úgy rémlett, hogy az idegen nagy szeme tüzes lánggal ég, ám a második pillantás szertefoszlatta az illúziót. A vörös nap lángolt a padunk mögötti Boldogasszony-templom ablakaiban, és alkonyatkor épp eleget változik a fénytörés és a tükröződés, könnyű elhinni, hogy a fény mozog. Felhívtam Lucy figyelmét a sajátos jelenségre” (Stoker 2006: 107).

Jóllehet ebben a jelenetben Drakula anyagtalanságáról nem esik szó, a pozíciója kísértetiesen hasonlít a lidércfényes kalandra: a nézők és a fényt visszaverő anyag között helyezkedik el; a fény az ablaküvegen játszik, de ez – Mina értelmezése szerint – a padon ülő alak, Drakula megjelenésére van hatással.

Mindebből természetesen nem kell egyből arra következtetnünk, hogy a regényben Drakula és a film(szalag) között valamilyen rejtett kapcsolat volna – pontosabban nem törvényszerű, hogy egyből a film jusson eszünkbe. Már csak azért sem, mert Drakula alakja a regényben más olyan anyaggal is összemosódik, amelynek köze van a 19. századi optikai médiumokhoz. Gondoljunk például a grófnak arra a képességére, hogy ködöt tud gerjeszteni: a füst alkalmas volt arra, hogy például a *laterna magica* segítségével képeket vetítsenek ki rá – ez a megoldás az optikai médiumokkal megvalósítható előadások egy külön ágát képviselte: a ködfátyolkép-vetítést (erről lásd még Szajbély 2008). Ám a 19. század végén ez a megoldás már nem számított korszerűnek, a kor meghatározó optikai médiuma ekkor már a film volt.

Ha tehát elfogadjuk, hogy Stoker regényében a film hiánya jelzésértékű, és ezzel a szöveg a figyelmünket akarja irányítani, akkor a fent említett lidércfényes és naplementés epizódokat felfoghatjuk úgy, mint a vámpír és a médiumok

között húzódó paradoxon aláhúzását és konkretizálását a *Drakulában*. A regényben a médiumok és a hozzájuk kapcsolódó technikák segítenek Drakula elpusztításában, de jól tudjuk, hogy a vámpír végleges megsemmisítése illúzió, a vérszívó szörnyeteg tovább fog élni, éppen a médiumok miatt.

Jóllehet a fenti két idézet (*A vámpír árnyékának* kiemelt jeleneteivel egyetértésben) a filmet jelöli meg mint vámpírszerű médiumot, az elemzett filmek tapasztalataival visszatérve Stoker regényére egy másik párhuzamra is felfigyelhetünk. Miközben a regény világában a gróf életét egy papírhalom rövidíti meg, ennek segítségével győzik le a vámpírvadászok, addig a valóságban éppen egy papírhalom, egy kézirat (sőt ugyanaz a papírhalom, ugyanaz a kézirat, hiszen a kezünkben tartott regény oroszlánrészét a szereplők naplóból, leveleiből, sürgönyeiből összeálló beszámoló teszi ki) élteti tovább. Drakulát a regény indítja útjára és tartja életben – más médiumokkal karöltve – több mint 120 éve. Ezzel maga a regény vámpírizálódik: ahogy a vámpír gróftól egyebek között az különbözteti meg az átlagemberektől, hogy örökéletre tör, és ehhez arra van szüksége, hogy a halandó ember véréből szívja, úgy a regény is túlmutat egy emberöltőn, és ahhoz, hogy életben maradjon, emberekre, befogadókra van szüksége. Michel Tournier „*A vámpír röpte*” című esszéjében a szövegeknek ezt a vámpírszerűségét fogalmazza meg, amikor „párhuzamot von szöveg és vámpír, olvasás és vérszívás között”:¹¹

„Az író [...] valahányszor publikál, a férfiak és nők névtelen sokasága közé bocsátja felhőnyi papírmadarát, aszott, vérszomjas vámpírokat, melyek esetlegesen kavargva keresnek olvasót. S a könyv, amint lecsap valakire, feldúsul az olvasó hevétől és álmaitól, melyeket magába szív. Kivirul, kiteljesedik, az lesz, aminek rendeltetett: nyüzsgő képzelte világ, szétválaszthatatlanul elegyítve [...] az író szándékát és az olvasó vízióját. S miután elolvasták, a kizsigerelt, olvasója-fosztott könyv új olvasóra les” (Tournier 2001: 8–9).

Egy igen dinamikus helyzet tárult a szemünk elé: a szöveg mint aszott, vére vadászó vámpír jelenik meg, aki ha olvasót talál magának, ideig-óráig felfrissül, utánpótlást talál, de végül ugyanolyan kizsigerelt állapotban távozik, mint ahogy érkezett. A szövegnek folyamatosan mozgásban kell maradnia, új prédára kell lesnie, különben elpusztul.

5. Következtetések és kitekintés: A kortárs vámpírfilmek válasza a Drakula-jelenség kihívásaira

Míg a *Drakula* filmes adaptáció (például a Tod Browning rendezte 1931-es, a Terence Fisher rendezte 1958-as vagy éppen a Francis Ford Coppola-féle 1992-es változat), illetve a *Drakula*-történet filmes folytatásai (például az 1966-os *A sötétség hercege [Dracula: Prince of Darkness]* vagy az 1968-as *Drakula feltámadt sírjából [Dracula Has Risen from the Grave]*) főleg a regény cselekményének és szereplőinek megrajzolásával és újraértelmezésével voltak elfoglalva, a kortárs vámpírfilmek a regény metaforáira, szimbólumaira, narratív megoldásaira reflektálnak. Dolgozatomban ezek közül az alkotások közül kettőt elemeztem, *A vámpír árnyékát* és a *Hétköznapi vámpírokat*, de a kutatásba más kortárs vámpírfilmeket is bevonhatnánk, például *A csadoros vérszívót (A Girl Walks Home Alone at Night 2014)*, a *Vámpír a díványon (Der Vampir auf der Couch 2014)* című horrorparódiát vagy a *Halhatatlan szeretőket (Only Lovers Left Alive 2013)*.

Kutatásom fő elemzési szempontja a médiumok és Drakula kapcsolata volt. A regényben a történet szintjén a modern médiumok a vámpírvadászok malmára hajtják a vizet, és segítik Drakula elpusztítását. *A vámpír árnyéka* és a *Hétköznapi vámpírok* továbbviszik ezt az elképzelést. A diegetikus világukban a modern médiumokat (például a laptopot és a televíziót) úgy mutatják be, mint amelyek védelmet biztosítanak a vámpírokkal szemben. Paradox módon ennek az ellenkezőjét is hangsúlyozzák: azt, hogy a médiumok mindig a vámpírok oldalán állnak, segítik őket (történetüket, mítoszukat) továbbélni, hatalmuk alá hajtva a befogadókat.

A vámpír árnyéka a mozi, a *Hétköznapi vámpírok* a filmnézésre alkalmas médiumokat, a televíziót és a laptopot helyezte a középpontba. A regényből a mozgóképvetítés és -nézés látszólag teljesen hiányzik. Ám bizonyos

11 E párhuzamra Benyovszky Krisztián (2010) hívja fel a figyelmet.

szöveghelyei azt sugallják, hogy kapcsolat vonható Drakula és a fény okozta különös optikai csalódások között. Ebből a szempontból tehát a regény mintha megelőlegezné a kortárs vámpírfilmekben ábrázolt relációt, a vámpírok és a filmvetítésre alkalmas médiumok szoros kapcsolatát. Emellett egy másik médiumot is megjelöl, amely egyszerre bizonyul alkalmasnak Drakula legyőzésére és továbbéltetésére – a gépirással készített, sokszorosított papírhalomot.

Irodalom

- Arata, Stephen D. (1990): The Occidental Tourist: Dracula and the Anxiety of Reverse Colonization. *Victorian Studies*, vol. 33, no. 4, pp. 621–645.
- Auerbach, Nina (1995): *Our Vampires, Ourselves*. Chicago: University of Chicago Press.
- Balázs Béla (2005): *A látható ember. A film szelleme*. Budapest: Palatinus.
- Bényei Tamás (2011): *Traumatiszus találkozások*. Debrecen: Debreceni Egyetemi Kiadó.
- Benyovszky Krisztián (2003): Szécsi Noémi: Finnugor vámpír, *Kortárs Online*, december, <http://www.kortaronline.hu/2003/12/szecs-i-noemi-finnugor-vampir/7748> (letöltés: 2017. I. 13.).
- Byron, Glennis (1998a): The Advancement of Science and Technology. In: Glennis Byron (ed.): Bram Stoker: *Dracula*. Peterborough & Ontario: Broadview Press.
- Byron, Glennis (1998b): *Dracula Then and Now*. In: Glennis Byron (ed.): Bram Stoker: *Dracula*. Peterborough & Ontario: Broadview Press.
- Eichenbaum, Borisz (1977): A film stilisztikai problémái. In: Kenedi János (szerk.): *A film és a többi művészet*. Budapest: Gondolat Könyvkiadó.
- Fleissner, Jennifer (2000): Dictation Anxiety: The Stenographer's Stake in *Dracula*. *Nineteenth-Century Contexts*, vol. 22, pp. 417–455.
- Fletcher, Alana (2013): No Clocks in His Castle: The Threat of the Durée in Bram Stoker's "Dracula". *Victorian Review*, vol. 39, no. 1, pp. 55–69.
- Kittler, Friedrich (1997): Dracula's Legacy. In: John Johnston (ed.): Friedrich Kittler: *Literature. Media. Information Systems: Essays*. Amsterdam: G+B Arts International.
- Kittler, Friedrich (2005): *Optikai médiumok*. Budapest: Magyar Műhely Kiadó & Ráció Kiadó.
- McLuhan, Marshall (1964/1994): *Understanding Media – The Extensions of Man*. Cambridge: MIT Press.
- McLuhan, Marshall (1964/2007): Televízió: a félénk óriás. In: Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.): *Média, nyilvánosság, közvélemény. Szöveggyűjtemény*, 866–886. o. Budapest: Gondolat.
- Pedlar, Valerie (2003): Experimentation or exploitation? The investigations of David Ferrier, Dr Benjulia, and Dr Seward. *Interdisciplinary Science Reviews*, vol. 28, no. 3, pp. 169–174.
- Punter, David (2007): Bram Stoker's *Dracula*: Tradition, Technology, Modernity. In: John S. Bak (ed.): *Post/modern Dracula: From Victorian Themes to Postmodern Praxis*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Richards, Thomas (1993): *Imperial Archive: Knowledge and the Fantasy of Empire*. London: Verso.
- Stiles, Anne (2006): Cerebral Automatism, the Brain, and the Soul in Bram Stoker's *Dracula*. *Journal of the History of the Neurosciences*, vol. 15, no. 2, pp. 131–152.
- Stoker, Bram (1897/2006): *Drakula*. Budapest: Európa Könyvkiadó.
- Stoker, Bram (1998): *Dracula*. Peterborough & Ontario: Broadview Press.
- Szajbély Mihály (2008): *Intermediális randevúk a 19. században*. Pécs: Pro Pannonia.
- Todorov, Tzvetan (2002): *Bevezetés a fantasztikus irodalomba*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Tournier, Michel (2001): A vámpír röpte. In: Michel Tournier: *A vámpír röpte. Műelemzés és műkritika a Trisztántól Grassig*. Budapest: Napvilág Kiadó.
- Wicke, Jennifer (1992): Vampiric Typewriting: *Dracula* and its Media. *ELH*, vol. 59, no. 2, pp. 467–493.

Kulcsszavak

Drakula, Bram Stoker, vámpír, médium, médiumidegenség, kortárs vámpírfilm, média-paradoxitás, *Hétköznapi vámpírok*, *A vámpír árnyéka*, némafilm

Abstract

Dracula and the media – in the mirror of two contemporary vampire films

In Bram Stoker's novel on *Dracula*, almost all media from the phonograph through the typewriter to the telegraph that were considered modern in the 1890s are present. A number of analyses have been published on this topic since the 1980s with a focus on the functions and the symbolic meaning of these media. These writings represent Count Dracula as an atavistic, primitive creature and agree that modern media make a significant contribution to the defeat of the vampire. This paper looks at how contemporary vampire movies tackle this issue. It, first, offers an overview of this legacy, then an analysis of two contemporary vampire films (*What We Do in the Shadows*, 2014; *Shadow of the Vampire*, 2000) arguing that, on one hand, these depict vampires as atavistic creatures who can hardly use modern media, while on the other hand, these movies also show the vampire-like face of these media. Finally, it shows that a similar paradox can also be found in Stoker's original writing.

Hlavacska András 1989-ben született Budapesten. Alapszakos egyetemi tanulmányait 2011-ben fejezte be az ELTE BTK magyar szakán, a mesterképzést ugyanitt irodalom- és kultúratudomány szakon végezte. 2014-ben diplomázott. 2017-ben abszolvált az ELTE BTK Összehasonlító Irodalomtudomány Doktori Programján. Azóta az ELTE NN 12700 számú OTKA-projektben tudományos segédmunkatársként dolgozik. Főbb érdeklődési területei: a fantasztikus történetek, valamint a 19. századi kísértettörténetek és a némafilmek viszonya. Tanulmányai és kritikái 2012 óta jelennek meg.

BENE Márton

Hibriditás a médiában

Andrew Chadwick *The Hybrid Media System: Politics and Power* című könyvéről

Az elmúlt években aligha gyakorolt könyv nagyobb hatást a tudományos diskurzusra a politikaikommunikáció- és médiakutatás területén, mint Andrew Chadwick 2013-ban megjelent munkája, a *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Az egyebek között az *International Journal of Press/Politics* „legjobb könyv”-díját is elnyerő munkára 2013 óta több, mint 700 tudományos publikáció hivatkozott. Jelentőségét jól mutatja, hogy a megjelenést követő négy évben ilyen magas hivatkozásszámmal a 2000-es évek olyan nagyhatású munkái sem dicsekedhettek, mint például Pippa Norris *A Virtuous Circle* (2000) vagy Daniel C. Hallin és Paolo Mancini *Comparing Media Systems* (2004) című könyve.

A könyv legfontosabb elméleti és fogalmi innovációja, hogy a médiarendszerek kutatásába bevezeti az elmúlt évek társadalomtudományi slágerfogalmát, a hibriditást. A fogalom nagy karriert futott be a kultúrakutatásban, a szociológiában és a politikatudományban is (lásd például Diamon 2002, Kraidy 2005). A biológiából származó fogalom társadalomtudományi népszerűségének oka abban rejlik, hogy lehetővé teszi a sokféleség keveredéséből létrejövő entitások holisztikus, rendszerszintű értelmezését, elkerülve a dichotomizálást vagy az alkotóelemekre való visszavezetést. A különböző alkotóelemek keveredéséből létrejövő entitást önjogán létezőnek tekint, nem pusztán alkotóelemei összességéként fogja fel. Chadwick is éppen ezért látja alkalmasnak a fogalmat a mai médiarendszerek leírására. Érvelése szerint a médiarendszer a régi és az új médialogikák interakciójának eredménye, nem pusztán azok együttélése vagy együttes jelenléte. Véleménye szerint azért fontos a médiarendszer hibriditásáról beszélni, mert a média- és a politikaikommunikáció-kutatásban szakadék tátong a régi médiát és az új médiát vizsgáló tudományos diskurzusok között, ami lehetetlenné teszi a logikák összekapcsolódásának, kölcsönös egymásra hatásának megragadását.

Chadwick felfogásában a média azáltal alkot rendszert, hogy alkotóelemei, a különféle aktorok egymással folyamatos interakcióban állnak. Az interakciós hálózat aktorai sokfélék lehetnek: ide tartoznak a médiumok, az újságírók, valamint a politikai szereplők, az állampolgárok és a szervezetek, mozgalmak is. Ezek az aktorok saját érdekeiket követik, ennek során pedig egyrészt küzdelmet folytatnak a többi aktorral, másrészt kölcsönösen függenek is tőlük. Miközben a figyelemért, a közönségért, a bevételekért és a hírekért küzdenek egymással, nagymértékben egymásra is vannak utalva a tartalomgyártás és -disszemináció, illetve a technológiák és az újítások terén. A küzdelem és az egymásra utaltság által formált hálózatban az aktorok saját pozícióikat erőforrásaik felhasználásával próbálják megerősíteni, illetve fenntartani. Az interakciós hálózatban kialakuló erőforrásbeli (hatalmi) különbségek jelentik a hibriditás egyik mozgatórugóját: a régi médiumok kellően erősek ahhoz, hogy az új médialogikák jelentette nyomásnak ellenálljanak vagy éppen beépítsék a logikákat saját működésükbe. Az új médialogikák sokszor éppen azáltal hoznak változást a médiarendszerben, hogy a régi médiumokat saját maguk átalakítására sarkallják, hogy ezáltal legyenek képesek válaszolni az új technológiák és eszközök kihívására. Az interakciós hálózatban az egymásra utaltság körülményei között közös gyakorlatok és normák is kialakulnak, amelyekhez bizonyos mértékig a hálózatba újonnan belépő szereplők is alkalmazkodni kényszerülnek.

Az elképzelés lényege tehát az, hogy az új aktorok, technológiák, műfajok egy már létező, speciális hatalmi viszonyok által tagolt interakciós hálózatba lépnek be, amelyben az érvényesüléshez annak elemeihez alkalmazkodniuk kell. Az újonnan belépő elemek azonban folyamatosan formálják is e hálózatot, hiszen a sikeres gyakorlatok hatással vannak a hálózat régebbi szereplőire is. A hibrid médiarendszer folyamatos mozgásban és alakulásban van, sohasem befejezett, mindig változó.

A könyv egyes fejezetei ennek a hibriditásnak a működését, a régi és az új médialogikák összekapcsolódásának, küzdelmének és egymásra utaltságának a jellemző példáit mutatják be brit és amerikai eseteken keresztül. A szerző

részletesen elemzi a hírciklus megváltozását, és felvázolja a mai politikai információs ciklus hibrid működését. Részletesen tárgyalja a WikiLeaks-jelenséget, amely nemcsak a médialogikák keveredésére, hanem a köztük megjelenő konfliktusokra és versengésre is rámutat. Sokat foglalkozik a 2008-as amerikai elnökválasztási kampánnyal is, és bemutatja, hogy a közhiedelemmel ellentétben az Obama-kampány sikerét nem az új médialogika sikeres alkalmazása, hanem sokkal inkább a hibrid médialogikához való illeszkedése okozta. Betekintést nyerünk továbbá a népszerű és befolyásos politikai blogok működésébe, a hagyományos újságírók közösségimédia-stratégiájába, valamint a politikai mozgalmak vagy éppen a kormányzati szereplők hibrid kommunikációjába is. A példák meggyőzően bizonyítják, hogy a jelenlegi kommunikációs környezet megértésében a hibriditás fogalma kulcsfontosságú lehet, és a jelenlegi médiarendszer nem írható le egyszerűen a régi- és az új médialogikák együttes jelenléteként, hiszen ezek kölcsönösen hatnak is egymásra.

Bár a könyv érvelése nagyon meggyőző, fogalomhasználatával kapcsolatban lehet helye bírálatnak. Először is, a médiarendszer fogalmának alkalmazása erősen kérdéses. Chadwick munkája ugyanis nem a hagyományos értelemben vett médiarendszerről szól, hanem egy ennél kiterjedtebb kommunikációs struktúráról, amelynek a médiumokon kívül politikai szereplők, állampolgárok és mozgalmak is a részei. A médiarendszer fogalmát az összehasonlító médiakutatás már az 1950-es évek óta alkalmazza (lásd Siebert et al. 1956), azonban jóval szűkebb értelemben és más céllal, ahogyan azt Chadwick teszi. Egy, a médiakutatásba mélyen beágyazott fogalmat ennyire más értelemben alkalmazni a korábbi használatra való reflexió nélkül nem tűnik jó megoldásnak. A terminológiai zavar elkerülhető lett volna, ha a szerző inkább *kommunikációs rendszerről* beszél, ami teoretikus szempontból is pontosabb lett volna, mint a médiarendszer elnevezés.

A könyv nyitva hagyja azt a kérdést is, hogy mi is pontosan a hibriditás státusa. A könyv első részében a hibriditás a médiarendszer ontológiájaként jelenik meg: a médiarendszer hálózatos struktúrája és a régi és az új médialogikák összefolyása kontextustól függetlenül, általánosságban érvényes. A szerző külön fejezetet szán annak bemutatására, hogy a média mindig is hibrid volt, a média történetét a hibriditás történeteként mutatja be. A könyv többi része azonban a hibriditást mint a jelen kontextusra speciálisan jellemző állapotot írja le. A konklúzió is azzal nyit, hogy a könyv azt mutatta be, hogy Nagy-Britannia és az Egyesült Államok most a leginkább hibrid médiarendszerként írható le. Amennyiben a hibriditás valóban ontológia és „minden médiarendszer hibrid volt”, ahogyan azt a második fejezet címe is állítja, akkor annak a tételnek a bizonyítására, hogy a mai médiarendszer hibrid, nincsen szükség. A helyzet tisztázatlanságát jól mutatja a könyv recepciója is: a munkára tett hivatkozások jelentős része a hibriditásra mint állapotra hivatkozik, nem pedig a médiarendszerek állandó jellemzőjeként, ontológiájaként – ahogyan azt a könyv első része egyértelműen rögzítette.

Végezetül módszertani kritikának is lehet helye a művel kapcsolatban. A médiarendszer hibrid működését különböző példák elemzése alapján próbálja igazolni a szerző. Az elemzett esetek nagyon meggyőzőek és szemléletesek, valóban könnyebbé teszik a bonyolult elmélet megértését, a hibriditás gyakorlati megjelenésének értelmezését, ugyanakkor ezek az esetek mégis csak példák maradnak. Felvethető, hogy egyes példák alapos bemutatása vajon mennyiben alkalmas az elmélet igazolására. Hiszen a WikiLeaks mégsem tükrözi a mai média működését, ahogyan az Obama-kampány sem általánosítható a mai modern politikai kampányok összességére nézve. A mai médiarendszerben is számos olyan példát találhatunk, amelynél a régi és az új médialogika működése viszonylag tisztán, keveredés nélkül jelenik meg, és amely ezek egymás mellett élését, nem pedig összefolyását szemléltetheti – ha csak ezeket vizsgáljuk meg, akkor egészen más következtetésekre juthatunk a médiarendszer működéséről. Chadwick példái meggyőzőek abban a tekintetben, hogy létezik hibriditás a médiarendszerben, arról azonban nem árulnak el sokat, hogy ez mennyire általánosítható a médiarendszer egészére nézve, illetve maradnak-e párhuzamosságok, elkülönülések e rendszeren belül.

Mindazonáltal a könyv nagyon fontos olvasmány a modern politikai kommunikáció és média működéséről, és minden bizonnyal a tudományos diskurzus megkerülhetetlen alapművévé fog válni. A könyv elméleti megközelítése rendkívül hasznos a mai kommunikációs környezet megértésében. Szemlélete és fogalmi váza az empirikus kutatások számára is fontos fogódzókát nyújthat. (Andrew Chadwick: *The Hybrid Media System. Politics and Power*. Oxford, Oxford University Press, 2013, ISBN 978-0-19-975947-7, 79 £.)

Irodalom

Diamond, Larry (2002): Elections without democracy: Thinking about hybrid regimes. *Journal of Democracy*, vol. 13, no. 2, pp. 21–35.

Kraidy, Marwan M. (2005): *Hybridity, or the cultural logic of globalization*. Temple University Press.

Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004): *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.

Norris, Pippa (2000): *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge University Press.

Siebert, Fred, Theodore Peterson & Schramm, Wilbur (1956): *Four theories of the press. The Authoritarian, Libertarian, Social responsibility, and Soviet Communist concepts of what the Press Should Be and do*. Urbana: University of Illinois.

Bene Márton (1989) szociológus, politológus, az MTA Társadalomtudományi Központjának kutatója, a Budapesti Corvinus Egyetem Politikatudományi Doktori Iskolájának doktorandusza. Diplomáit az ELTE Társadalomtudományi Karán (Társadalmi Tanulmányok BA, Szociológia MA), illetve Állam- és Jogtudományi Karán (Politológia BA) szerezte. Kutatási területe a politikai kommunikáció, a közösségi média politikai szerepe, a hálózatkutatás és a politikai viselkedés. Publikáció egyebek között az *Information, Communication & Society*, a *Social Media + Society*, a *Journal of Information Technology & Politics*, valamint az *International Journal of Communication* folyóiratokban jelentek meg.

A képregényről globálisan, ma

Maksa Gyula *Képregények kultúraközi áramlatokban* című könyvéről

A képregények elemző, nem a rajongói kultúrában gyökerező, tudományos igényű vizsgálatára már hazánkban is egyre nagyobb az igény a médium lassú intézményesülése okán. A magyar egyetemeken is egyre több kurzust tartanak a képregényekről, aminek következtében képregényes szakdolgozatok születnek. Ami pedig a képregény piac alakulását illeti, hosszú stagnálás után 2017-ben ismét közel 250 képregény jelent meg magyarul (67 képregény magyar alkotók munkája, a többi fordítás), ezek közül több országos terjesztésben is kapható.¹ Mindezek fényében fontos feladat a képregénytudomány két vezető nyelvén, vagyis angolul és franciául írt tanulmányok és monográfiák kérdésvetéseit és eredményeit magyar nyelven is elérhetővé tenni. Ugyanilyen fontos, hogy megnézzük, ezek a szempontrendszerek miként alkalmazhatók a magyar képregény-fogyasztási szokásokra.

Már Maksa Gyula első könyvében, a *Változatok képregényre* (2010) című tanulmánykötetében fellelhetők azok a szempontok, amelyek a második kötet, a *Képregények kultúraközi áramlatokban* rendezőelvéivé váltak: ilyen a földrajzi tagozódás és a képregényvárosok (Brüsszel, Genf) meghatározó szerepe, a valóságra reflektáló (angolul *non-fiction*) képregényműfajok pozicionalizálásának igénye, valamint a frankofón elméleti háttér.

A *Képregények kultúraközi áramlatokban* célja, hogy a képregény médiumának különböző kultúrák hálózatában megjelenő és alakuló változatairól a jelen pillanatában egy érintkezési pontokat is felvázoló tablót készítsen. A globálisan a képregényre ható, szinkronitásban megragadott kulturális folyamatokat Maksa a kultúrák átjárhatóságának és geopolitikai relevanciájának szempontjából elemzi. A példák és az érvek többször ismétlődnek, a tanulmányok spirálszerűen járnak körbe a vizsgált kérdéseket. Ugyanazok az elemek mindig kicsit más szempontból, más szempontokat kiemelve, más összefüggésrendszereket megmozgatva jelennek meg.

A kötet első része a „Transzkulturális áramlatokban” címet kapta, tanulmányai pedig arra fókuszálnak, hogy egy-egy földrajzi és kulturális egységben milyen helyzetekben jelenik meg a képregény kulturális diverzitása. A második rész címe „Képregények kommunikációs használata”, és olyan kontextusokat mutat be, ahol a képregény médiumát valamilyen tárgyi ismeret közvetítésére használták. Az utolsó rész, az „Új távlatok” globális hatalmi és kulturális hálózatokban lokalizálja a médiumot, valamint adja meg lehetséges szerepeit.

A kötet nyitótanulmánya kijelöli Maksa induló pozícióját, a francia képregénykultúra és képregénykritika elsődlegességét a képregények vizsgálata során, némi francia hatású kitekintéssel a keleti típusú képregényre. A frankofón fókusz következtében az elemzések az angol-amerikai *cultural studies* francia tudományosságba beszívárgott eredményeit veszik alapul, francia források alapján – ezt nevezi a szerző a képregénykutatás kulturális fordulatának (19. o.) –, miközben a kritikai kultúrakutatás meghatározó amerikai szerzőit nem említi.

Az összegyűjtött tanulmányok 2011 és 2016 között készültek. A szerkesztés során a szerző a lábjegyzeteket aktualizálta, de sajnos nem kerültek be a kötetbe azok a magyar vagy fordításban megjelenő képregények, amelyek az egyes tanulmányok eredeti megjelenése és az aktualizálás időpontja (2017 májusa) között megjelentek, és termékenyen gazdagítják az egyes írásokban felvetett elemzéseket. A nyitó, 2011-ben írt tanulmány a francia *bande dessinée* hagyománya felől közelít a magyar képregényhez, a francia hatású magyar albumok közül Lakatos István *Lencsilányát* (2010) és Futaki Attila és Nikolényi Gergely *Spirálját* (2008) említi meg. Maksa itt felvetett szempontrendszere meghatározó, hiszen a szerző által is kiemelt francia hatás mára a magyar képregénykiadás egyik legfontosabb irányzata, és a magyar alkotók egyik fontos inspirációja lett. Meg kell tehát említeni a 2017-ben Alfabéta-díjat nyert, de 2016-ban

1 A 2017-es statisztikai adatokért köszönet Bayer Antalnak.

kiadott *Kittenbergert* (szerzői: Somogyi György, Tebeli Szabolcs, Dobó István), vagy Futaki Attila és Tallai Gábor *Budapest Angyalát* (2017). A franciából fordított *Lucky Luke*-, *Asterix*-, *Blacksad*- és *Incal*-kötetek hatása tagadhatatlan. Az amerikai könyvformátumú képregény, a *graphic novel* hatásának ismertetése során Maksa 2011-ben csak a *Persepolis* és a *Maus* fordítását említi (17. o.). Ezeken túl egyre több amerikai képregény fordítása alakítja a magyar képregényes szubkultúrát, a *graphic novel* mint formátum sok magyar alkotó munkáját inspirálja: Csordás Dániel (*Nocturne*, 2008), Felvidéki Miklós (*Némajáték*, 2011), Hegedűs Márton (*Slussz Kulcs Klán*, 2012). A listára kívánkozik még a *Nyugat + Zombik* Csepella Olivéértől, amely a tanulmánykötet kéziratának véglegesítése után jelent meg, akárcsak az *Incal*.

A kötet kultúrák kölcsönhatását szem előtt tartó kiindulópontjából következik, hogy Maksa a nyitó tanulmányban és később sem választja el a magyar(ra fordított) mangát, valamint a nyugati típusú képregényt. Ez a gyümölcsöző nézőpont képes bemutatni a Magyarországon kapható képregény diverzitását, és kapcsolódási pontokat mutat a két képregényhagyomány köré csoportosuló fogyasztói gyakorlatokban. A legrészletesebben a második tanulmány foglalkozik a magyarországi mangával. A keleti képregény nemcsak itthon népszerű és alakít ki egyedi kultúrafogyasztási gyakorlatokat és életstílust (például a *conok*, azaz a rajongók találkozóit, a *cosplay*, azaz valamely karakter ruházatának lemásolása, az anime-szinkronverseny, a szakmagazinok, a könyvkiadás, a rajzolás, a japán nyelv és kultúra ismerete). A fejezetből kiderül, hogy a magyar mangakultúra alakulása, elterjedése és intézményesülése párhuzamba állítható a francia mangáéval: mindkét országban nagy szerepe van a televíziónak, és a manga térnyerése több szakaszban zajlott. A folyamatot az 1980-as évekre jellemző dekulteralizáltság nyitja, ekkor a keleti típusú képregények és animációs filmek fogyasztói maguk sem tudták, hogy mangával és animével találkoznak. Ezt az ezredfordulós manga új szerepe, a japán kulturális és politikai intézmények által is támogatott kulturális nagyköveti státusa váltotta fel, amely sajátos öltözködésbeli szokásokkal, tárgykultúrával és gasztronómiával is párosul. Maksa fontos megfigyelése, hogy a japán, a francia és a magyar manga – szemben a nyugati típusú képregénnyel – konkrét demográfiai csoportokat megcélzó műfaji diverzitása miatt a nőket is bevonja a képregénykultúrába, akár mint fogyasztókat, akár mint alkotókat (36–38. o.).

A magyar képregények vizsgálatánál maradván kimondottan érdekes, hogy Maksa a magyar képregény várható irányairól 2011-ben megfogalmazott jóslatait és elvárásait mennyire pontosan jelölték ki a 2018-ra megvalósuló magyar irányokat. Az egyik elvárás-megfogalmazás az ismeretterjesztő képregény súlyának növekedéséről szól: „Ahhoz, hogy teljes értékű médiának tekinthessük a magyar kultúrában a képregényt, [...] szükség lenne arra, hogy az ismeretterjesztő, illetve a reklám- és a politikai kommunikáció egyik meghatározó közegévé váljon” – írja Maksa eredetileg 2011-ben (20. o.).

A kötet középső részét teljes egészében olyan európai uniós intézményektől származó, holland, belga és délkelet-európai példának szenteli, ahol ezt az elvárást megvalósították. A szerző által mutatott érdekes útnak az évek során mintegy eleget téve Magyarországon több szervezet rendelt meg képregényt kommunikációs céllal. Ezeket Komornik Eszter gyűjtötte össze 2017-es előadásában, és rendezett belőlük kiállítást *Asztalfióktól a megbízásig* címmel a Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékén. Kommunikációs céllal használta a képregényt például a TASZ (2010–2012), a Nyugdíjasok Országos Szövetsége (2015), a Terror Háza (2017), a Gulag Emlékbizottság (2016), a Pannonhalmi Főapátság (2016), a Szubjektív Értékek Alapítvány (2016), a Baptista Szeretetszolgálat (2008), és reklámcéllal az Apenta (2015).

Maksa számos külföldi példát sorol fel azon gyakorlatok közül, amelyek során politikai ismeretterjesztésre és érzékenyítésre használták a képregényt – ezekről szívesen olvasnánk hosszabb leírásokat, elemzéseket, különösen a többször említett, de kevésbé definiált svájci képregényplakát funkciójáról, esztétikájáról, kontextusairól. Ugyancsak számos példát kapunk arra, hogy az Európai Unió intézményei vagy szervezeti kommunikációs szakemberek felismerték, hogy a képregény társadalmi erőforrás lehet (83. o.), valamint hogy a francia újságírói gyakorlatban egyre elterjedtebb a rajzolt újságírás, azaz a képregényriport és az adatújságírás mind online, mind nyomtatott közegben. Részletesebben Maksa a *comiXconnection* ötnyelvű (horvát, szerb, szlovén, román és magyar) vándorkiállítást mutatja be (2013–2015).

A kötet záró szakasza a média tanulmányozásában egyre hangsúlyosabban megjelenő geopolitikai nézőpontból vizsgálja a képregényre ható transzkulturális folyamatokat, és a média geopolitikájának kulcsszavai (centrum/periféria, médiaváros, *hard power* és *soft power*) képregényes vonatkozásait keresi. A szerző megállapítja, hogy a médiavárosok mintájára beszélhetünk képregényvárosokról, amelyek „egyfelől a képregényes intézményrendszer kiépítettségét és nagyfokú térbeli koncentrációját, másfelől a helyi képregénykultúra sokszínűségét és közösségi identitásalkotó erejét mutat[ják]” (121. o.).

A *Képregények kultúraközi áramlatokban* széles spektrumú összegzését adja a képregény globális jelenlétének és a médiumra ható transzkulturális folyamatoknak, és a kultúrák és médiumok egymásra ható folyamatainak részeként tekint a magyar képregényre. (Maksa Gyula: *Képregények kultúraközi áramlatokban*, Erdélyi Múzeum-Egyesület, Kolozsvár, 2017, 156 oldal, 2400 forint.)

Szép Eszter az ELTE Modern angol és amerikai irodalom és kultúra doktori programjának doktorjelöltje. Disszertációjában amerikai önéletrajzi képregényekben és képregényriportokban vizsgálja a rajzolás mint valóságértelmezés testi folyamatait, valamint a testábrázolások által tematizált sebezhetőség-diskurzust. A *Studies in Comics* folyóirat szerkesztőségi tagja, a Magyar Képregény Szövetség egyik ügyvivője, a Kultúra- és Identitásnarratívák Kutatócsoport alapító tagja. Email: eszterszep@gmail.com

Szlama Gabriella Zsófia

„Hamis nőieskedhetnémségek” Papp Barbara és Sipos Balázs *Modern, diplomás nő a Horthy-korban* című könyvéről

A „hamis nőieskedhetnémségek” kifejezéssel illetve a Magyar Női Szemle című folyóirat azoknak az asszonyoknak a megnyilvánulásait, akik a férfiak mellett másodlagos szerepbe kényszerülve, kizárólag otthonteremtésre és gondoskodásra törekedtek. Ez is egyike volt a Horthy-korszak nő-szemléletmódjának, amelyet Papp Barbara (az Eötvös Loránd Tudományegyetem Történeti Intézete Gazdaság- és Társadalomtörténeti Tanszékének tudományos ösztöndíjasa) és Sipos Balázs (az ELTE Történeti Intézetének habilitált docense, az egyetem Nőtörténeti Kutatóközpontjának vezetője) elemez 2017-ben megjelent könyvében.

A *Modern, diplomás nő a Horthy-korban* című kötet középpontjában olyan nők állnak, akik az első világháború nehézségei után egy új rendszerben, lassú társadalmi átalakulás közepette próbáltak helyt állni egy olyan területen, amelyet korábban szinte kizárólag férfiak uraltak. Ugyanakkor többről szól a mű: összetett és elmélyült elemzés a korszak társadalomtörténetébe ágyazva. Eszmék és elméletek leírását olvashatjuk egyebek között arról, mit gondoltak a férfiak a diplomás nőkről, hogyan vélekedett a politika a feminizmusról, és milyen nehézségei voltak a felsőfokú végzettséget szerzőknek a munkaerőpiacon.

A mű jól strukturált, deduktív érvelési logika szerint épül fel. A szerzők a modern, diplomás nő jelenségét (amely a korszakban mindenképpen *jelenségnek* számított) társadalom-, gazdaság-, művelődés- és politikatörténeti szempontból vizsgálják, így mutatva összetett képet a magyar női emancipáció kezdeteiről. Szerintük a hazai nőtörténeírásból hiányzik a holisztikus kánon,¹ ezért a most megjelent könyvükkel ezt az űrt igyekeznek betölteni: céljuk ismertetni, majd kontextusba helyezni a diplomás nők történetét.

Az első fejezetben a magyarországi nőtörténet és nőtörténetírás 19–20. századi korszakait ismerhetjük meg. A szerzők ismertetik a normatív és a nem normatív történetírás közötti különbségeket. Az elsők a szereplők és a leírt cselekvések közötti hierarchikus viszony felállítását értik, ám ezzel szemben a nem-normatív megközelítést alkalmazzák, amelyet Max Weber megértő szociológiája után „megértő nőtörténetírásnak” neveznek (24–29. o.). Ezt követően az első világháború hatásait vehetjük górcső alá: megismerhetjük a feminizmus első hullámát, valamint a megelőző korok társadalomtörténetét, amelyek a modern nőtípus(ok) megerősödését hozták el. A női emancipáció hosszú folyamatot ölelt fel, az új típusú nők megjelenése a 19. század utolsó harmadára datálható, amikortól egyre több helyen lett elfogadott a jelenlétük. Annak ellenére, hogy eltérő életterületeken, cselekvési típusokban jelent meg ez a változás, egy sportverseny női győztesére és egy doktori fokozatot szerzett hölgyre is modern nőként tekinthetünk. Egy közös vonást mégis ki lehet emelni, mégpedig az önálló és egyben a férfiakkal egyenlő társadalmi pozícióra való törekvést. A diplomás nő jelenségének vizsgálata *A nőkérdés és a nő(iesség) ábrázolásai a Horthy-korban* című fejezetben kezdődik el. A férfiak és a nők eltérő képességeinek kérdése nem újkeletű fogalom, ugyanis már sokkal korábban, a századfordulón kételyek merültek a fel a nők (vélt) szellemi és fizikai gyengeségével, hátrányával kapcsolatban. Ezek a gyakran egymással is ellentétes hangok megjelentek a kor lexikonjaiban is: „...bizonyos szociális alárendeltséget mutat a férfival (családfővel) szemben; viszont mint hozzá hasonló teljes jogú ember, éppoly erkölcsi személyiség” – idézik a szerzők a *Katolikus Lexikon* nőkérdés-címszavát (69. o.).

¹ Bár számos kutató foglalkozik a nőkérdéssel (Nagyné Szegvári Katalin, Ladányi Andor, Vámos Éva, Palasik Mária, Pető Andrea, Gyáni Gábor, Acsády Judit, Szapor Judit, Kéri Katalin, Kádár Judit, Nagy Beáta, Sárai Szabó Katalin, Karády Viktor, Fábri Anna), nem született nagy, az egész korszakot összegző művek.

A következő fejezetekben a nőoktatás, a nőképzés és a diplomát szerzett dolgozó nők lehetőségeit taglalják, kezdve a középfokú oktatás szabályozásától a doktori cím megszerzésének lehetőségéig. A különböző iskolatípusok részletes története mellett betekintést nyerhetünk a politikai befolyásolás kérdésébe is a *numerus clausus* (1920. évi XXV. tc., amely nemcsak az izraelita vallásúak, hanem a nők egyetemi felvételi arányát is korlátozó rendelkezés volt) és a *numerus nullus* (amely szerint 1926-ig nem vagy csak kivételes esetben nyerhetett nő felvételt a Budapesti Egyetem Orvoskarára) rendelkezések módosító hatásain keresztül.

A nők nyilvános politikai szerepvállalását egyesületek és folyóiratok elemzésén keresztül illusztrálják a szerzők. A három legnagyobb egyesület kiemelésével – a Magyar Asszonyok Nemzeti Szövetsége (MANSZ), a Feministák Egyesülete és az Egyetemet és Főiskolát Végzett Magyar Nők Egyesülete (EUMANE) – a nők közéleti megjelenésének egy sajátos fajtáját jelenítették meg. A Dolgozó Asszonyok Lapja, A Nő, az Új Idők és a Magyar Női Szemle a legfontosabb, kifejezetten a nők számára (több esetben nők által) írott folyóiratok közé tartozott. A Magyar Női Szemlének külön fejezetet is szentelnek a szerzők, mert ehhez a folyóirathoz nem köthető jelentős ideológiai vagy szemléletmódváltás, így átfogó és egységes képet adhat a vizsgált időszakról. Az említett egyesületek és folyóiratok eltérő nőképet, programot, politikai irányzatot hirdettek, azonban mindegyik középpontjában, keresztmetszetében a nő állt. Ez a nő „feladatának” kérdésére adott válaszaikban is megjelenik: míg a Dolgozó Asszonyok Lapja a modern nő típusának meghatározásakor nemzeti értelmezési keretet használt, addig A Nő ezt a termékenységgel kapcsolta össze.

A könyvet záró mikrotörténeti elemzés Dr. Magyary Zoltánné Dr. Techert Margit életét mutatja be. A szerzők indoklása szerint Techert Margit életútja nem tipikus, hiszen a kor Magyarországa kevés egyetemi magántanárnőt számolt, de atipikusnak sem tekinthető, így a példáján keresztül a modern, diplomás nő számos tulajdonságát lehet bemutatni. Kevés sikeresebb asszony tevékenykedett nála: fél évvel diplomája megszerzése után már doktori fokozatáért küzdött.

Papp Barbara és Sipos Balázs könyvében a diplomás nő jelenségéből kiindulva a Horthy-korszak nőtörténeti elemzését nyújtja. Művükben kettős célt jelölnek ki: egyrészt a diplomás nők társadalmi és politikai helyzetét szándékoznak megvizsgálni, másrészt azt a környezetet és kontextust szeretnék bemutatni, amely a modern, diplomás nők lehetőségeit határozta meg. Külön figyelmet szentelnek a változásoknak és azok jelentőségének. Így nemcsak kiemelik és külön taglalják például Klebelsberg Kunó és Hóman Bálint kultuszminiszterek gyakorlatát, de a szigorúan vett korszakhatárokon túl az előzményeket is bevonják. Ezáltal komplex társadalmi és történeti elemző munkát teremtettek meg, s így az előbb említett kettős cél mellett egy harmadikat is teljesítettek: mélyítik és árnyalják a Horthy-korszak egészéről alkotott tudásunkat.

A kötet nagyszámú forrást dolgoz fel, Dr. Magyaryné Techert Margit és Szederkényi Anna személyes iratai mellett a Magyar Nemzeti Levéltár Országos Levéltárának, a Budapest Főváros Levéltárának és az ELTE Levéltárának anyagai is belekerültek a forrásjegyzékbe. Nyelvezete tudományosan precíz, de könnyen érthető, ugyanakkor szövege – vélhetően a számos levéltári adat okán – néhol zavaróan monotonná és felsorolásszerűvé válik. A mű a primér források elemzése mellett számos olyan táblázatot, statisztikai elemzést is közread, amely tovább mélyíti az ismereteinket, és segít tájékozódni a rendkívül összetett anyag elemzésében. Ezek általában a fejezetek végén találhatóak meg, és segítik az olvasottak átlátását, megértését. A fejezetek arányosan tagoltak, a gazdag képmelléklet kiegészíti és színesíti a szöveget. A portrék mellett nem beállított, hétköznapi jeleneteket ábrázoló fotográfiákat és folyóirat-címlapokat is láthatunk, amelyek ideális arányban állnak a szöveggel.

A könyv legolvasmányosabb részét Dr. Magyaryné Techert Margit életútja képezi, aki a fentebb tárgyalt tipikus és atipikus elemek miatt válik a mű ideális szereplőjévé. Ugyanakkor érdemes lett volna egy kevésbé kirívó példát is említeni, hiszen a korszakban nagyon alacsony volt a doktorált nők száma. Egy másik modern, de nem diplomás nő – akiről szintúgy szó esett – életútjának bemutatása még egységesebb képet adhatott volna a témáról.

A szerzők igyekeztek minden fontos nőtörténeti kérdésre választ adni ebben a két világháború közötti „urambátyám” (9. o.) időszakban. E tudományos művet nemcsak történészeknek és társadalomkutatóknak ajánljuk, hanem mindazoknak, akik választ szeretnének kapni a kérdésre, hogy kik is voltak a modern, diplomás nők a Horthy-korban. (Papp Barbara–Sipos Balázs: *Modern, diplomás nő a Horthy-korban*, Napvilág Kiadó, Budapest, 2017, 340 oldal, 3500 Ft)

Szlama Gabriella Zsófia diplomáit az Eötvös Loránd Tudományegyetem Bölcsészettudományi Karán szerezte meg előbb történelem alapszak, később művelődéstörténet mesterszakon. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának hallgatója. Érdeklődési köre a 19–20. századi viselet története, kutatási témája a társadalom és a divat kapcsolata a századfordulón. Email: zsofi.szlama@gmail.com